



# PODRĘCZNIK PRZECIWDZIAŁANIA PLOTKOM

Daniel de Torres Barderi



COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

**PODREĆCZNIK  
PRZECIWDZIAŁANIA  
PLOTKOM**  
2018

**Daniel de Torres Barderi**

*Za opinie zawarte w niniejszym opracowaniu odpowiada autor  
i niekoniecznie odzwierciedlają one oficjalną politykę Rady Europy.*

Wszelkie prośby dotyczące powielania, czy tłumaczenia całości lub części  
niniejszego dokumentu należy kierować do Dyrekcji ds. Komunikacji  
(F-67075 Strasbourg Cedex or publishing@coe.int).

Pozostałą korespondencję dotyczącą niniejszego dokumentu  
należy kierować do Dyrekcji Generalnej ds. Demokracji.

Okładka i projekt: Departament Produkcji Dokumentów  
i Publikacji (SPDP), Rada Europy

Zdjęcia : © Rada Europy i następujące miasta: Amadora, Barcelona,  
Bilbao, Botkyrka, Cartagena, Castellón, Erlangen, Fuenlabrada, Getxo,  
Jerez de la Frontera, Leganés, Limerick, Logroño, Loures, Lublin, Meksyk,  
Norymberga, Patras, Sabadell, Santa Coloma de Gramenet, Tokio

Niniejsza publikacja nie była redagowana przez Redakcję SPDP  
w celu poprawienia błędów pisarskich i gramatycznych.

© Rada Europy, grudzień 2017  
wydrukowano w Radzie Europy

# Spis treści

<b>PODZIĘKOWANIA</b>	<b>5</b>
<b>ROZDZIAŁ 1 – WPROWADZENIE</b>	<b>7</b>
A. Strategia przeciwdziałania plotkom	7
B. Powstanie i ekspansja	7
C. Dlaczego strategia przeciwdziałania plotkom?	8
D. Cele i podłoże niniejszego podręcznika	9
<b>ROZDZIAŁ 2 – KONTEKST PODEJŚCIA PRZECIWDZIAŁAJĄCEGO PLOTKOM</b>	<b>10</b>
A. Pokora wielkich ambicji	10
B. Ramy międzykulturowe	10
C. Stosowanie podejścia przeciwdziałania plotkom w innych warunkach	11
D. Przeciwdziałanie plotkom, rasizmowi i mowie nienawiści	12
<b>ROZDZIAŁ 3 – PODSTAWA TEORETYCZNA</b>	<b>13</b>
A. Definicje: stereotypy, uprzedzenia i dyskryminacja	13
B. Skąd się biorą stereotypy i uprzedzenia?	14
C. Jak nabywamy stereotypy i uprzedzenia?	15
D. A co z plotkami?	16
<b>ROZDZIAŁ 4 – KLUCZOWE ELEMENTY MIEJSKIEJ „STRATEGII PRZECIWDZIAŁANIA PLOTKOM”</b>	<b>18</b>
A. Zaangażowanie polityczne	18
B. Zaangażowanie i uczestnictwo: strategia całego miasta	18
D. Kreatywność na wszystkich poziomach: podstawowa tożsamość strategii	19
E. Rygor, wyniki i trwałość: znacznie więcej niż tylko rozpowszechnianie danych zaprzeczających plotkom	20
<b>ROZDZIAŁ 5 – STRATEGIA PRZECIWDZIAŁANIA PLOTKOM „KROK PO KROKU”</b>	<b>21</b>
A. Uruchomienie strategii	22
B. Opracowanie i implementacja działań w zakresie przeciwdziałania plotkom	37
<b>ROZDZIAŁ 6 – WPŁYW I EWALUACJA STRATEGII PRZECIWDZIAŁANIA PLOTKOM</b>	<b>63</b>
A. Proces od mniej do więcej	63
B. Ewolucja ewaluacji	63
C. Ocena wpływu i zmiany C4i	64
D. Definicja globalnego i wspólnego systemu monitoringu i ewaluacji	65
<b>ROZDZIAŁ 7 – EWOLUCJA I TRWAŁOŚĆ STRATEGII PRZECIWDZIAŁANIA PLOTKOM</b>	<b>67</b>
A. Pogłębiona analiza ewaluacji i wpływu	67
B. Wsparcie wewnętrzne	68
C. Zaangażowanie zewnętrzne	68
D. Bycie częścią globalnej i innowacyjnej strategii	69
E. Co dalej?	69



<b>ROZDZIAŁ 8 – DOTYCHCZASOWE WNIOSKI</b>	<b>71</b>
Mocne i słabe strony oraz wyzwania strategii przeciwdziałania plotkom	71
<b>ZAŁĄCZNIKI</b>	<b>75</b>
Załącznik 1 – umiejętność osobistej komunikacji	75
Załącznik 2 – miasta przeciwdziałające plotkom	78
Załącznik 3 – Monitoring miast przeciwdziałających plotkom	81

## Podziękowania

---

**N**iniejszy podręcznik jest wynikiem pracy setek osób z ponad 25 miast w różnych krajach, które w decydujący sposób przyczyniły się do rozwoju i wzbogacenia strategii przeciwdziałania plotkom: personel urzędów miejskich, który koordynuje codzienne strategie miast i uczestniczy w nich; lokalni liderzy polityczni, którzy zdecydowali się wdrożyć strategię miasta promującą włączenie i krytyczne myślenie; profesjonaliści z różnych organizacji i podmioty społeczeństwa obywatelskiego, takie jak organizacje pozarządowe, szkoły, ośrodki kultury i sportu, stowarzyszenia sąsiedzkie, rodzice, imigranci i różne grupy mniejszościowe, związki zawodowe, uniwersytety, fundacje, przedsiębiorcy i niektóre firmy oraz obywatele, którzy zdecydowali się zostać „agentami przeciwdziałającymi plotkom”, aby kwestionować uprzedzenia i stereotypy obecne w ich codziennym życiu.

Wyróżnienie tylko niektórych nazwisk zawsze jest trudne, ale są osoby, którym ten podręcznik wiele zawdzięcza: Irena Guidikowa, odpowiedzialna za program Miast Międzykulturowych (ICC) Rady Europy i jego dusza. Bez jej zaangażowania, pasji i intuicji nie świętowalibyśmy 10-lecia najbardziej stymulującej europejskiej platformy, która uczy życia w różnorodności, nie byłoby międzynarodowej ekspansji strategii przeciwdziałania plotkom ani tego podręcznika.

Ivana d'Alessandro i reszta zespołu ICC, bo bez ich wielkiego profesjonalizmu, wsparcia i cierpliwości podręcznik również by nie powstał. Gemma Pinyol, moja główna partnerka w opracowywaniu i rozszerzaniu międzynarodowej strategii oraz w wielu innych międzykulturowych przygodach, takich jak koordynacja hiszpańskiej sieci miast międzykulturowych (RECI) i wielu innych, które nastąpią w przyszłości. Ramon Sanahuja, dyrektor ds. polityki i migracyjnej i międzykulturowej Rady Miejskiej Barcelony, z którym wspólnie rozpoczęliśmy tę przygodę w Barcelonie wraz z Karoliną Astudillo i resztą zespołu, z którym miałem zaszczyt pracować, a także wiele osób z różnorodnych organizacji miejskich, które odegrały zasadniczą rolę w opracowaniu strategii, jak Lola López, dyrektor Centrum Studiów Afrykańskich, a obecnie Komisarz ds. Imigracji i Międzykulturowości Barcelony. Marta Pérez i Dirk Gebhardt, którzy okazali fundamentalne wsparcie, wnosząc swój wkład, w oparciu o dobre kryteria, w określeniu struktury podręcznika, w intensywnej debacie oraz w przegląd i synteze treści.

Współautorzy przewodnika „Miasta wolne od plotek” wydanego przez Radę Europy w czerwcu 2015 r. w ramach europejskiego projektu C4i: Christina Baglai, Seán Ó Siochrú i Kseniya Khovanova-Rubicondo za ich wspólną pracę, zwłaszcza w zakresie ewaluacji projektu i jego wpływu.

Międzykulturowy zespół Fundacji la Caixa za wsparcie w rozwoju i ekspansji strategii przeciwdziałania plotkom w Hiszpanii. Raquel Moreno i reszta zespołu D-CAS za ich kluczowy wkład w przygotowanie pierwszego podręcznika o przeciwdziałaniu plotkom z 2013 r. oraz w publikację Praktycznego przewodnika dla osób przeciwdziałających plotkom w Barcelonie. Harrison Leighninger za pracę nad przeglądem i udoskonaleniem tekstu,

choć jest on wolny od wszelkiej odpowiedzialności za końcowy efekt.

Wreszcie tysiące anonimowych „agentów przeciwdziałających plotkom”, którzy istnieją na świecie i którzy nie zdając sobie z tego sprawy, przyczyniają się do promowania krytycznego myślenia i kwestionowania z góry przyjętych idei, nawet jeśli często oznacza to pójście pod prąd.

# Rozdział 1

## Wprowadzenie



### A. Strategia przeciwdziałania plotkom

ARS (anti-rumour strategy, czyli strategia przeciwdziałania plotkom, przyp. tłum.) to długotrwały proces **zmian społecznych**. Ma on na celu zapobieganie dyskryminacji, poprawę współistnienia i wykorzystanie potencjału różnorodności poprzez wywołanie zmiany w **postrzeganiu, postawach i zachowaniach** wśród ogółu populacji i określonych grup docelowych.

Aby osiągnąć te globalne cele, strategia przeciwdziałania plotkom (ARS) skupia się na trzech konkretnych kwestiach:

- ▶ **Angażowanie i wzmacnianie pozycji szerokiego grona interesariuszy** i mieszkańców poprzez wdrażanie lokalnej polityki publicznej i budowanie wielopoziomowej platformy współpracy w ramach długoterminowej „miejskiej strategii przeciwdziałania plotkom”
- ▶ **Promowanie krytycznego myślenia i podnoszenia świadomości** na temat negatywnych skutków stereotypów, uprzedzeń i fałszywych plotek poprzez wdrażanie innowacyjnych i partycypacyjnych działań w celu ich ograniczenia oraz **kwestionowania negatywnych narracji na temat różnorodności**.
- ▶ **Wpływanie na agendę polityczną i społeczną**, tak aby ograniczenie uprzedzeń i zapobieganie dyskryminacji zostało uznane za kluczowy wspólny cel dla całego społeczeństwa.

Innowacyjna metodologia ARS łączy promocję polityki publicznej z procesem partycypacji społecznej w celu zaangażowania szerokiego spektrum podmiotów społeczeństwa obywatelskiego.

Plotki odgrywają ważną rolę w rozprzestrzenianiu się i utrwalaniu stereotypów i uprzedzeń. Wbrew temu, co niektórzy mogą sądzić, **ARS nie przewiduje kampanii komunikacyjnej wykorzystującej „obiektywne dane” do bezpośredniego demontowania plotek**. Zamiast tego stara się badać ich pierwotne przyczyny i wpływać na nie, biorąc pod uwagę specyficzne konteksty społeczno-kulturowe. Koncentruje się na znaczeniu ograniczania stereotypów i uprzedzeń poprzez uznanie ich wielowymiarowego i złożonego charakteru.

### B. Powstanie i ekspansja

Pierwszy raz promowano ARS w 2010 r. w Barcelonie w ramach działań Miejskiego Planu Międzykulturowego, który został opracowany w procesie partycypacyjnym z udziałem ponad 3000 osób. W ramach tego procesu zadano pięć pytań, z których jedno miało na celu zidentyfikowanie czynników, które uniemożliwiają osobom o różnym pochodzeniu, w tym etnicznym lub kulturowym całkowicie pozytywną interakcję. W większości odpowiedzi wymieniono czynniki subiektywne, takie jak stereotypy, uprzedzenia i ignorancja.

Biorąc pod uwagę znaczenie, jakie sami mieszkańcy przywiązują do tych subiektywnych czynników, podjęto decyzję o promowaniu strategii skupiającej się szczególnie na ograniczaniu stereotypów, uprzedzeń i fałszywych plotek dotyczących różnorodności społeczno-kulturowej.

ARS od początku była pomyślana jako proces długoterminowy. Zamiast rozpocząć kampanię komunikacyjną mającą na celu likwidację uprzedzeń za pomocą obiektywnych danych – co było podejściem uznawanym za uproszczone i nieskuteczne – zdecydowano preferować podejście bardziej jakościowe, które obejmowałoby intensywną strategię skupiającą się na przyczynach i zorganizowane działania w różnych obszarach. Wysiłki te miałyby na celu pobudzenie krytycznego myślenia i świadomości wśród ogółu społeczeństwa.

Strategia od początku przyciągała uwagę wielu miast i organizacji zarówno w Hiszpanii, jak i za granicą, a także mediów i mieszkańców. W 2013 r. w ramach pierwszego projektu mającego na celu rozszerzenie ARS metodologią tą objęto inne hiszpańskie miasta, a także członków Hiszpańskiej Sieci Miast Międzykulturowych (RECI), powiązanej z programem Miast Międzykulturowych Rady Europy. Dzięki funduszom z Inicjatywy Open Society Initiative for Europe oraz wsparciu Rady Europy i Fundacji Bankowej „La Caixa” doświadczenia barcelońskie zostały wdrożone w miastach Fuenlabrada, Getxo, Sabadell i na Teneryfie. Od tego czasu do ich grona dołączyły kolejne miasta.

Bazując na pozytywnych wynikach projektu, w 2014 r. Rada Europy z udziałem Barcelony przeprowadziła europejski projekt (C4i: Komunikacja na rzecz integracji) mający na celu adaptację i ocenę metodologii przeciwdziałania plotkom w większej liczbie miast europejskich (Limerick, Botkyrka, Norymberga, Erlangen, Lublin, Patras, Loures, Amadora, Bilbao i Sabadell). Jego celem było usystematyzowanie metodologii, a przede wszystkim dokładniejsza ocena jej wpływu niż pozwalały na to poprzednie ewaluacje. Wyniki projektu były bardzo pozytywne i od tego czasu zainteresowanie ARS ze strony innych miast i organizacji międzynarodowych wzrasta.

Wreszcie, w ostatnich latach ARS wzbudziła zainteresowanie także miast, rządów i organizacji z krajów pozaeuropejskich, takich jak między innymi Japonia, Kanada, Meksyk, Jordania, Maroko, Chile, Kolumbia i USA.



## C. Dlaczego strategia przeciwdziałania plotkom?

W tym momencie moglibyśmy (i powinniśmy) zadać sobie pytanie, dlaczego ARS jest konieczna. Dla odbiorców tego podręcznika znaczenie zwalczania uprzedzeń i dyskryminacji jest prawdopodobnie oczywiste. Powód, dla którego tak szeroka i długoterminowa strategia jest konieczna, może jednak nie być taki oczywisty.

Obecnie nauka życia w zróżnicowanych społecznościach jest wspólnym i globalnym wyzwaniem. Unikanie segregacji, dyskryminacji i rasizmu ma kluczowe znaczenie przy budowaniu włączającego i sprawiedliwego społeczeństwa. Historia pokazała, że procesy polaryzacji społecznej i wzrost mowy nienawiści mają bardzo negatywne, a nawet katastrofalne skutki i niestety procesy te nasilają się na całym świecie.

Niektórzy z nas wyobrażają sobie, że dyskryminacja nie stwarza poważnych problemów w naszym określonym środowisku. W rzeczywistości plotki, uprzedzenia i postawy dyskryminacyjne występują we wszystkich miastach, nawet jeśli większość populacji jest nieświadoma ich istnienia. **W ostatnich latach rozpowszechnił się populistyczny, demagogiczny i uproszczony dyskurs, który wzmocnił uprzedzenia. Dyskurs taki często odwołuje się do wyidealizowanej przeszłości i tworzy bariery między „nami” a „nimi”, definiowanymi w kategoriach etnicznych, narodowych, kulturowych, ekonomicznych, czy religijnych.** W niektórych przypadkach narracje te są stosunkowo słabe, ale w innych znajdują wsparcie ze strony osób, które czują się szczególnie pozbawione sprawstwa i rozczarowane światem, w którym globalizacja, nierówność, radykalizm i upadek niektórych stabilnych instytucji budzą niepokój i niepewność. „Inni”, „czyli ci, którzy się od nas różnią” są często obarczani odpowiedzialnością za problemy gospodarcze i społeczne, a niektóre grupy w szczególności (uchodźcy, imigranci, muzułmanie, Żydzi, Romowie itp.) stają się przedmiotem dyskursu strachu i wrogości. Dyskryminacja ta wiąże się z naruszaniem podstawowych praw jednostki i może także prowadzić do przestępstw z nienawiści.





Celem ARS jest zmierzenie się z tymi uproszczonymi narracjami, którym społeczeństwa demokratyczne nie były dotychczas w stanie rzucić wyzwania. Niemniej jednak nie możemy zapominać, że celem ARS jest (nie tylko) zapobieganie poważnym problemom związanym ze stygmatyzacją i dyskryminacją oraz ich unikanie, ale staranie się, by wykorzystać różnorodność poprzez tworzenie środowisk miejskich, w których różnorodność społeczno-kulturowa „przekłada się” na pozytywne zasoby dla rozwoju na wszystkich poziomach. Oczywistym jest, że uprzedzenia i plotki odgrywają znaczącą rolę w utrudnianiu pozytywnych interakcji. Tworzą bariery mentalne stanowiące przeszkodę w wykorzystywaniu talentów, umiejętności i możliwości wszystkich mieszkańców oraz utrudniają innowacje i kreatywność. Minimalizowanie uprzedzeń i plotek przynosi korzyści nie tylko ofiarom uprzedzeń, ale całemu społeczeństwu.

Na koniec chcielibyśmy podkreślić fakt, że żyjemy – jak to niektórzy określają – w epoce „postprawdy”. Choć Internet i media społecznościowe dają nowe możliwości zacieśnienia więzi między ludźmi, to są także bardzo skutecznymi kanałami szerzenia fałszywych plotek i mowy nienawiści. ARS stara się zapobiegać „normalizacji” tych postaw poprzez zwiększanie świadomości ich negatywnych konsekwencji i wzywanie do działania. Odpowiedzialność za tę kwestię jest zbiorowa; rządy, społeczeństwo obywatelskie i obywatele – wszyscy mają do odegrania kluczową rolę.

## D. Cele i podłoże niniejszego podręcznika

Podręcznik ten jest odpowiedzią na **potrzebę usystematyzowania podejścia i metodologii ARS. Zawiera także praktyczne przykłady**, które mogą pomóc miastom i innym zainteresowanym stronom, które chcą dowiedzieć się więcej o tej inicjatywie i o sposobach jej wdrożenia.

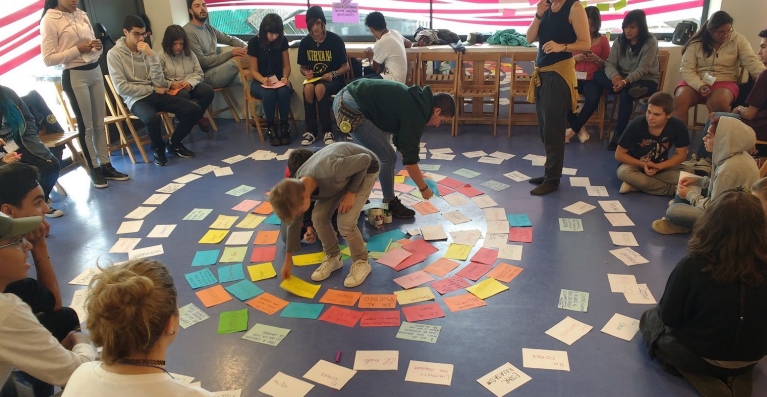
Podręcznik należy czytać jako zaktualizowaną i zrewidowaną treść przygotowaną w ramach projektu przeciwdziałania plotkom w 2013 r., zwłaszcza treść przewodnika „Miasta wolne od plotek” opracowanego na potrzeby europejskiego projektu przeciwdziałania plotkom C4i. Wnioski wyciągnięte z ostatnich lat, w połączeniu ze wzrostem liczby miast, które przystąpiły do ARS i z dużym zainteresowaniem, jakie strategia wzbudziła od tego czasu, wymagają jej aktualizacji i dalszego usystematyzowania jej wytycznych.

Podręcznik ten dostarcza więcej informacji na temat podejścia teoretycznego oraz przeformułuje cele ARS i niektóre aspekty jej metodologii. W niektórych nowych inicjatywach, zainspirowanych ARS, które pojawiły się w ostatnich latach, pominięto wnioski wyciągnięte w trakcie rozwoju programu. W rezultacie niektóre z nich nie wzięły pod uwagę kluczowych elementów podejścia lub miały trudności z przezwyciężeniem niektórych niedociągnięć zidentyfikowanych na podstawie wcześniejszych doświadczeń. Podręcznik będzie zatem przydatny zarówno dla miast, które od lat wdrażają ARS, jak i dla tych, które dopiero rozpoczęły lub planują to zrobić w najbliższej przyszłości. Każde nowe miasto, które podjęło tę inicjatywę, wzbogaciło globalną strategię o nowe pomysły, doświadczenia i podejścia.

**Charakter metodologii ARS pozostawia każdemu miastu znaczną przestrzeń na dostosowanie jej do własnego kontekstu i specyficznych okoliczności, a także na określenie własnych priorytetów i celów.** Każde wdrażanie strategii otwiera nowe możliwości współpracy z różnymi aktorami, którzy z kolei dostosowują podejście przeciwdziałania plotkom do różnych obszarów i sektorów. Zasada „zarażania” wprowadza nowych aktorów i działania, które służą inspirowaniu innych miast oraz wzbogaca wspólną wiedzę.

Wreszcie, zawartość niniejszego podręcznika uzupełnia bogactwo przydatnych zasobów, prezentujących wiedzę uzyskaną zarówno w ramach miejskich ARS, jak i w ramach innych projektów, badań i polityk, które były opracowywane przez lata i okazały się skuteczne. Zamiarem ARS nie jest wymyślanie koła/zacznianie od zera i o jej sukcesie w dużej mierze będzie decydować jej zdolność do pełnego wykorzystania poprzednich udanych inicjatyw w tej dziedzinie.

Biorąc pod uwagę złożoność tematu i charakter tej inicjatywy, jesteśmy pewni, że w dalszym ciągu będziemy identyfikować nowe słabe strony, a także możliwości, które zmuszą nas do ponownej aktualizacji niektórych treści niniejszego podręcznika. Bez wątpienia byłby to najlepszy wskaźnik powodzenia i żywotności tej niezbędnej inicjatywy.



## Rozdział 2

# Kontekst podejścia przeciwdziałającego plotkom

### A. Pokora wielkich ambicji

ARS nie stawia sobie niemożliwego zadania całkowitego wykończenia wszystkich stereotypów i uprzedzeń, które funkcjonują w społeczeństwie. Są one częścią natury ludzkiej i odgrywają istotną rolę w naszym życiu oraz w sposobie, w jaki odnosimy się do innych. Ponadto ich pochodzenie, przyczyny i formy wzmacniania są bardzo złożone i wielowymiarowe (społeczne, psychologiczne, kulturowe itp.), a zatem są powiązane z wieloma aspektami codziennych ludzkich doświadczeń.

Naiwnością byłoby sądzić, że wyizolowana, lokalna inicjatywa mogłaby rozwiązać ten problem. Dlatego bardzo istotne jest wyznaczenie jasnych i realistycznych celów, zwłaszcza gdy wymagają one głębokiej zmiany społecznej. **Choć ważne jest, aby ARS opierała się na różnorodnych działaniach, to kluczem do sukcesu jest głębokie i długoterminowe podejście mające na celu zmianę np. dominujących norm społecznych w danym kontekście społeczno-kulturowym.**

Mając to na uwadze, ARS została zaprojektowana tak, aby działała, jak „wirus”, rosła i rozprzestrzeniała się – raczej w formie plotki – wśród jak największej liczby osób i aktorów życia politycznego,

społecznego, gospodarczego, akademickiego i kulturalnego naszego społeczeństwa. **Sukces ARS można mierzyć z punktu widzenia jej wpływu na redukcję stereotypów i uprzedzeń, ale także jej zdolności do rozprzestrzeniania się i angażowania wielu różnych osób.**

W tym procesie ARS musi się uczyć i czerpać z doświadczeń niezliczonych ruchów – zarówno przeszłych, jak i obecnych – które starały się promować prawa człowieka i prawa obywatelskie, takich jak ruchy feministyczne, LGTB i oczywiście wiele ruchów antyrasistowskich.

### B. Ramy międzykulturowe

ARS nie powstała w odosobnionym biurze, oderwanym od innych polityk i dynamiki społecznej. Została opracowana w ramach bieżących zobowiązań społecznych i politycznych na rzecz międzykulturowego podejścia do różnorodności – podejścia opisanego w Programie Miast Międzykulturowych Rady Europy w następujący sposób: *„Zamiast ignorować różnorodność (jak w przypadku podejścia typu „wynajęty pracownik”), zaprzeczać różnorodności (jak w przypadku podejścia asymilacyjnego) lub przesadnie podkreślać*



*różnorodność i w ten sposób wzmacniać podziały pomiędzy grupami odrębnymi kulturowo (jak w przypadku wielokulturowości), międzykulturowość polega na wyraźnym uznaniu wartości różnorodności przy jednoczesnym zrobieniu wszystkiego, co możliwe, aby zwiększyć interakcję, mieszanie i krzyżowanie się między społecznościami różnych kultur”.*

Walka z dyskryminacją, rasizmem i segregacją jest jednym z kluczowych celów podejścia miast międzykulturowych. Jej zadaniem jest zajęcie się pierwotnymi przyczynami nierówności, dyskryminacji i braku spójności – naturalnej tendencji grupy, definiowanej przez kryteria etniczne lub kulturowe, do zapewniania korzyści swoim członkom kosztem innych grup. Program Miast Międzykulturowych wspiera miasta w przeglądzie własnych polityk przez pryzmat międzykulturowy i w opracowaniu kompleksowych strategii międzykulturowych, które pomogą im pozytywnie zarządzać różnorodnością i wykorzystać „korzyści płynące z różnorodności”. Pojęcie korzyści wynikającej z różnorodności oznacza zrozumienie i traktowanie różnorodności i grup mniejszościowych, takich jak migranci, jako zasobu rozwoju społecznego, kulturalnego i gospodarczego, a nie tylko jako bezbronnych potrzebujących wsparcia i świadczeń.

Podejście międzykulturowe możemy ująć w trzech podstawowych zasadach:

**Równość:** Dążenie do międzykulturowości wymaga wyraźnego zaangażowania na rzecz równych praw i szans społecznych dla wszystkich obywateli. Oznacza to między innymi potrzebę promowania polityki przeciwdziałającej wykluczeniu i dyskryminacji.

**Uznanie różnorodności:** Podejście międzykulturowe obejmuje także uznanie i docenienie różnorodności społeczno-kulturowej, nie z biernej perspektywy ścisłej tolerancji, ale jako rzeczywistości strukturalnej, która jest częścią natury ludzkiej i niesie ze sobą złożoność i możliwości, które należy wykorzystać. Nie chodzi o nadmierne podkreślanie różnic,

ale o ich rozpoznanie i podkreślenie podobieństw i wspólnych aspektów, które nas łączą, jako obywateli w danym kontekście.

**Pozytywna interakcja:** Aby stawić czoła zarówno złożoności, jak i możliwościom jakie stwarza różnorodność, ważne jest doświadczanie różnorodności na co dzień i we wszystkich sferach społecznych. Ta interakcja ma fundamentalne znaczenie dla rozpoznania podobieństw i zrelatywizowania wielu różnic, które często dzielą ludzi. Jest to proces dwukierunkowy, dynamiczny i wzajemny. Dlatego też, oprócz polityk na rzecz równości praw, równych szans i uznania różnorodności, fundamentalne znaczenie ma promowanie przestrzeni interakcji, dialogu i wzajemnego poznania. Pozytywna interakcja nie oznacza interakcji wolnej od konfliktów i zawiłości. Chodzi o codzienne podejście do nich zamiast ich ukrywania, czy ignorowania, dopóki nie doprowadzą do znacznie poważniejszych sytuacji konfliktowych.

Reasumując, ARS należy rozumieć jako konkretną strategię lub instrument w ramach zestawu działań politycznych i społecznych, których celem jest promowanie tworzenia społeczeństw bardziej włączających i międzykulturowych. Trudno będzie wywrzeć pozytywny wpływ poprzez promowanie ARS, jeśli nie będzie ona częścią globalnego zobowiązania i zestawu przekrojowych polityk na rzecz tych celów.

## C. Stosowanie podejścia przeciwdziałania plotkom w innych warunkach

Początkowo promowana jako strategia miasta, ARS uległa poszerzeniu, przyciągając uwagę różnych instytucji, organizacji, rządów, ośrodków edukacyjnych i firm, chcących dowiedzieć się, w jaki sposób podejście to można dostosować do innych kontekstów. Chociaż metodologia przedstawiona w tym podręczniku skierowana jest do miast – najbardziej rozwiniętych i ocenianych dotychczas użytkowników ARS – to **kluczowe elementy ARS**



**można stosunkowo łatwo dostosować do innych kontekstów.** Choć ogólne cele i zasady ARS są takie same, niezależnie od tego, czy mamy do czynienia ze szkołą, firmą, organizacją, dzielnicą, czy krajem, to metodologię należy każdorazowo zaadaptować do konkretnej sytuacji.

W istocie rozpoczęto prace – w ramach różnych strategii miejskich – nad dostosowaniem podejścia do różnych przestrzeni. Spostrzeżenia uzyskane w wyniku tych procesów będą bardzo ważne dla podmiotów chcących dostosować ARS do innych kontekstów. W wielu krajach zróżnicowanych społecznie i kulturowo rośnie zapotrzebowanie na przyjęcie ARS. Ten kierunek działania bez wątplenia będzie wymagał pełniejszego zbadania w nadchodzących latach i doskonale wpisuje się w ambicję ARS, aby pomóc różnym podmiotom ze wszystkich dziedzin w rozwoju i zaangażowaniu.

## D. Przeciwdziałanie plotkom, rasizmowi i mowie nienawiści

ARS koncentruje się na sposobach powstawania stereotypów i uprzedzeń, a przede wszystkim na tym, jak je zredukować lub przynajmniej ograniczyć ich negatywny wpływ, aby zapobiegać dyskryminacji i promować bardziej pozytywne interakcje między ludźmi.

Potępienie „zapalników” uprzedzeń i nienawiści – choć to bardzo ważne zadanie – nie jest dla ARS priorytetem. Zamiast tego strategia skupia się na promowaniu codziennego utrzymania lasu i tworzeniu zapór przeciwpożarowych, aby zapobiec rozprzestrzenieniu się płomieni (nienawiści). Chodzi o uniknięcie normalizacji mowy nienawiści oraz znalezienie większego wsparcia i współdziałania obywateli.

## Dlaczego należy położyć nacisk na plotki, a nie bezpośrednio na rasizm, czy mowę nienawiści?

Należy utrzymać podnoszenie świadomości, promowanie krytycznego myślenia i proaktywnej konfrontacji z uprzedzeniami na co dzień. **Celem ARS nie są przede wszystkim rasizm i ksenofobia w naszym społeczeństwie, ale większość populacji – której niewielu przedstawicieli może zaprzeczyć, że w takim, czy innym momencie uczestniczyło w rozpowszechnianiu plotek.**

Koncentrowanie się na plotkach okazało się bardzo skuteczne zarówno pod względem przyciągania uwagi, jak i włączania osób, które często nie czują się zagrożone lub nie są celem bardziej

wyraźnych przekazów antyrasistowskich. W tym sensie **plotki są punktem wyjścia i bramą do zajęcia się głębszymi kwestiami dotyczącymi przyczyn i konsekwencji uprzedzeń oraz ich powiązań z dyskryminacją, rasizmem i mową nienawiści.**

Jako narzędzie, ARS uzupełnia inne strategie antyrasistowskie i powinna być stosowana wraz z nimi. W żadnym wypadku nie należy rozumieć ARS jako „lekkiej” strategii antyrasistowskiej. Jest to podejście, które podkreśla specyficzny wymiar zapobiegania wszelkiego rodzaju postawom dyskryminacyjnym (nie tylko rasizmowi) i mowie nienawiści.

ARS nie koncentruje się na wierzchołku góry lodowej (przestępstwa z nienawiści), ale działa na niższych poziomach, gdzie powstają uprzedzenia i gdzie ludzie je nabywają. Biorąc pod uwagę złożoność ich przyczyn oraz znaczenie czynników bardziej strukturalnych w stosunkach społecznych i władzy naszych społeczeństw, ARS odwołuje się do odpowiedzialności niektórych aktorów i dziedzin (polityka, media, edukacja itp.) oraz do zbiorowej i indywidualnej odpowiedzialności wszystkich obywateli.

Nawet gdyby w danym kontekście społecznym nie występowała dyskryminacja (scenariusz mało prawdopodobny), stereotypy i uprzedzenia w dalszym ciągu uniemożliwiałyby pozytywne interakcje między ludźmi o różnym pochodzeniu i profilu. Społeczeństwo, w którym różne grupy były szanowane i tolerowane, ale nie mieszały się ze sobą ani nie odnosiły się do siebie, nie korzystałoby z możliwości, jakie oferuje różnorodność. W takim scenariuszu ARS i bardziej ogólnie podejście międzykulturowe nadal miałyby ogromną wartość.





## Rozdział 3

# Podstawa teoretyczna

**Z**anim zaczniemy definiować zasady i metodologię ARS, musimy przyjrzeć się pojęciom: stereotypów, uprzedzeń i dyskryminacji oraz ich podstawom teoretycznym. Istnieje wiele kierunków badań nad naturą, pochodzeniem i konsekwencjami tych conceptów. Aktualne teorie z zakresu psychologii społecznej podkreślają wieloaspektowy charakter ich korzeni obejmujący komponent poznawczy, emocjonalny i społeczny. Aby wdrażać ARS w sposób rygorystyczny i skuteczny, musimy czerpać z różnych dyscyplin, które poszerzyły wiedzę nie tylko o pochodzeniu plotek, ale także o strategiach ich skutecznej eliminacji. Musimy także przyznać, że ARS powstała w specyficznym kontekście społeczno-kulturowym, a jej podejście jest oczywiście naznaczone zachodnią perspektywą, podczas gdy stereotypy, uprzedzenia i plotki są obecne we wszystkich społeczeństwach. Są częścią natury ludzkiej, ale proces ich przyswajania jest specyficzny kulturowo.

### A. Definicje: stereotypy, uprzedzenia i dyskryminacja

**Stereotypy to przekonania, które posiadamy na temat cech charakterystycznych określonej grupy, zwłaszcza tych cech, które odróżniają ją od innych grup (płeć, wiek, pochodzenie etniczne, narodowość, zawód, wygląd fizyczny itp.).** Są to uogólnienia, które mogą być negatywne lub pozytywne, chociaż częściej generujemy te pierwsze, ale nawet te drugie mogą mieć negatywne konsekwencje.

**Uprzedzenia to nieuzasadnione i najczęściej negatywne postawy wobec obcej grupy lub jej członków.** Uprzedzenia reprezentują

afektywny wymiar naszych postaw. Obejmują one emocje i uczucia, które mogą przybrać formę niechęci, nieufności, strachu, a nawet nienawiści, chociaż mogą istnieć również bardziej ambiwalentne, a nawet pozytywne uprzedzenia.

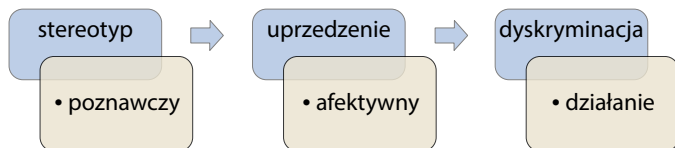
Jako nadmierne uogólnienia, stereotypy i uprzedzenia nie pozwalają na indywidualizację i uznanie różnorodności wśród członków stereotypizowanej grupy. Chociaż mogą mieć pewne podstawy empiryczne, to nie odpowiadają cechom każdej osoby w danej grupie, co czyni je niesprawiedliwymi i ograniczającymi.

Prawdziwym problemem związanym ze stereotypami i uprzedzeniami jest ich potencjał wpływania na nasze postawy i zachowania wobec innych ludzi. **Mogą mieć bardzo negatywne konsekwencje, takie jak dyskryminacja, czy nieuzasadnione i negatywne zachowanie wobec członków grup ze względu na ich przynależność do nich.**

Dyskryminacja jest oczywiście bardzo poważnym problemem i może mieć wpływ na wiele dziedzin życia danej osoby (między innymi na pracę, edukację, zdrowie, czy dostęp do mieszkań). Istnieje wiele różnych powodów, z jakich ludzie mogą być dyskryminowani, włączając w to pochodzenie etniczne (rasizm), miejsce pochodzenia (ksenofobia), religię (islamofobia, antysemityzm itp.), płeć, orientację seksualną, wiek, status społeczny i zawód.

Osoby należące do napiętnowanych grup mogą uwewnętrznić i zaakceptować przekonania, które są kojarzone z ich grupą, co czyni je jeszcze trudniejszymi do przezwyciężenia. Ponadto badania sugerują, że nie musimy wierzyć w negatywny stereotyp na temat naszej grupy, aby wywarł on na nas negatywny wpływ.

W skrócie, nasze postawy wobec członków obcych grup mogą być zdeterminowane przez trzy czynniki: poznawczy, który implikuje przekonanie (stereotypy), afektywny, który implikuje emocje i uczucia (uprzedzenia) oraz behawioralny, implikujący konkretne działania (dyskryminacja).



## B. Skąd się biorą stereotypy i uprzedzenia?

„My” i „Oni”: tożsamość społeczna a proces kategoryzacji społecznej: wg jednego z kierunków badań w psychologii społecznej stereotypy i uprzedzenia wywodzą się z naszej tendencji do stosowania kategoryzacji społecznej, która polega na naturalnym procesie poznawczym, poprzez który umieszczamy jednostki w grupach społecznych. Dzieje się tak, gdy myślimy o kimś jako o imigrancie (w odróżnieniu od miejscowego), o mężczyźnie (w odróżnieniu od kobiety) itp. Jest to element natury ludzkiej, zachodzi cały czas spontanicznie i jest ściśle związany z naszymi korzeniami kulturowymi i kontekstem społecznym. Przymiarowanie ludzi według określonych kategorii społecznych ułatwia nam życie, gdyż te przekonania upraszczają złożoną rzeczywistość. Często jednak ma to negatywne i niesprawiedliwe konsekwencje.

**Homogeniczność obcej grupy:** Kiedy kategoryzujemy ludzi na różne grupy, mamy tendencję do wyolbrzymiania różnic między tymi grupami, ale także podkreślenia podobieństw w obrębie „innej” grupy znacznie bardziej niż we własnej grupie. Ten proces homogenizacji pozwala nam łatwiej odnosić stereotypy do innych (imigrantów, uchodźców, kobiet, Romów, osób starszych itp.).

**Faworyzowanie własnej grupy:** Inną konsekwencją procesu kategoryzacji społecznej jest „faworyzowanie wewnątrzgrupowe”, które polega na tendencji do bardziej pozytywnego reagowania na osoby z własnej grupy niż na osoby z grup obcych. Faworyzowanie wewnątrzgrupowe występuje w wielu różnych typach grup społecznych, w wielu różnych kontekstach, w wielu różnych wymiarach i w wielu różnych kulturach. Ludzie zwykle bardziej lubią tych, którzy faworyzują członków własnej grupy, niż tych,



którzy są bardziej egalitarni. Co więcej, ludzie częściej zapamiętują pozytywne niż negatywne informacje na temat własnej grupy i są bardziej krytyczni wobec działań członków obcej grupy niż wobec członków własnej. Odnosząc się do swojej grupy, ludzie mają tendencję do utożsamiania jej członków z uogólnionymi pozytywnymi cechami, a negatywne zachowanie postrzegają jako wyjątek, przypisując je tylko poszczególnym osobom. Natomiast gdy mówią o członkach grupy obcej, ta indywidualizacja często nie występuje.

Faworyzowanie własnej grupy rozwija się z różnych powodów, ale najważniejszym jest po prostu **wzmacnianie własnej pozycji**. Bycie członkiem grupy o pozytywnych cechach zapewnia nam **poczucie tożsamości społecznej** – *pozytywną samoocenę, którą uzyskujemy w wyniku przynależności do grupy*. Tożsamość społeczna może być czynnikiem motywującym uprzedzenia i dyskryminację. Jesteśmy skłonni do faworyzowania własnej grupy szczególnie wtedy, gdy jesteśmy zagrożeni, a ludzie wyrażają wyższą samoocenę, gdy otrzymają możliwość wykluczenia innych grup.

Jedną z sytuacji, w której faworyzowanie własnej grupy jest mało prawdopodobne, jest sytuacja, w której członkowie danej grupy są wyraźnie gorsi od innych grup w jakimś ważnym wymiarze. Członkowie grup o niskim statusie wykazują mniejsze faworyzowanie własnej grupy niż członkowie grup o wysokim statusie, mogą nawet okazywać faworyzowanie innej grupy.

**Podłoże ewolucyjne?** Niektórzy badacze twierdzą, że procesy te mają podłoże ewolucyjne. Twierdzenie to wynika z idei, że nasi przodkowie żyli w małych grupach społecznych, które często pozostawały w konfliktach z innymi grupami. W ten sposób nasz mózg rozwinął ogromną zdolność i skłonność do kategoryzacji społecznej. **Lubimy ludzi, których postrzegamy jako bardziej podobnych do nas, ponieważ wierzymy, że mogą zaoferować nam więcej wsparcia i solidarności.** Z drugiej strony mamy tendencję do stygmatyzowania i unikania osób, które postrzegamy



jako słabsze z punktu widzenia wymiany społecznej lub jako zagrożenie dla naszego dobrostanu.

Jednakże takie wzorce są determinowane przez kontekst historyczny i społeczno-kulturowy, który ostatecznie określa, które kategorie są uważane przez większość lub bardziej uprzywilejowane grupy za bardziej negatywne, wyłączone, czy groźne. Kategoryzacje te często implikują marginalizację, stygmatyzację i dyskryminację (często poprzez prawo) osób należących do określonej grupy (imigranci, uchodźcy, osoby czarnoskóre, kobiety, Cyganie, mniejszości religijne itp.).

**Nierówności wynikające ze statusu społecznego:** Inne kierunki badań kładą nacisk na specyficzne czynniki społeczne uznawane za wysoce determinujące w procesie powstawania uprzedzeń. W tym zakresie istnieje twierdzenie, że **nierówności społeczne mogą powodować uprzedzenia wśród członków różnych grup, a uprzedzenia te są jednocześnie wykorzystywane do usprawiedliwiania tych nierówności.** Jeśli ludzie dostrzegą, że imigranci wykonują prace niewymagające wysokich kwalifikacji, mogą generować uprzedzenia związane z ich rzekomym brakiem kompetencji i negatywnym nastawieniem („są słabo przygotowani i leniwi”). Z kolei uprzedzenie to przyczynia się do uzasadniania i utrwalania tych nierówności (jeśli chodzi o prawa, płace, dostęp do zawodów wymagających wyższych kwalifikacji itp.). Inną przyczyną byłaby **chęć członków grupy do utrzymania swojego statusu społecznego, co prowadziłoby do stygmatyzacji osób postrzeganych jako potencjalne zagrożenie dla ich pozycji** (nie tylko tych najbardziej uprzywilejowanych, ale każdego „poziomu” w stosunku do osób „gorszych”). Sytuacja ta uległaby pogorszeniu w kontekście, w którym różne grupy postrzegają, że konkurują o ograniczone zasoby.

Wymiar osobowości: różnice indywidualne: Badania skupiające się na poziomie mikro miały na celu identyfikację indywidualnych różnic, które mogą pomóc przewidzieć skłonność danej osoby do bycia mniej lub bardziej stronniczą. Jak wskazują dowody, ludzie którzy dzielą to samo środowisko rodzinne i społeczno-kulturowe, mogą wykazywać bardzo różne poziomy uprzedzeń i faworyzowania swojej grupy. Niektóre wymiary osobowości, które zostały użyte do sklasyfikowania tych różnic indywidualnych, to:

- ▶ **Autorytaryzm:** wymiar osobowości charakteryzujący ludzi, którzy wolą rzeczy proste niż złożone i którzy mają tendencję do wyznawania tradycyjnych i konwencjonalnych wartości.

Odnosi się do pragnień ochrony i doskonalenia siebie, a zatem wiąże się również z większym faworyzowaniem własnej grupy, a w niektórych przypadkach z uprzedzeniami wobec grupy obcej.

- ▶ **Orientacja na dominację społeczną:** wymiar osobowości, który odnosi się do tendencji do dostrzegania i akceptowania nierówności pomiędzy różnymi grupami. Niektórzy ludzie twierdzą, że różnice w statusie pomiędzy grupami społecznymi istnieją i powinny istnieć i nie uważają ich za coś złego.
- ▶ **Osoby, które bardzo troszczą się o innych** lub skupiają się na tolerancji i uczciwości, okazują mniej faworyzowania w grupie i mniej uprzedzeń.

## C. Jak nabywamy stereotypy i uprzedzenia?

Stereotypy i uprzedzenia są ściśle powiązane z normami społecznymi obowiązującymi w naszym otoczeniu, które określają, co jest uważane za „właściwe”, a co nie. Trzymamy się stereotypów i uprzedzeń i wyrażamy je, jeśli uważamy, że to właściwe i jeśli osoby, na których nam zależy, również je wyrażają. Wyrażanie uprzedzeń nam nie szkodzi, a nawet może się przyczynić do wzrostu poczucia własnej wartości powiązanego z naszą tożsamością społeczną. Normy społeczne różnią się w zależności od kontekstu społecznego i kulturowego i nie są sztywne, ale raczej zmieniają się i ewoluują. Aby zatem wywrzeć realny wpływ na redukcję uprzedzeń, celem musi być wpłynięcie na normy społeczne i ich zmiana w pierwszej kolejności poprzez identyfikację mechanizmów i aktorów zaangażowanych w propagowanie tych poglądów.

## Rodzina i przyjaciele

Pomimo istnienia dowodów nie wykazano w pełni ścisłej korelacji wpływu rodziny na uprzedzenia dzieci. Jest oczywiste, że rodziny mają pewien wpływ, ale być może nie tak duży, jak mogłoby się wydawać. Oprócz rodziny bardzo ważną rolę w przekazywaniu norm społecznych odgrywają przyjaciele. Co ciekawe, wykazano, że nawet w przypadku szkół o dużym zróżnicowaniu, jeśli nawiązują się silne przyjaźnie, to najdłużej trwające więzi powstają pomiędzy podobnymi uczniami. Niektórzy twierdzą, że dzieje się tak dlatego, że utrzymywanie relacji z osobami z grup stereotypizowanych negatywnie wymaga wysiłku, który kończy się dystansem i osłabieniem więzi.

## Media, media społecznościowe i era postprawdy

Media odgrywają zasadniczą rolę w przekazywaniu i generowaniu stereotypów i uprzedzeń. Nawet najbardziej „poważne” i „odpowiedzialne” media rozpowszechniają stereotypowe treści i mogą być stronicze lub słabo reprezentować różnorodność społeczno-kulturową. Ponadto ludzie mają tendencję do korzystania z mediów, które wzmacniają ich poglądy, zamiast je kwestionować. Powszechnie wiadomo, że firmy z branży mediów internetowych korzystają z algorytmów filtrujących wyszukiwania i wybierających komunikaty, które najlepiej odpowiadają osobistym zainteresowaniom odzwierciedlonym w biografii internetowej danej osoby. W ten sposób, nawet jeśli wydaje nam się, że mamy dostęp do szerokiej gamy różnorodnych treści, rzeczywistość jest taka, że swoboda wyboru jest znacznie mniejsza, a większość treści, które „konsumujemy”, raczej wzmacnia nasze poglądy (lub uprzedzenia) niż je podważa. Wraz z rozwojem mediów społecznościowych i dużą dywersyfikacją źródeł informacji wyeliminowano wielu pośredników, umożliwiając ludziom bezpośredni dostęp do dużej ilości niezweryfikowanych informacji i opinii. W konsekwencji subiektywne komentarze i opinie są uznawane za prawdziwe i mające taką samą (lub większą) wartość niż inne, pochodzące z solidniejszych źródeł. Media społecznościowe są w istocie doskonałym narzędziem do szerzenia i pomnażania uprzedzeń i plotek, oferują także głosicielom nienawiści, rasizmu, radykalizacji i terroryzmu proste i bezpośrednie narzędzie umożliwiające dotarcie do potencjalnych zwolenników na całym świecie i przyciąganie ich. W tym przypadku pojawia się konflikt pomiędzy koniecznością zwalczania mowy nienawiści a potrzebą ochrony podstawowego prawa, jakim jest wolność słowa. Jednocześnie media społecznościowe umożliwiają także nawiązywanie kontaktów pomiędzy ludźmi, którzy mają wspólne zainteresowania i wiedzę. ARS musi w pełni wykorzystać tę krytyczną przestrzeń poprzez strategie komunikacyjne, kampanie podnoszące świadomość oraz jako doskonałe narzędzie do tworzenia sieci kontaktów.

## Edukacja, kultura i sport

Szkoły stanowią kluczową przestrzeń, jeśli chodzi o tworzenie lub ograniczanie stereotypów i uprzedzeń. Mają potencjał wyzwalania zmian w normach społecznych i promowania określonych wartości i postaw. Jednakże opracowanie strategii i metod pedagogicznych mających na celu przezwyciężenie, a nie wzmocnienie segregacji społecznej, etnicznej lub kulturowej, wymaga znacznego wysiłku.

Normy społeczne są tworzone i rozpowszechniane także poprzez kulturę (filmy, muzykę, muzea) i sport. Kultura może wzmacniać nasze stereotypy (jeśli na przykład filmy pokazują jedynie postacie zachowujące się zgodnie ze stereotypami), ale jest także główną areną walki ze stereotypami i ich kwestionowania, promowania krytycznego myślenia, tworzenia przestrzeni dla pozytywnych interakcji i generowania nowych wspólnych tożsamości, które wykraczają poza uprzedzenia.

## D. A co z plotkami?

Podczas II wojny światowej dwóch psychologów z Uniwersytetu Harvarda – Gordon W. Allport i Leo Postman – badało pogłoski wojenne i opracowało wzór matematyczny opisujący sposób, w jaki działa plotka i sugerujący sposoby kontrolowania lub eliminowania plotek. Wyniki swoich badań opublikowali w wydanej w 1947 r. książce Psychologia plotki. Allport i Postman definiują plotkę w następujący sposób:

Plotka, będziemy używać tego terminu, to specyficzna propozycja uwierzenia w coś przekazywana od osoby do osoby, zwykle ustnie, bez żadnych standardów dowodowych.

Implikacja plotki jest taka, że każda plotka zawiera ziarno prawdy.

Najważniejszym elementem tej definicji jest to, że plotka istnieje gdy nie ma bezpiecznych standardów dowodowych, ale odbiorca uważa ją za prawdziwą. Jeśli przyjmujemy ten punkt widzenia, to oczywiste jest, że w obecności bezpiecznych standardów dowodowych plotka nie będzie się rozwijać. Jednak nie zawsze łatwo da się uznać, czy takie standardy istnieją.



Z tego powodu nie zawsze możemy stwierdzić, czy słuchamy faktów, czy fikcji. Allport i Postman zidentyfikowali dwa główne czynniki determinujące intensywność plotki: wagę i dwuznaczność.

Plotka rozchodzi się, gdy wydarzenia mają znaczenie w życiu jednostek i gdy wiadomości na ich temat są albo niekompletne, albo subiektywnie niejednoznaczne. Niejednoznaczność może wynikać z faktu, że wiadomość nie jest jasno przekazana, z faktu, że do danej osoby dotarły sprzeczne wersje wiadomości lub z jej niezdolności do zrozumienia otrzymanej wiadomości.

Wzór na intensywność plotek będzie następujący:

**$R \sim i x a$**

gdzie,

**R** to zasięg, intensywność, czas trwania i poleganie na plotce;

**i** oznacza znaczenie plotki dla słuchacza lub czytelnika, jeśli byłaby prawdziwa, oraz

**a** to poziom niejednoznaczności lub niepewności wokół plotki.

Formuła ta oznacza, że ilość krążących plotek będzie się różnić w zależności od wagi tematu dla poszczególnych osób i niejednoznaczności dowodów odnoszących się do danego tematu. Sama dwuznaczność nie podtrzymuje plotek. Znaczenie też nie. Zatem zasięg, intensywność, czas trwania i poleganie na plotce będą w przybliżeniu równe wadze, jaką przywiązuje się do plotki, jeśli jest prawdziwa, pomnożonej przez niejednoznaczność otaczającą plotkę. Samo zaprzeczanie plotce nie eliminuje dwuznaczności; może nawet ją zwiększyć. Wyeliminowanie dwuznaczności wymaga raczej podania potwierdzających, faktycznych powodów, dla których nie należy polegać na plotkach.

Do tego podstawowego wzoru Chorus (1953 r.) dodał sens krytyczny. Oznacza to, że jeśli krytyczne nastawienie słuchacza wzrośnie, rozprzestrzenianie się plotki osłabnie lub ustanie.

**$R \sim i x a x 1$**

**C**

Wkład Chorusa oznacza, że aby zmniejszyć intensywność plotek, powinniśmy skupić się także na promowaniu krytycznego myślenia, co jest jednym z kluczowych celów ARS.

Często plotki rodzą się i rozprzestrzeniają pomyślnie, ponieważ potwierdzają wcześniejsze poglądy lub przekonania tych, którzy je akceptują. Niektórzy ludzie i grupy traktują plotki jak coś oczywistego, ponieważ są one zgodne z ich własnymi interesami lub z tym, co uważają za prawdziwe.

Jednocześnie plotki są sposobem na radzenie sobie z lękami i niepewnością poprzez generowanie i rozpowszechnianie stwierdzeń i założeń, które pomagają nam wyjaśnić i zrozumieć niejednoznaczne sytuacje lub niepewność, zmniejszyć lęk i usprawiedliwić zachowanie.

Często plotki pojawiają się także w kontekście realnego lub potencjalnego zagrożenia, zarówno materialnego, jak i psychicznego, co daje ludziom poczucie kontroli i komfortu psychicznego. Zagrożenia psychiczne mogą mieć charakter osobisty lub zbiorowy i często są powiązane z tożsamością.

W kontekstach społecznych, w których ignorancja, stereotypy i uprzedzenia wywołały poczucie strachu i zagrożenia dla tożsamości zbiorowej, plotki mogą odegrać rolę uspokajającą.

Wiele plotek jest jednocześnie podsycanych stereotypami i uprzedzeniami, które je pogłębiają.

Dlaczego je akceptujemy i rozpowszechniamy?

- ▶ Wiele osób w nie wierzy, a my chcemy być częścią grupy większościowej i unikać konfrontacji
- ▶ Dotyczą istotnego dla nas tematu i opierają się na niejednoznacznych informacjach, które pomagają nam zrozumieć coś złożonego, czego nie jesteśmy w stanie zrozumieć
- ▶ Są powtarzane przez kogoś, kto cieszy się naszym zaufaniem
- ▶ Opierają się na akceptowanych stereotypach i uprzedzeniach

Wniosek, który możemy podkreślić, jest taki, że choć formuła plotki daje nam bardzo ciekawe podejście, jasne jest, że jedynie dostarczenie obiektywnych danych pozwoliłoby na wyeliminowanie plotek. Aspekty kontekstowe, psychologiczne i emocjonalne, jak widzieliśmy w przypadku uprzedzeń, są bardzo istotne i muszą być brane pod uwagę w podejściu ARS. Obiektywne i dokładne informacje oraz argumenty są konieczne, lecz w wielu przypadkach nie wystarczą, gdyż przyczyny i charakter plotek i uprzedzeń są bardzo złożone.



## Rozdział 4

# Kluczowe elementy miejskiej „strategii przeciwdziałania plotkom”

**Z**anim przejdziemy do bardziej praktycznych informacji na temat wdrażania ARS, skupmy się najpierw na głównych cechach miejskiej ARS. Możemy wyróżnić pięć głównych cech, które są powszechne lub niezbędne do opracowania i wdrażania skutecznych strategii. Specyficzny kontekst lokalny może wymagać, aby strategia położyła nacisk na ten czy inny obszar, ale uważamy, że tę „idealną” listę elementów należy zawrzeć w każdej ARS.

### A. Zaangażowanie polityczne

Miejska ARS zależy od zdecydowanego zaangażowania w budowanie szerokiej sieci partnerów społecznych w ramach długoterminowej strategii miasta. W tym celu, ARS musi **zapewnić prawdziwe polityczne zaangażowanie i wsparcie**. Co więcej, decyzja o promowaniu ARS musi być **spójna z istniejącą polityką różnorodności** i nie może być sprzeczna z dyskursami i polityką wdrażaną przez gminę. Nawet w tych konkretnych przypadkach, w których ARS nie jest prowadzona przez lokalne władze, kluczowym celem strategii musi być potrzeba poszukiwania wsparcia i zaangażowania politycznego.

Radzenie sobie z uprzedzeniami i stereotypami nie jest „obowiązkiem” jednego wydziału urzędu miejskiego. Aby strategia miała głębszy wpływ, **wymaga zespołu, który ją poprowadzi, a także prawdziwej współpracy, w tym współpracy między wydziałami**. Wiele na tym polu mogą zdziałać m.in. wydziały kultury, edukacji, gospodarki, komunikacji i urbanistyki. Ponadto nie powinniśmy zapominać, że również administracja publiczna może rozpowszechniać plotki. Dlatego oprócz prowadzenia procesu powinniśmy

także zacząć patrzeć „na siebie” i zidentyfikować swoje mocne i słabe strony. Aby ARS była skuteczna, konieczne jest szkolenie i wzmocnienie pozycji zarówno polityków, jak i urzędników.

Wreszcie, aby zagwarantować silne zaangażowanie polityczne i trwałość strategii, za ważny cel można również uznać zapewnienie szerokiego konsensusu politycznego wśród lokalnych partii politycznych. Doświadczenie pokazuje, że nie zawsze jest to łatwe, ale istnieją różne sposoby stawienia czoła temu wyzwaniu. Z drugiej strony pozytywne doświadczenia pokazują, że jeśli naprawdę od samego początku zacznie się pracować nad osiągnięciem konsensusu politycznego, rezultaty mogą być niezwykle pozytywne.

### B. Zaangażowanie i uczestnictwo: strategia całego miasta

Rada miasta nie może ponosić wyłącznej odpowiedzialności za złożone i wielowymiarowe zadanie zwalczania uprzedzeń i rozwiewania plotek. Aby strategia była skuteczna i trwała, musimy znaleźć szereg sojuszników społecznych i mieszkańców, którzy zaangażowali się w ograniczanie uprzedzeń i przerwanie łańcucha fałszywych, poniżających i zagrażających ich prawom podstawowym plotek oraz nawiązać z nimi współpracę. Już sam ten proces stanowi szansę na zarządzanie różnorodnością w sposób, który pozwala całemu społeczeństwu skorzystać z jej potencjalnych korzyści w zakresie rozwoju społecznego, kulturalnego, gospodarczego i demokratycznego.





W celu zaangażowania tych osób gminy powinny być otwarte na odkrywanie nowych sposobów współpracy z lokalnymi podmiotami i obywatelami. Aktywności tej nie należy postrzegać jako „kolejnej” polityki prowadzonej przez gminę, ale raczej jako ruch społeczny angażujący gminę (przewodniczący, koordynujący, wspierający) i dużą liczbę lokalnych aktorów w różnych obszarach, których ta kwestia dotyczy, tj. społecznych, kulturalnych, sportowych, religijnych, młodzieżowych, biznesowych, szkolnych, uniwersyteckich, mediów itp. Do komunikacji ARS przyczyni się również zaangażowanie lokalnych liderów opinii i wzorców do naśladowania.

Kluczem do tego podejścia jest zbudowanie sieci przeciwdziałającej plotkom. Sieć to nie tylko instrument „partycypacji”, ale motor strategii. Zapewnia nam wgląd w rzeczywistość plotek i pomaga nam określić, o czym są plotki i jak najlepiej je obalić. Przynależność do sieci generuje także poczucie solidarności pomiędzy zaangażowanymi podmiotami i organizacjami – bycie częścią wspólnego wysiłku nadaje członkom sieci legitymizację i znaczenie.

Zaangażowanie wielu podmiotów i praca na zasadzie współpracy to głównie kwestia wyników. Jak wiemy, uprzedzenia i plotki opierają się na emocjach, a nie na faktach. Jeśli mamy zmienić sposób postrzegania, należy to wziąć pod uwagę; samo rozpozszechnianie opartych na faktach danych nigdy nie doprowadzi do realnej zmiany.

**Konieczność oddziaływania na „emocje” w celu dementowania uprzedzeń wymaga bardziej bezpośredniej, twórczej i spontanicznej interakcji społecznej, w której zaangażowani ludzie (tzw. agenci przeciwdziałania plotkom) i lokalne organizacje oddolne mogą okazać się znacznie skuteczniejsze niż urzędnicy miejscy.**

Wreszcie, nie możemy zapominać, że ARS nie polega tylko na robieniu „nowych rzeczy”, ale także na **identyfikowaniu i mapowaniu już istniejących projektów i inicjatyw przeciwdziałających plotkom.**

Podejście przeciwdziałania plotkom nie skupia się na tych, którzy są najbardziej zaangażowani lub oddani walce z dyskryminacją, ani też nie atakuje zdeklarowanych rasistów. Zamiast tego celuje we wszystkich znajdujących się w środku spektrum: w „ambiwalentną” większość.

Większość ta zwykle nie zwraca uwagi na kampanie jawnie antyrasistowskie, ponieważ nie uważa się za rasistów i dlatego nie czuje się ich adresem i nie czuje wyzwania. Natomiast odwołanie się do plotek budzi większe zainteresowanie i bezpośrednią identyfikację, ponieważ wiele osób uznaje plotki i akceptuje fakt „posługiwania się” nimi, a nawet „wiary” w niektóre z nich.

**Jeśli mamy zwrócić uwagę ambiwalentnej większości, nie możemy jej obwiniać z pozycji moralnej wyższości i musimy szczególnie uważać, aby nie „nauczać” „jedynej prawdy” i nie wmawiać ludziom, jak wielkimi są ignorantami lub rasistami.** To nie działa. „My” należymy do tej większości: pracownicy władz miejskich, politycy, specjaliści, nauczyciele, wolontariusze z organizacji pozarządowych lub ogół obywateli, w tym migranci, uchodźcy itd. Przyznanie, że wszyscy mamy uprzedzenia, jest kluczowym punktem wyjścia dla ARS.

Jesteśmy przekonani, że ARS **nie powinna polegać na obwinianiu, ale raczej na przyciąganiu większości** i poprawie jej zdolności do zaprzestania nakręcania spirali plotek. Chodzi także o uświadomienie ludziom negatywnych konsekwencji ich uprzedzeń i zachęcenie ich do bardziej aktywnej postawy w zakresie ich rozpoznawania i ograniczania. Nie powinniśmy oczekiwać, że obywatele wezmą na siebie całą odpowiedzialność, ani nie powinniśmy polegać wyłącznie na urzędnikach miejskich. Musimy także zidentyfikować i potępić tych, którzy przyczyniają się do tworzenia, szerzenia i utrwalania uprzedzeń i plotek lub tych, którzy szukają w ten sposób korzyści politycznych, gospodarczych lub społecznych. Oprócz ich identyfikowania, musimy spróbować przeciwdziałać i minimalizować ich wpływ na percepcję społeczną

#### **D. Kreatywność na wszystkich poziomach: podstawowa tożsamość strategii**

Już sama koncepcja przeciwdziałania plotkom pokazuje, jak ważna dla tej strategii jest kreatywność. Jedną z głównych słabości niektórych tradycyjnych inicjatyw podnoszenia świadomości jest



ich niezdolność do dotarcia do głównego nurtu odbiorców i zaangażowania ich, a nie tylko do tych mniejszości, które są już wrażliwe na tę kwestię. Uznaliśmy, że w celu poszerzenia grupy docelowej, strategia od samego początku musi być zarówno kreatywna, jak i innowacyjna na wszystkich poziomach: powinna na przykład dotyczyć sposobu, w jaki samorządy lokalne inicjują kampanie podnoszące świadomość; jak podchodzimy do udziału obywateli; jak angażujemy lokalnych aktorów; oraz jakich treści komunikacyjnych i narzędzi używamy w kampaniach.

Kreatywność nie polega tylko na wytwarzaniu „twórczych” produktów i narzędzi. Ma ona znacznie głębsze znaczenie, ponieważ wymaga ponownego przemyślenia tego, jak działamy, jak współpracujemy i pracujemy jako sieć oraz jak projektować i wdrażać kampanie podnoszące świadomość, które przynoszą realny wpływ. Jeśli chcemy przyciągnąć uwagę większości, musimy dotrzeć do jej członków, gdziekolwiek się znajdują: w przestrzeni publicznej, w szkołach, w obiektach sportowych, w pracy i oczywiście w mediach społecznościowych.

**Kreatywność jest nam potrzebna, żeby dotrzeć do szerszego grona odbiorców, ale też intensywnie pracować z konkretnymi grupami docelowymi, jak m.in. uczniowie, pracownicy dużej firmy, czy mieszkańcy konkretnej dzielnicy.**

Wreszcie, jeśli chcemy zaangażować i zmotywować ludzi do aktywnej roli w tym procesie, to doświadczenie to musi być ekscytujące, motywujące, a przede wszystkim przydatne i skuteczne.

### **E. Rygor, wyniki i trwałość: znacznie więcej niż tylko rozpowszechnianie danych zaprzeczających plotkom**

Próba wykorzenia stereotypów i uprzedzeń nie jest łatwym zadaniem. ARS musi być rygorystyczna i zorientowana na osiągnięcie rzeczywistych, konkretnych wyników i wpływu. Jednocześnie powinniśmy zachować ostrożność, aby nieumyślnie nie wzmacniać uprzedzeń i plotek, zamiast je dementować. Wiemy, że nasze postawy mają trzy ściśle powiązane wymiary: poznawczy, emocjonalny i behawioralny. ARS nie może po prostu dostarczać informacji opartych na faktach, które kontrastują ze stereotypami i plotkami oraz je obalają. Musi przyjmować perspektywę wielowymiarową i uwzględniać emocjonalny komponent plotek, np. uświadamiając nam doświadczenia, które



dzielimy z członkami grupy będącej celem plotek lub które nam się podobają, jednocześnie stwarzając możliwości interakcji społecznych, które pomagają nam zmienić nasze postawy.

Zaangażowanie i dobra wola są niezbędne do udziału w takich projektach, ale nie wystarczą, aby zapewnić dyscyplinę i pożądany efekt. Doświadczenia Barcelony i innych miast pokazały, że należy **wzmocnić pozycję wszystkich osób zaangażowanych w strategię**, począwszy od pracowników władz miejskich, zaangażowanych organizacji i oczywiście przyszłych agentów przeciwdziałających plotkom. Biorąc pod uwagę złożoność naszego zadania polegającego na dementowaniu uprzedzeń i stereotypów, istotne jest **zapewnienie szkoleń i różnych metod budowania potencjału**. Konieczne jest zrozumienie kontekstu i zdobycie niezbędnych umiejętności, aby lepiej stawić czoła uprzedzeniom i opracować skuteczne strategie.

Poważna i rygorystyczna **ocena wpływu kampanii to kluczowy i złożony proces, który musi być uwzględniony w strategii od samego początku**. Jakie są nasze cele? Jakie zmiany chcemy zobaczyć? Jakie wskaźniki mogą nam pomóc sprawdzić, czy ta zmiana zachodzi? Jak zamierzamy zdobyć te informacje? Lepiej ustalić to na początku procesu. Można stracić impet we wdrażaniu działań i budowaniu sieci, jeśli nie będziemy w stanie wykazać, że pomogły one w osiągnięciu oczekiwanych rezultatów i przyniosły realny wpływ. Jeżeli nie będzie możliwe wykazanie, że kampania wywarła pozytywny wpływ, nie będzie dowodów potwierdzających jej trwałość.

Biorąc pod uwagę, że ARS nie szuka szybkich i „łatwych” rezultatów, ale ma na celu głębszą i długoterminową zmianę społeczną, niezwykle istotne jest zapewnienie jej trwałości. W tym projekcie nie ma dróg na skróty, co oznacza, że sześciomiesięczna kampania komunikacyjna nie jest w stanie zapewnić realnej zmiany społecznej. Jeśli mamy mieć jakąkolwiek szansę spowodowania zmian społecznych, na jakie liczymy, musimy wykazać się ambicjami, kreatywnością, rygorystycznością i cierpliwością, ponieważ niektóre zmiany mogą zająć lata.



## Rozdział 5

# Strategia przeciwdziałania plotkom „krok po kroku”

**W** niniejszym rozdziale zagłębimy się w metodologię, której należy przestrzegać w każdej miejskiej ARS, aby zagwarantować jej prawidłowe wdrożenie. W celu uruchomienia strategii konieczne jest podjęcie pierwszych czterech działań. Po zakończeniu fazy uruchamiania będziemy mogli rozpocząć opracowywanie i wdrażanie działań

przeciwdziałających plotkom. Strategia od samego początku musi uwzględniać ewaluację, a w przypadku monitorowania i oceny poszczególnych kampanii/projektów lub działań ewaluacja musi być opracowana przed ich realizacją. Kwestia ta zostanie omówiona w rozdziałach 6 i 7 razem z zagadnieniem trwałości strategii.

Faza uruchamiania	Działania przygotowawcze
	Diagnoza przeciwdziałania plotkom
	Zaangażowanie kluczowych i zmotywowanych aktorów: podstawa przyszłej sieci przeciwdziałającej plotkom
	Szkolenie agentów przeciwdziałających plotkom
Faza realizacji: działania mające na celu przeciwdziałanie plotkom	Strategia komunikacyjna i jej rozpowszechnianie
	Pozyskiwanie nowych sojuszników: rozwój sieci
	Wiedza i krytyczne myślenie
	Świadomość partycypacyjna i działania wzmacniające
	Promowanie pozytywnych interakcji
	Konfrontacja z uprzedzeniami i plotkami
	Kreatywne laboratoria przeciwdziałania plotkom
	Przestrzenie wolne od plotek
	Osiąganie nowych poziomów wpływu
	Współpraca i wymiana z innymi miastami oraz projekt globalny
Trwałość	

Ewaluacja

## A. Uruchomienie strategii

### 1. Przygotowanie strategii

#### a) Podjęcie decyzji

Potrzebny jest ktoś (zwykle polityk, jeśli skupiamy się na władzach lokalnych), kto podejmie decyzję o uruchomieniu ARS. Dla powodzenia strategii ważne jest, by wiedzieć, kto podejmuje tę decyzję i dlaczego. Jakie wyzwania, zmartwienia i powody skłaniają tę osobę do podjęcia takiej decyzji? Jakie są główne cele i oczekiwane rezultaty? Inicjatywa może wynikać z propozycji technicznej złożonej przez urzędników miejskich, po której następuje decyzja polityczna lub może być od początku inicjatywą polityczną.

#### b) Polityczne zaangażowanie i konsensus

W obu przypadkach, by zbudować szeroką sieć partnerów społecznych i osiągnąć współpracę między wydziałami, potrzebne jest zaangażowanie polityczne i wsparcie, które można osiągnąć poprzez wyraźne poparcie burmistrza i innych lokalnych polityków, uczestnictwo polityków w spotkaniach przygotowawczych i warsztatach lub poprzez nawiązanie do ARS w publicznych wystąpieniach i deklaracjach politycznych, np. przy okazji wydarzeń i uroczystości związanych z różnorodnością, włączeniem, przeciwdziałaniem dyskryminacji, czy kwestiami imigrantów i uchodźców.

■ W wielu miastach uczestniczących w europejskim projekcie C4i burmistrzowie i zastępcy burmistrzów uczestniczyli w pierwszych spotkaniach z zewnętrznymi ekspertami ds. przeciwdziałania plotkom, aby lepiej poznać podejście ARS. W **Getxo** całe władze uczestniczyły w **warsztatach budowania potencjału**, które były również bardzo przydatne w **promowaniu „kultury” międzywydziałowej**. Wkrótce po tym, jak **Erlangen** podjęło decyzję o uruchomieniu ARS, po wyborach lokalnych doszło do zmiany władzy. W tym przypadku w spotkaniach uczestniczyli zarówno odchodzący, jak i przyszły burmistrz.

Zaangażowanie musi przełożyć się na alokację zasobów ludzkich i gospodarczych. Jak pokazało wiele miast, jednym ze sposobów osiągnięcia tego może być włączenie ARS do szerszych strategii miejskich.

■ W **Barcelonie** ARS stanowiła jedno z konkretnych działań w ramach strategii międzykulturowej miasta zatwierdzonej w 2009 r. po rocznym procesie partycypacyjnym, w którym wzięło udział **ponad 3000 osób, organizacje lokalne i różne inicjatywy społeczne**. Co więcej, Plan Międzykulturowy miasta powstał w wyniku konsensusu politycznego w sprawie Miejskiego Planu Imigracji, który objął wszystkie partie polityczne obecne w lokalnym parlamencie. Obydwa czynniki zapewniły ARS **solidne zaangażowanie polityczne i konsensus**.

Wiele innych miast, takich jak **Bilbao**, czy **Logroño**, uwzględniło ARS w długoterminowych planach strategicznych gmin z dedykowanymi budżetami i wskaźnikami monitorowania.

Z tego powodu, iż podejście przeciwdziałania plotkom dotyczy kwestii drażliwych i złożonych, jego celem jest zbudowanie długoterminowej strategii. Osiągnięcie konsensusu politycznego wśród jak największej liczby partii politycznych wymaga znacznego wysiłku, ale ostatecznie się opłaca. Wysiłki takie mają dwojaki cel: z jednej strony zmniejszenie prawdopodobieństwa, że strategia stanie się „politycznym futbolem”, gdy media będą wrogo nastawione do imigrantów lub partia antyimigrancka stanie się częścią sceny politycznej; z drugiej strony, aby zwiększyć jej trwałość w przypadku zmiany politycznej. Wsparcie międzypartyjne minimalizuje ryzyko polemicznych debat wykorzystujących w populistyczny sposób kwestie imigracji lub różnorodności do osiągnięcia korzyści wyborczych. Bez tego zagrożona byłaby nie tylko trwałość strategii, ale także zdolność zespołu do skutecznego przeprowadzenia procesu.

■ Miasto **Botkyrka** w Szwecji jest jednym z najlepszych przykładów osiągnięcia konsensusu politycznego. W celu ograniczenia potencjalnego „upolitycznienia” ARS, które odwracałoby uwagę od rzeczywistych problemów, przywódcy zabiegali o poparcie zarówno socjaldemokratów, jak i opozycyjnej Partii Konserwatywnej i zapewnili je. W pierwszych spotkaniach i warsztatach budowania potencjału uczestniczyli wspólnie zastępca burmistrza odpowiedzialny za ARS oraz lider opozycji wraz z przedstawicielami pozostałych opozycyjnych partii politycznych. Podobne wsparcie międzypartyjne uzyskano w **Bilbao** i **Sabadell** w oparciu o konsultacje, w których od początku uczestniczyły wszystkie strony.

W dążeniu do utworzenia szerokiej koalicji politycznej wiele miast uznało za bardzo przydatne wyjaśnienie, że ARS to strategia globalna, promowana przez Radę Europy i wdrażana w kilku krajach. Burmistrzom może być łatwiej osiągnąć konsensus polityczny w celu wspólnego innowacyjnego podejścia do zapobiegania dyskryminacji i budowania miast bardziej włączających, sprawiedliwych i międzykulturowych, gdy będą w stanie udowodnić, że strategia ta cieszy się dużym uznaniem międzynarodowym i jest wdrażana przez miasta rządzone przez różne „barwy polityczne”.

„Chociaż w celu osiągnięcia maksymalnego efektu pożądane jest, aby gminy przejęły wiodącą rolę w promowaniu ARS jako polityki publicznej, to istnieją pewne wyjątki, które należy wziąć pod uwagę: na przykład, gdy lokalne organizacje pozarządowe jako pierwsze stają się aktywne, by później wywołać lub wywrzeć presję na samorządy lokalne, aby się przyłączyły. Dla wpływu ARS kluczowe znaczenie ma jednak zaangażowanie w pewnym momencie organu publicznego wspierającego strategię.”

■ W Limerick organizacja pozarządowa Doras Luimní przeprowadziła pilotażową strategię przeciwdziałania plotkom, włączając ją do swojej codziennej pracy i dzieląc się podejściem z innymi podmiotami społecznymi i obywatelami. W ten sposób nawiązała współpracę z władzami lokalnymi i zainspirowała rady miejskie do uruchomienia ARS pod przewodnictwem i „pod naciskiem” innych podmiotów społecznych i organizacji pozarządowych.

■ Hiszpańska organizacja pozarządowa „Andalucía Acoge” pilotowała projekt „Stop plotkom” i wdrożyła działania przeciwdziałające plotkom w wielu hiszpańskich miastach, w których władze lokalne nie zdecydowały jeszcze o stworzeniu własnej ARS.

## c) Zasoby ludzkie i budżet

ARS nie jest kosztowną strategią ani polityką, gdyż w dużej mierze opiera się na budowaniu silnej sieci społecznej z udziałem wielu wolontariuszy, a także na kreatywności i wykorzystywaniu tego, co już zostało zrobione i co się dzieje w mieście. Wymaga jednak pewnych zasobów. Dlatego ważne jest, abyśmy przed uruchomieniem ARS mieli już jasny obraz jej potrzeb, ale także budżetu i zasobów ludzkich.

Dla zapewnienia prawidłowego rozwoju ARS, potrzebny jest zespół co najmniej 2-4 osób. Najlepiej, by jedna z nich pracowała na pełny etat. Wiele miast zleca część codziennej koordynacji ARS ekspertom zewnętrznym lub organizacjom lokalnym. Ważne jest jednak, aby co najmniej jeden urzędnik miejski był odpowiedzialny za ogólną koordynację działań. W przeciwnym razie miasto może utracić kontakt z ARS co może zagrozić jego zaangażowaniu w tę strategię. Nowe miasta, które chcą uruchomić ARS, powinny wziąć to pod uwagę, ponieważ utrata kontaktu może oznaczać mniejszy wpływ. Jednakże wysoce pożądany jest mieszany zespół złożony z personelu miejskiego i specjalistów zewnętrznym.

Budżet będzie zależał od możliwości zapewnienia przez gminę własnych zasobów kadrowych i jej ambicji. Należy jednak uwzględnić następujące podstawowe elementy:

- ▶ Pierwsze warsztaty budowania potencjału (co najmniej trzy sesje po trzy godziny)



- ▶ Pierwsze szkolenia agentów przeciwdziałających plotkom (co najmniej jedno szkolenie dla 25 osób trwające 8-12 godzin)
- ▶ Koordynacja sieci (część jednego etatu)
- ▶ Przygotowanie materiałów informacyjnych i narzędzi komunikacji
- ▶ Implementacja niektórych pierwszych działań i wydarzeń w zakresie przeciwdziałania plotkom (w zależności od priorytetów i możliwości internalizacji w ramach budżetów poszczególnych wydziałów)

Średni roczny budżet może się znacznie różnić w zależności od okoliczności i kraju. Miasta mogą być w stanie zapewnić więcej zasobów ludzkich i zinternalizować więcej wydatków. Niektóre zaczynają od zaledwie 10 000 euro, zapewniając część niezbędnego personelu, a po wykazaniu obiecujących krótkoterminowych efektów początkowych udało im się zwiększyć budżet. Jednakże w celu zagwarantowania prawidłowego rozwoju ARS, pożądane byłoby, aby co najmniej dwie osoby pracowały w niepełnym wymiarze godzin z budżetem od 30 000 do 50 000 euro na szkolenia, materiały i zajęcia. Część budżetu, jak zobaczymy później, trzeba przeznaczyć na ewaluację. Wiele miast zdołało zwiększyć budżet po wykazaniu pozytywnego wpływu w pierwszych latach. Obecnie, w ósmym roku realizacji strategii, Barcelona wydaje na swoją ARS 150 000 euro rocznie.

Na koniec należy podkreślić, że ARS w dużym stopniu opiera się na wkładzie wielu wolontariuszy i lokalnych aktorów, którzy angażują się i uczestniczą w sieci przeciwdziałającej plotkom, a także uwzględniają podejście przeciwdziałające plotkom w swoich działaniach. „Zaraźliwy” efekt ARS okazał się bardzo skuteczny w osiągnięciu skutków większych niż oczekiwano, jak zobaczymy później na kilku przykładach.

## d) Budowanie zdolności głównego zespołu

Po podjęciu decyzji o uruchomieniu ARS bardzo ważne jest określenie, kto będzie kierować procesem w instytucji. Profil prowadzenia skutecznej strategii wymaga umiejętności w zakresie: 1) zarządzania procesami zaangażowania i partycypacji, 2) zapewnienia środowiska pracy opartego na współpracy oraz 3) wspierania kreatywności i innowacyjności. Kiedy staramy się wprowadzać innowacje, to kluczowe są osoby kierujące procesem, którego celem jest osiągnięcie zmiany paradygmatu.



Co więcej, należy zbudować główny zespół, który będzie odpowiedzialny za codzienne decyzje i koordynację ARS. Pożądane jest, aby ten podstawowy zespół tworzyły co najmniej 2-4 osoby.

Po zidentyfikowaniu odpowiednich osób kolejnym krokiem jest wzmocnienie pozycji zespołu. Czym tak naprawdę zajmuje się ARS? Jakie są główne koncepcje teoretyczne? Jaką metodologię należy zastosować? Na jakich przykładach z istniejących inicjatyw można bazować? Dobrym punktem wyjścia są warsztaty wprowadzające prowadzone przez ekspertów zewnętrznych, trwające co najmniej 3 godziny, w celu zdobycia głębszej wiedzy na temat podejścia i metodologii ARS; i oczywiście inspiracja bardziej doświadczonymi miastami przeciwdziałającymi plotkom. Konieczne jest także zaproszenie większej liczby osób z różnych wydziałów władz miejskich i kluczowych aktorów społecznych do udziału w prezentacjach wprowadzających i w warsztatach budowania potencjału w celu ich zmotywowania i zaangażowania oraz promowania współpracy.

Podsumowując, aby zapewnić prawidłowe uruchomienie ARS, należy zorganizować co najmniej dwa spotkania wewnętrzne (z politykami i zespołem podstawowym) oraz dwa warsztaty z udziałem potencjalnych partnerów z administracji miasta i zewnętrznych aktorów społecznych. Eksperti ds. przeciwdziałania plotkom mogą zapewnić „zestaw narzędzi wprowadzających do przeciwdziałania plotkom”, a główny zespół może także dzielić się istniejącymi materiałami i narzędziami (podręczniki, praktyczne przewodniki, filmy itp.), aby pogłębić swoją wiedzę i zacząć inspirować się metodami, wnioskami i praktycznymi przykładami pochodzącymi od innych miast.

## e) Współpraca pomiędzy wydziałami

ARS nie jest polityką jednego wydziału. Wpływa na wszystkie obszary polityki lokalnej i potrzebuje wielu sojuszników z całej administracji. Zaangażowanie całej rady miejskiej w ARS od samego początku jest bez wątpienia bardzo ambitnym celem, natomiast ważne jest zaangażowanie na wczesnym etapie kluczowych obszarów, takich jak edukacja, kultura, sport, a także rozwój gospodarczy, planowanie urbanistyczne i lokalna policja.

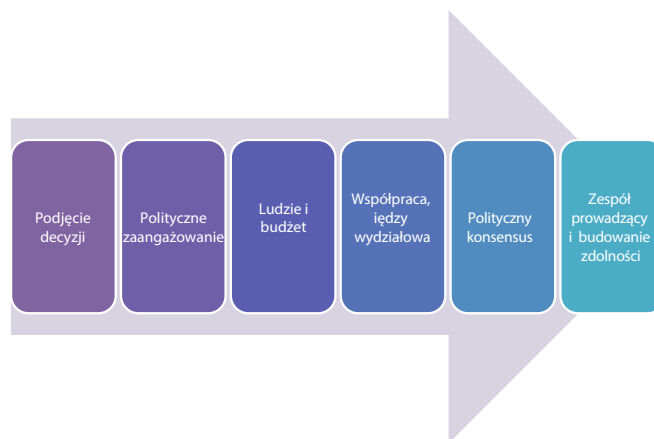
Należy zbudować prawdziwą „administrację przeciwdziałającą plotkom” z myślą o wspieraniu debaty, dzieleniu się know-how oraz o zapewnianiu wewnętrznych szkoleń i budowaniu potencjału. Zaangażowanie polityczne burmistrza lub zastępcy burmistrza odpowiedzialnego za ARS jest ważne dla wspierania współpracy

międzywydziałowej i obrony jej znaczenia na posiedzeniach lokalnych władz.

W miastach takich jak Norymberga, Botkyrka, Patras, Loures, Amadora, Jerez, Logroño i Kartagena przedstawiciele wielu wydziałów miejskich wzięli udział w pierwszych warsztatach budowania potencjału. Zdolność głównego zespołu do angażowania i motywowania innych wydziałów już na samym początku ma kluczowe znaczenie dla uniknięcia postrzegania ARS jako obowiązku jednego wydziału.

Inną okazją do zaangażowania różnych wydziałów jest poproszenie ich o udział w diagnozie przeciwdziałania plotkom mającej na celu identyfikację głównych wyzwań i plotek, dotyczących kwestii różnorodności i konkretnych grup, z którymi się mierzą.

Wreszcie, dzielenie się z innymi wydziałami inspirującymi działaniami przeciwdziałającymi plotkom wdrożonymi przez inne miasta może być bardzo przydatne w przekonaniu ich o odpowiedzialności i możliwościach, jakie niesie ze sobą zaangażowanie w ARS. Jak pokazało doświadczenie wielu miast, pomyślna praca międzywydziałowa pozwala na wdrożenie niektórych z najważniejszych działań mających na celu przeciwdziałanie plotkom przez różne wydziały, które kładą nacisk na różne tematy. Miasto Montreal, jedno z najmłodszych miast, które wdrożyło ARS, położyło nacisk na swoje pierwsze działania na rynku pracy i poszukiwanie sposobów ograniczenia stopy bezrobocia, która jest szczególnie wysoka wśród migrantów.



Jedną z głównych przeszkód zagrażających wpływowi ARS jest ograniczenie się i zamknięcie w ramach jednego wydziału. Współpraca międzywydziałowa nie jest na początku łatwa i może zająć trochę czasu, ale zdecydowanie jest warta wysiłku.

## 2. Diagnoza przeciwdziałania plotkom

Wspomnieliśmy już, że przed opracowaniem ARS musimy się skupić na właściwej diagnozie głównych wyzwań stojących przed miastem w zakresie różnorodności. Powinniśmy też zidentyfikować istniejące inicjatywy i kluczowych aktorów społecznych, którzy odgrywają ważną rolę i posiadają specjalistyczną wiedzę w tych obszarach. Diagnoza ta może się skupiać na czterech konkretnych sferach.

### a) Kontekst i wyzwania

Po pierwsze, musimy zidentyfikować główne cechy kontekstu miasta, które są istotne dla pożądanego celu. Wiele miast prawdopodobnie będzie już dysponowało tymi informacjami, warto się jednak skupić na gromadzeniu informacji dotyczących następujących kwestii:

- ▶ W jaki sposób ewoluowało zróżnicowanie populacji miasta?
- ▶ Jakie są aktualne wyzwania?
- ▶ Jakie są ramy polityki samorządu lokalnego dotyczące zarządzania różnorodnością (główne zasady, cele, plany i szczegółowe polityki)? Co ze strukturą władz miejskich – czy istnieje konkretny wydział zajmujący się polityką różnorodności?
- ▶ Jaki jest poziom współpracy międzywydziałowej? Czy istnieją formalne struktury umożliwiające zarządzanie tą współpracą?
- ▶ Czy istnieje kultura współpracy pomiędzy lokalnymi władzami a miejscowym społeczeństwem obywatelskim?

### b) Istniejące inicjatywy i kluczowi aktorzy

W ARS nie chodzi o budowanie od podstaw nowego podejścia z innowacyjną metodologią. W każdym mieście istnieje wiele cennych inicjatyw, projektów i zaangażowanych ludzi, których należy zidentyfikować i zaangażować, aby uniknąć powielania działań i wykorzystać istniejącą wiedzę i doświadczenie. Celem ARS jest zbudowanie globalnych ram dla promowania lepszej współpracy między różnymi zainteresowanymi stronami, maksymalnego

wykorzystania tego, co już istnieje oraz przyciągnięcia nowych aktorów i sojuszników, aby móc wywierać większy wpływ.

Bardzo ważne jest budowanie ARS w oparciu o te projekty i podmioty, które już wykonują świetną pracę w zakresie walki z uprzedzeniami, zapobiegania dyskryminacji i promowania relacji międzykulturowych. To ich w pierwszym rzędzie należy zaangażować i przekonać, że bycie częścią ARS zwiększy wpływ ich pracy i przyczyni się do bardziej ambitnej strategii miasta opartej na współpracy.

Po analizie kontekstu i stanu rzeczy w zakresie istniejących aktorów i inicjatyw, następują dwa dodatkowe etapy diagnozy: identyfikacja i analiza głównych plotek, które mają najsilniejszy negatywny wpływ na współistnienie i dyskryminację oraz gromadzenie argumentów przeciwko tym plotkom.

### c) Identyfikacja głównych plotek

Prawdopodobnie najbardziej odpowiednią i oryginalną cechą strategii przeciwdziałania plotkom jest skupienie się na nich. Plotki są „ludzkie” i tak obecne w naszym codziennym życiu, że uruchomienie polityki publicznej i strategii miasta skupiającej się na tych niejednoznacznych i złożonych „bytach” wydaje się zaskakującym punktem wyjścia.

Istnieją jednak różne metody identyfikacji plotek. Ważne jest, aby badania te dostarczały rzetelnych informacji, jednak nie zawsze łatwo jest przeprowadzić ambitne badania naukowe, na przykład konsultując się z dużą liczbą obywateli. Dlatego często musimy ustalić priorytety i zidentyfikować kluczowe grupy docelowe, które mogą mieć głębszą wiedzę na temat plotek krążących po mieście. Ponadto – nawet jeśli nie mamy wystarczających zasobów, aby przeprowadzić bardziej ambitne badania, musimy mieć pewność, że wsłuchujemy się w spostrzeżenia i opinie szerokiego i zróżnicowanego grona obywateli i aktorów społecznych. Dla osiągnięcia tego celu musimy połączyć podejścia, które przyniosą różne rodzaje pozytywnych rezultatów.

W początkach ARS duży nacisk kładziono na plotki krążące wśród miejscowej populacji na temat imigrantów, uchodźców i mniejszości etnicznych. Chociaż podejście to jest nadal konieczne, to zidentyfikowaliśmy też potrzebę poszerzenia go poprzez wykorzystanie identyfikacji plotek, jako pretekstu do stawienia czoła bardziej złożonym i wielowymiarowym wyzwaniom dotyczącym wielu kwestii różnorodności społeczno-kulturowej. Można powiedzieć,



## Grupy adresatów działań

Istnieją trzy różne grupy adresatów działań, do których chcemy dotrzeć w procesie identyfikacji plotek:

- ▶ **Wewnętrzna:** Bardzo ważne jest dotarcie do pracowników gmin, ponieważ wielu z nich ma bezpośredni kontakt z mieszkańcami, ale także po to, aby ich zaangażować i podnieść świadomość na temat tych kwestii (pracownicy różnych wydziałów lokalnych organów, pracownicy socjalni, mediatorzy, politycy, nauczyciele itp.).
- ▶ **Kluczowi aktorzy miejscy stanowiący grupę „pośrednią”:** ludzie z różnych dziedzin, których profil i praca zawodowa czyni ich bardziej narażonymi na plotki ze strony wielu mieszkańców, jak np. przedstawiciele stowarzyszeń i społeczności (sąsiedzkich, kulturalnych, imigranckich, sportowych, rodziców, biznesu, młodzieży itp.), bardziej nieformalni liderzy społeczni oraz ludzie z sektorów takich jak edukacja i zdrowie itp.
- ▶ **Ogół mieszkańców:** nawet jeśli nie możemy przeprowadzić ankiety wśród mieszkańców, musimy zadbać o stworzenie przestrzeni, w której możemy bezpośrednio słuchać i debatować z niektórymi z nich prezentującymi różne profile, pochodzenie i mieszkających w różnych dzielnicach miasta.

## Metodologia

Identyfikowanie plotek należy postrzegać, jako ciągłą pracę. Zaczynamy od identyfikacji głównych (5-10) plotek funkcjonujących na poziomie całego miasta. Kiedy jednak zaczniemy koncentrować nasze działania i kampanie na konkretnych celach, będziemy musieli się zagłębić w konkretne plotki i na bieżąco sprawdzać ich rozwój, ponieważ po pewnym czasie mogą pojawić się nowe.

Identyfikowanie plotek należy postrzegać, jako doskonałą okazję do stworzenia przestrzeni do aktywnego wsłuchiwanie się w spostrzeżenia, emocje i niepokoje obywateli. Zapewnienie ludziom swobody wyrażania swoich opinii bez bycia osądzanymi ma kluczowe znaczenie, aby ARS nie opierała się na obwinianiu, ale na promowaniu refleksji, debacie i stymulowaniu krytycznego myślenia.

Istnieją specjalne metody stosowane do identyfikowania plotek, szczególnie w ramach europejskiego projektu C4i prowadzonego przez Radę Europy, które doskonale nadają się do porównań między miastami. Jednakże, jak zobaczymy na praktycznych przykładach pochodzących z różnych miast, doświadczenie pokazało, że czasami owocne jest łączenie bardziej tradycyjnych podejść

że plotki są symbolem i pierwotnym źródłem projektu, ale także wymówką lub łatwymi do otwarcia drzwiami, aby stawić czoła bardziej złożonym wyzwaniom związanym z uprzedzeniami i kwestiami różnorodności. Za pomocą plotek można przyciągnąć uwagę wielu osób, które niechętnie bezpośrednio przyznają się do swoich uprzedzeń lub które nie czują wyzwania, jakie stanowi podejście antyrasistowskie, ponieważ większość z nas nie uważa się za rasistów.

Ludzie są bardziej otwarci na dyskusję na temat plotek, które „usłyszeli” w swoim otoczeniu, a nawet na przyznanie się do udziału w ich rozpowszechnianiu. Wszyscy byliśmy ofiarami plotek lub czasami pomagaliśmy w ich rozpowszechnianiu. Ta rzeczywistość pozwala na większą empatię i sprzyja większej świadomości negatywnych konsekwencji, jakie niosą plotki oraz ich ważnej roli w generowaniu dyskryminujących i rasistowskich narracji i praktyk.

Dlatego musimy zacząć od zidentyfikowania głównych plotek na temat kwestii różnorodności oraz tych, które dotyczą najbardziej napiętnowanych grup. Kluczowy w tym procesie jest udział migrantów i obywateli zróżnicowanych kulturowo. Należy jednak pamiętać, że proces identyfikacji plotek koncentruje się na kwestiach różnorodności, a nie na konkretnych grupach – unikając w ten sposób wzmacniania postaw „my i oni”. Chcemy także poznać plotki, jakie krążą w określonych grupach mniejszościowych na temat większości i innych grup mniejszościowych.

Nie powinniśmy zapominać, że strategia przeciwdziałania plotkom opiera się na założeniu, że wszyscy mamy uprzedzenia i posługujemy się stereotypami. Jednakże w kontekście, w którym szczególnie niektóre mniejszości są celem populistycznych i ksenofobicznych dyskursów, które je stygmatyzują i obwiniają za wiele problemów społecznych, powinniśmy położyć większy nacisk na plotki, które ich dotyczą. Wreszcie, aby lepiej zrozumieć wpływ uprzedzeń na stosunki międzyludzkie, musimy również zwiększyć świadomość na temat uprzedzeń dotyczących wszelkiego rodzaju różnorodności społeczno-kulturowej, które często są ze sobą powiązane, takich jak kwestie płci, statusu społecznego, wieku itp.



(ankiety, kwestionariusze, grupy fokusowe) z metodami bardziej partycypacyjnymi i kreatywnymi.

Mając to na uwadze, możemy wskazać cztery różne i uzupełniające się metody, które okazały się bardzo przydatne na podstawie doświadczeń miast uczestniczących w projekcie C4i oraz w projekcie „Strategia przeciwdziałania plotkom w celu zapobiegania rasizmowi” w Hiszpanii. Dla każdej metody musimy jasno określić, kto jest adresatem, do którego chcemy dotrzeć.

### Analizowanie istniejących wyników badań

Poszukiwanie istniejących danych, badań, studiów i ankiet (na poziomie krajowym lub lokalnym) związanych z tematem uprzedzeń i dyskryminacji może uzupełnić i nadać kontekst gromadzeniu danych w ramach ARS. Chociaż może nie dotyczyć bezpośrednio plotek, może dostarczyć dalszej wiedzy na temat postrzegania kwestii różnorodności przez obywateli, co może wzbogacić nasze własne badania i wpłynąć na nie.

### Kwestionariusze, ankiety i wywiady

Wiele miast korzysta z kwestionariuszy, czy ankiet od ekspertów w celu zidentyfikowania wyzwań i plotek związanych z różnorodnością. Zawierają one pytania zamknięte, skale ocen oraz pytania bardziej jakościowe i otwarte. Wiele z nich można zrealizować online, aby dotrzeć do szerszego grona odbiorców, jednak ważne jest również przeprowadzenie kilku wywiadów osobiście z kluczowymi aktorami, aby mieć więcej czasu na debatę i analizę treści.

Musimy zwracać uwagę na sposób formułowania pytań, aby uniknąć stronniczości lub nawet przyczyniania się do rozpowszechniania plotek. Dlatego lepiej zacząć od pytań bardziej ogólnych i otwartych, aby pozostawić ludziom większą swobodę w wyrażaniu swoich spostrzeżeń, jak np:

- ▶ „Jak myślisz, jakie są obecnie główne wyzwania dotyczące kwestii różnorodności i wspólnego życia w twoim mieście?”
- ▶ „Czy niektóre z tych wyzwań dotyczą konkretnych grup?”  
„Czy możesz podać jakieś konkretne przykłady?”

W ten sposób uchwycimy różne postrzeganie wyzwań związanych z bardziej złożonymi i zróżnicowanymi okolicznościami.

Na późniejszym etapie powinniśmy spróbować zagłębić się w szczegóły, abyśmy mogli zadać bardziej konkretne pytania na temat wpływu różnorodności w niektórych konkretnych dziedzinach. Jednakże, w zależności od grupy docelowej, powinniśmy

uniknąć zadawania pytań nawiązujących do konkretnych plotek i dotyczących konkretnych grup, jak np.: „Czy słyszałeś pogłoski o imigrantach nadużywających świadczeń socjalnych?” O wiele lepiej jest zadawać pytania bardziej neutralne, np:

- ▶ „Jakie pogłoski słyszeliście na temat powiązań pomiędzy migrantami/uchodźcami/mniejszościami etnicznymi lub innymi grupami a rynkiem pracy (o edukacji/usługach socjalnych/systemie opieki zdrowotnej/wykorzystaniu przestrzeni publicznej itp.).”

Co więcej, nie tylko chcemy identyfikować plotki, ale także dowiedzieć się nieco więcej o tym, co ludzie o nich myślą i co z nimi robią. Jeśli więc odpowiedź brzmi: „Słyszałem wiele plotek o imigrantach nadużywających świadczeń socjalnych”. Możemy pytać dalej

- ▶ Co myślisz o tym stwierdzeniu? (fałsz, prawda, przesada...)
- ▶ Jakie argumenty/przykłady padają, by uzasadnić tę opinię?
- ▶ Czy to stwierdzenie odnosi się do jakiejś określonej grupy (narodowość, płeć, wiek itd.)?
- ▶ Czy to stwierdzenie jest podtrzymywane przez jakąś określoną grupę (politycy, miejscowi, cudzoziemcy, beneficjenci opieki społecznej, media etc.)?
- ▶ Czy kiedykolwiek próbowałeś/aś polemizować z tym stwierdzeniem? Jeśli tak, to jakich argumentów używałeś/aś?”  
„Które z nich okazały się najbardziej skuteczne?”

Treść kwestionariuszy i wywiadów stale ewoluuje i chociaż istnieją wspólne ramy metodologiczne, miasta mogą je dostosowywać do swoich potrzeb, ponieważ stanowi to część istoty ARS. Identyfikowanie plotek jest ważne, ale ważne jest również, aby zachować elastyczność i wzbogacać nasze metody na podstawie wyciągniętych wniosków, różnych priorytetów i podejść, jakie mogą mieć miasta.

■ Współpraca z uniwersytetami: wiele miast, takich jak Bilbao, Norymberga, czy Santa Coloma de Gramenet, nawiązało współpracę z uniwersytetami, aby uzyskać wsparcie w procesie identyfikacji. Wiele z nich rozszerzyło tę współpracę na proces zbierania argumentów przeciw plotkom i szkolenie agentów przeciwdziałających plotkom.



## Warsztaty „gromadzenie plotek”

Bardzo ważną metodą identyfikacji plotek, a jednocześnie promowania debaty i podnoszenia świadomości na ten temat, jest organizowanie warsztatów „gromadzenia plotek” trwających od dwóch do trzech godzin. Tu również znaczenie ma grupa docelowa i powinniśmy zacząć od zorganizowania tych warsztatów z osobami, które będą najbardziej zaangażowane w ARS, zarówno ze strony gminy, jak i aktorów społecznych (w ramach procesu budowania potencjału).

Musimy jednak także organizować tego rodzaju warsztaty skierowane do znacznie bardziej zróżnicowanej grupy odbiorców, w tym do mieszkańców o zróżnicowanych profilach. Metoda ta polega na pracy w małych grupach liczących od czterech do sześciu osób i zadawaniu uczestnikom następujących pytań:

- ▶ Czy osobiście byłeś celem plotek lub stereotypów (dotyczących płci, wieku, zawodu, wyglądu itp.), a jeśli tak, to jak się czułeś?
- ▶ Jakie są główne plotki, które usłyszałeś na temat swojego miasta?

Te pierwsze pytania są bardzo ważne, ponieważ jednym z celów jest uświadomienie ludziom, że czasami wszyscy jesteśmy „ofiarami” plotek i stereotypów. Co więcej, mówienie o różnych rodzajach plotek (takich jak plotki o naszym mieście lub okolicy) pomaga ludziom lepiej zrozumieć naturę plotek i stereotypów i zastanowić się nad nimi. Promowanie świadomości, empatii i krytycznego myślenia to kluczowe cele tej strategii i musimy zacząć je realizować od samego początku.

Możemy kontynuować działania dotyczące plotek na tematy różnorodności i różnych grup społecznych

- ▶ Jakie głównie plotki słyssałeś na temat różnorodności i grup w swoim mieście?
- ▶ Czy te plotki dotyczą określonych grup? Imigrantów, uchodźców, mniejszości etnicznych, grup większościowych, Romów, muzułmanów itd.?
- ▶ Czy uważasz te plotki za prawdziwe, nieprawdziwe, przesadzone lub za zniekształcające rzeczywistość i dlaczego tak myślisz?

Po prezentacji wyników przez grupy prowadzący warsztaty zachęcają do debaty, podkreślają główne wnioski (i zaczynają zastanawiać się, jakie argumenty przeciwdziałania plotkom mogą wyniknąć z dyskusji).



## Kreatywne i partycypacyjne działania mające na celu podnoszenie świadomości

Identyfikacja plotek może się również stać doskonałym sposobem na przyciągnięcie uwagi mieszkańców i podniesienie świadomości na ich temat w ramach działań przeciwdziałających plotkom (proces identyfikacji należy postrzegać, jako ciągły, a nie tylko, jako wstępne działanie).

Kreatywność jest kluczową zasadą ARS i ważne jest, aby stosować ją we wszystkich działaniach. Wiele miast znalazło kreatywne i oryginalne metody identyfikacji plotek, które wywarły istotny wpływ, także na media. Zawsze jednak musimy mieć świadomość ryzyka przyczynienia się do rozpowszechniania plotek, dlatego musimy bardzo uważać, na sposób działania. Rola agentów przeciwdziałających plotkom jest w tym procesie bardzo ważna i wielu z nich będzie aktywnie uczestniczyć we wszelkiego rodzaju działaniach mających na celu identyfikację plotek.

■ *Norymberski „kosz na kółkach przeciwko uprzedzeniu” umożliwił obywatelom pozbycie się swoich uprzedzeń. Rozdawano ulotki, na których obywatele mogli napisać z jednej strony uprzedzenia lub plotki, których ktoś użył przeciwko nim, a z drugiej strony uprzedzenia lub plotki, które sami mieli, a następnie wyrzucić ulotkę do kosza.*

■ *Zespół ds. zwalczania plotek administracji wyspy w gminie Laguna przeprowadził „wielki zbiór plotek” na Teneryfie w celu zebrania głównych plotek związanych z imigracją i różnorodnością kulturową, szerzących się wśród ludności. Uczestnicy mogli „wyrzucić” plotki i uprzedzenia do dużego kosza, zapisać swoje wrażenia na panelu i poprosić o sfotografowanie „działań przeciwko plotkom” w celu rozpowszechnienia ich w sieciach społecznościowych. W akcji uczestniczyło około dwudziestu agentów przeciwdziałających plotkom.*

■ *Lubelski „punkt wymiany plotek” to sprytny i skuteczny sposób nakłonienia obywateli do zastanowienia się nad plotkami pojawiającymi się w przestrzeni publicznej, który, jeśli zostanie dobrze poprowadzony, może również przyciągnąć pozytywną uwagę mediów. Na pustych plakatach przechodnie wypisują pogłoski, które słyszeli lub których są świadomi. Pomaga im członkowie*

zespołu ds. zwalczania plotek. Zaletą takiego sposobu działania jest gromadzenie dodatkowego materiału w celu identyfikacji miejscowych plotek. Dzięki tej inicjatywie Lublin zyskał szerokie zainteresowanie mediów we wszystkich trzech lokalnych rozgłośniach radiowych, jednej ogólnopolskiej i dwóch lokalnych rozgłośniach YV, trzech gazetach lokalnych i najpopularniejszym ogólnokrajowym internetowym portalu newsowym.

#### d) Analizowanie plotek

Kiedy już zidentyfikowaliśmy wszystkie główne plotki, musimy je przeanalizować i sklasyfikować według ich charakteru, grup docelowych, dziedzin, do których się odnoszą oraz ich głównych przekazicieli lub twórców. Taka klasyfikacja mogłaby obejmować na przykład następujące kategorie:

- ▶ Rynek pracy
- ▶ Wspólne życie
- ▶ Usługi publiczne
- ▶ Edukacja
- ▶ Przestrzeń publiczna
- ▶ Biznes
- ▶ Religia
- ▶ Stosunki pomiędzy płciami
- ▶ Postawy
- ▶ Kwestie i wartości dotyczące tożsamości
- ▶ Bezpieczeństwo
- ▶ itd.

Co więcej, aby wesprzeć nas przy ustalaniu priorytetów działań przeciwdziałających plotkom, musimy zidentyfikować te pogłoski, które wywierają największy wpływ i które są skierowane do najbardziej napiętnowanych grup (np. uchodźców, muzułmanów, Romów, nielegalnych migrantów itp.). Priorytety te będą ewoluować w czasie, gdyż niektóre wydarzenia z pewnością będą miały wpływ na to, jaki temat zostanie poruszony w danym kontekście lub momencie (rosnące populistyczne dyskursy polityczne stygmatyzujące konkretne grupy, wzrost liczby uchodźców w wyniku wojen i konfliktów, wpływ ataków terrorystycznych, które wywrą większą presję i zwiększą uprzedzenia wobec niektórych grup, takich jak muzułmanie itp.)

Oprócz tego, warto jeszcze raz przypomnieć, że ARS ewoluuje w kierunku, w którym pogłoski stały się bardziej pretekstem niż konkretnym celem naszych działań. Głównym celem działań przeciwdziałających plotkom nie jest próba rozwiewania tych plotek, ale promowanie



krytycznego myślenia i świadomości roli, jaką odgrywają stereotypy, uprzedzenia i kwestie takie jak równość, prawa, stosunki władzy i nierówności społeczno-ekonomiczne. Radzimy przeprowadzić właściwą diagnozę, nie poświęcając zbyt wielu środków na identyfikację plotek, co nie jest zbyt trudne, a zamiast tego położyć większy nacisk na to, jak wpływać na negatywne narracje dotyczące różnorodności i konkretnych grup, o których wiemy, że są najbardziej napiętnowane i najprawdopodobniej doświadczają dyskryminacji.

#### Możliwości i ryzyka

Pośrednim rezultatem procesu identyfikacji plotek jest to, że pozwala nam na nawiązanie kontaktu z niektórymi lokalnymi aktorami. Kontakt z osobami, które zapraszamy do debaty na warsztatach, to dobry sposób na rozpowszechnienie informacji o projekcie i zwiększenie zainteresowania i zaangażowania ludzi. Co więcej, możemy się zwrócić do ekspertów akademickich o wsparcie badawcze, a także od początku zaangażować ich w projekt. Chociaż zbieranie plotek jest istotnym zadaniem, ważne jest, aby ich nie rozpowszechniać, ponieważ istnieje ryzyko, że zamiast je eliminować, będziemy je utrzymywać. Z tego względu powinniśmy zwracać uwagę na proces identyfikacji (dlatego należy bardzo ostrożnie dokonywać wyboru pytań), a w szczególności podczas realizacji strategii rozpowszechniania opracowanych podczas akcji i kampanii przeciwdziałających plotkom.

#### e) Identyfikowanie i gromadzenie argumentów przeciwdziałających plotkom

W poprzedniej części zobaczyliśmy, że ARS to coś więcej niż kampania komunikacyjna mająca na celu rozpowszechnianie argumentów i obiektywnych danych w celu obalenia fałszywych

plotek. Chociaż obiektywne dane są niezbędnym elementem przeciwdziałania niektórym rodzajom uprzedzeń, to stosując to podejście należy również zdawać sobie sprawę z jego ograniczeń, jeśli chodzi o wpływanie na percepcję ludzi i unikanie skutków odwrotnych do zamierzonych.

Jeśli naprawdę chcemy zredukować uprzedzenia, musimy także wypracować działania i argumenty promujące krytyczne myślenie, pozytywną interakcję i uwzględniające wymiar emocjonalny. W dalszej części zaprezentujemy oba podejścia.

### *Obiektywne i ilościowe dane, fakty i argumenty*

Identyfikacja solidnych argumentów i danych przeciw plotkom może być przydatna w niektórych przypadkach w zależności od celu, grupy docelowej lub kanału, z którego korzystamy, ponieważ pomaga nam:

- ▶ lepiej zrozumieć pewne realia, które w przeciwnym razie nie byłyby dostrzegane, co zapewnia dokładność i większą pewność;
- ▶ wzmacniać pozycję osób, które chcą przyczynić się do konfrontacji z uprzedzeniami i fałszywymi plotkami, jak agenci przeciwdziałania plotkom.

Gromadząc takie dane z publikacji statystycznych, ustaw, rozporządzeń, wytycznych (w zależności od charakteru i złożoności każdej plotki) musimy:

- ▶ zbierać z wiarygodnych źródeł, takich jak rządy, organizacje międzynarodowe, uniwersytety, think tanki itd. informacje potwierdzające, że plotka jest fałszywa, tam, gdzie to możliwe, znaleźć dane zdezagregowane na poziomie lokalnym i połączyć je z danymi na poziomie regionalnym, wojewódzkim, a nawet globalnym.
- ▶ zbierać informacje z różnych źródeł, łącząc dane statystyczne i pierwotne z bardziej rozbudowanymi i szczegółowymi badaniami.

### *Argumenty jakościowe, logiczne i emocjonalne*

Badania z różnych dyscyplin w połączeniu z doświadczeniami miast przeciwdziałających plotkom pokazały, że rozpowszechnianie obiektywnych danych ma ograniczony wpływ na percepcję ludzi. Wiemy, że nasze postawy kształtują się na skutek połączenia elementów poznawczych i emocjonalnych. Wiemy również, że

mamy tendencję do postrzegania i dostosowywania rzeczywistości do naszych uprzedzeń oraz że nie zwracamy uwagi na obiektywne informacje, które są sprzeczne z naszymi uprzedzeniami, unikamy ich lub łatwo je zapominamy.

Dlatego też nasz wpływ będzie większy, jeśli skupimy się bardziej na strategiach wykraczających poza wykorzystanie faktów i „suchych” danych w celu konfrontacji z plotkami i uprzedzeniami. Argumenty te idą w parze z wykorzystaniem bezpośrednich interakcji oraz dialogów i debat sprzyjających krytycznemu myśleniu. Należy podkreślić, że ARS nie polega na „nauczaniu prawdy ignorantów i rasistów”. Musimy unikać tego rodzaju podejścia, które jest zarówno nieskuteczne, jak i błędne. Powinniśmy skupić się na aktywnym słuchaniu i promowaniu debat, w których eksponowane są różne argumenty i punkty widzenia. Jak zobaczymy bardziej szczegółowo później, nie oznacza to, że nie należy bezpośrednio stawiać czoła uprzedzeniom, czy minimalizować znaczenia i wpływu rasistowskich komentarzy i opinii. Jednak w ramach ogólnego podejścia polegającego na skupieniu się na niejednoznacznej większości populacji (do której również należymy) sugerujemy pracę nad argumentami przeciw plotkom, które:

- ▶ poddają pod wątpliwość i kwestionują uogólnienia
- ▶ podkreślają sprzeczności i hipokryzję
- ▶ wzmacniają empatię, znajdują wspólne cechy i podobieństwa (potrzeby, interesy)





- ▶ odwołują się do osobistych doświadczeń i uniwersalnych wartości
- ▶ pomagają wzmocnić osobiste powiązania i interakcje
- ▶ uznają i doceniają różnorodność
- ▶ itd.

Jednakże przy wielu okazjach będziemy wykorzystywać dane oraz bardziej obiektywne i logiczne argumenty na poparcie naszego stanowiska i zapewnienie pewnej dokładności. Musimy jednak dostosować nasze argumenty i przekaz do grupy docelowej i kontekstu, który nie jest taki sam na warsztatach z dziennikarzami, jak na zajęciach z licealistami, czy też w rozmowie z sąsiadami, czy bliskimi.

Argumenty przeciw plotkom odnoszą znacznie większy skutek, gdy są wyrażane bezpośrednio w osobistych interakcjach i rozmowach, dialogach, czy debatach. W tym sensie rola agentów przeciwdziałających plotkom jest bardzo ważna, ponieważ przyczyniają się oni do zidentyfikowania najsukcesywniejszych strategii i argumentów, które zostaną wykorzystane w wielu działaniach w zakresie przeciwdziałania plotkom. Jednak najlepsze argumenty przeciw plotkom to te, które pochodzą od samych obywateli. Dlatego tak ważne jest promowanie przestrzeni i okazji do rozmów i dialogu z obywatelami, w których mogą oni swobodnie wyrażać swoje opinie i aktywnie uczestniczyć w dyskusjach.

### Przykłady ilościowych i jakościowych argumentów przeciwdziałania plotkom

Wyobraźmy sobie, że zidentyfikowaliśmy pogłoskę, że „imigranci załamują publiczny system opieki zdrowotnej”.

Możemy przeprowadzić pewne badania i znaleźć wiele dowodów statystycznych, które podważają tę koncepcję. Na przykład w przypadku Barcelony wykorzystano niektóre dane przeciwdziałające plotkom

- ▶ Istnieją solidne dowody empiryczne wskazujące, że imigranci w mniejszym stopniu korzystają z usług zdrowotnych niż przeciętna populacja (dla wszystkich grup wiekowych i narodowości)
- ▶ Tylko 2% populacji imigrantów ma ponad 65 lat, podczas gdy porównywalny udział ludności miejscowej w tej grupie wiekowej, na którą przeznaczana jest większość budżetu na opiekę zdrowotną, wynosi 24%.



- ▶ Narodowość nie jest zmienną wyjaśniającą zróżnicowane korzystanie z usług zdrowotnych. Jest ono bowiem określane na podstawie kombinacji zmiennych społeczno-ekonomicznych i demograficznych.
- ▶ „Turystyka zdrowotna” jest zjawiskiem bardzo niewielkim i dotyczy głównie obywateli UE i USA.
- ▶ Opieka zdrowotna jest prawem uznanym w Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka.

To ważne informacje, ale jest mało prawdopodobne, abyśmy zmienili sposób postrzegania ludzi przez samo ich rozpowszechnianie. Zobaczmy inny argument:

- ▶ W Wielkiej Brytanii wiele osób uważało, że imigranci z krajów Europy Wschodniej załamią system opieki zdrowotnej. Zamiast rozpowszechniać skomplikowane dane statystyczne, aby obalić ten pogląd, moglibyśmy wskazać, ilu obywateli Wielkiej Brytanii mieszkających w Europie Południowej również korzysta z publicznych systemów opieki zdrowotnej w tych krajach.

To prosty argument, który skłania ludzi do głębszego myślenia. Ilustruje złożoność międzynarodowych współzależności i wzajemności oraz wnosi element emocjonalny, przywołując obraz starszych obywateli Wielkiej Brytanii. Nie twierdzimy, że dzielenie się obiektywnymi danymi na temat tego, ilu obywateli Europy Wschodniej wnosi wkład w brytyjskie usługi społeczne i zdrowotne, płacąc podatki i pracując na stanowiskach, na których wielu obywateli Wielkiej Brytanii może nie chcieć pracować, jest



bezużyteczne. Ta informacja jest ważna, ale prawdopodobnie będziemy z niej korzystać tylko przy bardzo konkretnych okazjach.

Znaczenie wymiany opartej na argumentach jakościowych i emocjonalnych podkreśla także następująca sytuacja, która miała miejsce w Barcelonie na samym początku ARS.

W ośrodku kultury dla osób starszych przeprowadzono warsztaty, podczas których zapytano grupę 20 osób o ich odczucia dotyczące kwestii różnorodności i wpływu imigracji na miasto. Na początku pojawiło się wiele negatywnych wypowiedzi: „są zagrożeniem dla naszych wartości i tożsamości”, „nie chcą się integrować” itp. Osoba prowadząca (bardzo ważna rola) nie starała się podważać tych opinii obiektywnymi danymi, ale zadawała bardziej szczegółowe pytania i przedstawiała inne dane, słuchając aktywnie i z szacunkiem. W pewnym momencie jeden z uczestników powiedział: „Cóż, chcę zwrócić uwagę na jedną rzecz: uświadomiłem sobie, że większość osób, które ustępują mi miejsca w autobusie, to imigranci”.

Nagle wielu innych uczestników zaczęło dzielić się podobnymi doświadczeniami i krytykować utratę przez społeczeństwo pewnych wartości oraz szacunku dla osób starszych. Po bardzo interesującej debacie, w której pojawiło się wiele odniesień do tego, jak inne kultury okazują szacunek osobom starszym, prowadzący zapytał: „Czy moglibyśmy powiedzieć, że imigranci również wnoszą pewne pozytywne wartości w nasze społeczeństwo lub wzmacniają je?” Większość z pytanym zgodziła się z tym twierdzeniem. Później debata była kontynuowana, a opinie na temat wpływu różnorodności były znacznie bardziej zrównoważone. Niektórzy uczestnicy zaczęli sobie przypominać, że ich rodzice również byli imigrantami i że po przybyciu do Barcelony musieli stawić czoła dość trudnej rzeczywistości.

To dobry przykład, aby zrozumieć, że nie powinniśmy zbyt skupać się na plotkach i danych, ale raczej na zapewnieniu przestrzeni dla spokojniejszych debat i rozmów, w których mogą pojawiać się argumenty przeciwne plotkom, co będzie miało znacznie większy wpływ niż samo przedstawianie danych.

### 3. Zaangażowanie właściwych i zmotywowanych aktorów: podstawa przyszłej sieci przeciwdziałania plotkom

Utworzenie sieci przeciwdziałającej plotkom jest jednym z kluczowych elementów ARS. Jak już wcześniej wspomniano, nie jest to kolejna polityka miejska, ale długoterminowa strategia miasta, która wymaga zaangażowania różnorodnych aktorów społecznych.

Jak pokazało doświadczenie wielu miast, istnieje wiele różnych sposobów tworzenia, obsługi i zarządzania tą siecią. Funkcje sieci, jej sposób działania i rozmiar, jak również profil jej członków mogą się znacznie różnić ze względu na miejsce.

Niektóre są otwarte dla każdego, kto chce w nich uczestniczyć, inne są bardziej skoncentrowane i ograniczone do bardziej konkretnego profilu aktora. Niektóre sieci są bardziej sformalizowane, mają różne grupy robocze i dobrze zdefiniowany plan działania, podczas gdy inne są bardziej nieformalne i elastyczne, ale utrzymują dobry poziom uczestnictwa.

■ Miasto Loures utworzyło wielostronną sieć przeciwdziałania plotkom w celu zaprojektowania i wdrożenia „kampanii Loures wolne od plotek”. Sieć obejmowała różne wydziały władz miejskich (biuro informacji miejskiej, wydziały ds. przestrzeni publicznej, mieszkalnictwa socjalnego, integracji, młodzieży, sportu, edukacji, kultury, spójności społecznej, gospodarki wodno-kanalizacyjnej) oraz inne podmioty publiczne i prywatne (lokalny szpital, przedsiębiorstwo elektryczne EDP, IKEA, firma farmaceutyczna Hovione).

■ Sieć Przeciwdziałania Plotkom w Barcelonie powstała w 2010 r. i obecnie składa się z około 400 podmiotów, ponad 500 osób prywatnych oraz rady miasta Barcelona. Członkami są głównie podmioty społeczne, ale także takie podmioty, jak biblioteki publiczne, ośrodki kulturalne i edukacyjne oraz stowarzyszenia gospodarcze.

Sieć składa się z trzech różnych typów przestrzeni roboczych, jak komitet strategiczny, komisja ds. dynamizacji strategii oraz grupy robocze ds. dzielnic, komunikacji i szkoleń. Istnieje różny stopień zaangażowania w sieć, a co roku odbywają się sesje plenarne, na przykład w celu przyjęcia planu działania sieci.



Członkowie dzielą się materiałami i zasobami w zakresie przeciwdziałania plotkom, rozwijają wspólne aktywności i prowadzą działania dostosowujące podejście przeciwdziałające plotkom do własnych specyficznych obszarów działania. Obecny plan działania (2016–2020) określa cele, kierunki działań, działania, poziomy uczestnictwa i strukturę operacyjną sieci.

■ Sieć przeciwdziałania plotkom w Kartagenie jest podzielona na trzy różne obszary lub grupy robocze: Główna grupa kierująca strategią, składająca się z przedstawicieli różnych wydziałów miejskich i podmiotów miasta; grupa informacyjna zrzeszająca 40 osób o profilach technicznych, należących do wydziałów miejskich i organizacji społecznych; oraz grupa wolontariuszy, którą obecnie tworzą młodzi ludzie różnych narodowości.

Ta różnorodność istniejących typów sieci pozwala miastom tworzącym ARS czerpać przykłady i inspiracje z innych miast, które są w podobnej sytuacji, a także dostosować wzorzec dzięki dalszemu rozwijaniu ARS. Ponownie kluczowa jest elastyczność i zdolność dostosowywania się do różnych kontekstów.

Istnieje również wiele przykładów miast, które wykorzystały już istniejące sieci i ich roboczą infrastrukturę.

■ Sieć przeciwdziałająca plotkom miasta Amadora została zainicjowana przez Lokalną Radę Akcji Społecznej (CLAS), utworzoną w 2003 r. i skupiającą 74 podmioty. Punktem wyjścia było szkolenie z zakresu przeciwdziałania plotkom dla zainteresowanych członków CLAS.

■ „Sieć przekazywania pozytywnych wartości i przesłań” Santa Coloma de Gramenet jest pionierską siecią w Hiszpanii z 12-letnim doświadczeniem w pracy nad spójnością społeczną i wspólnym życiem, uprzejmością i dobrosąsiedzkimi stosunkami. Zrzesza ponad 400 członków z 70 organizacji, w tym stowarzyszenia sąsiedzkie, grupy kobiet, stowarzyszenia kulturalne różnych środowisk, stowarzyszenia religijne (katolickie, muzułmańskie, protestanckie, prawosławne itp.) i sportowe. Sieć zdecydowała się przyjąć podejście przeciwdziałające plotkom i przeszkolić obywateli, aby stali się agentami przeciwdziałającymi plotkom i kwestionującymi uprzedzenia i fałszywe plotki.

■ Teneryfa zainicjowała grupę roboczą ds. przeciwdziałania plotkom w ramach długoterminowego projektu o nazwie „Razem w tym samym kierunku”, w który przez lata zaangażowało się wielu różnych aktorów. Grupa robocza stanowi szczególnie produktywną, dynamiczną i



kreatywną sieć, która opracowała wysoce innowacyjne kampanie uświadamiające. Jedną z jej innowacji było utworzenie grupy roboczej ds. przeciwdziałania plotkom, stworzonej przez dzieci, która angażuje się w debaty i inne działania mające na celu przeciwdziałanie plotkom.

Niezależnie od konfiguracji, sieci przeciwdziałające plotkom powinny:

- ▶ mieć zdolność podejmowania decyzji i efektywnie przyczyniać się do budowania ARS poprzez propozycje, debaty, działania i wspólne materiały komunikacyjne;
- ▶ zapewniać przestrzeń do uczestnictwa, która pozwala zdwersyfikować profile uczestniczących osób i instytucji;
- ▶ zapewniać strategii miejską tożsamość, która wykracza poza politykę publiczną opracowywaną wyłącznie w biurze rady miejskiej;
- ▶ przyczyniać się do pogłębiania podejścia międzykulturowego i dyskursu o zarządzaniu różnorodnością.

Dlaczego sieć jest ważna?

- ▶ Ponieważ sieć rozszerza działanie ARS na obszary lub konteksty, które są poza zasięgiem gminy. Jest to sposób na zmobilizowanie większej ilości zasobów i stworzenie pozytywnej synergii pomiędzy podmiotami.
- ▶ Budowa solidnej sieci to także sposób na podejście do „mechanizmu” plotek. Pozwala lepiej zrozumieć rzeczywistość i nie tylko określić zakres plotek, ale także wskazać najlepsze sposoby ich dementowania.
- ▶ Sieć przyczynia się także do budowania poczucia odpowiedzialności i solidarności wśród swoich uczestników,





angażując ich w realizację wspólnego celu, istotnego dla spójności i rozwoju ich miasta.

Sieci spełniają różne cele, które obejmują:

- ▶ działalność grupy, która dociera do szerszej społeczności docelowej, zwiększając zrozumienie i kontakty;
- ▶ generowanie informacji zwrotnej w kwestii idei i ich implementacji;
- ▶ dawanie rad, wskazówek oraz nadawanie kierunków kampaniom przeciwdziałania plotkom;
- ▶ proponowanie, projektowanie i implementowanie interwencji;
- ▶ rozszerzanie ARS w przyszłości i budowanie trwałości.

Nasze doświadczenie pokazało, że jednym z głównych celów sieci jest zapewnienie jej członkom inspiracji, metodologii, przydatnych narzędzi, wsparcia i szkoleń, aby mogli włączyć podejście przeciwdziałania plotkom do swojego codziennego życia i obszaru pracy.

### *Elementy, które należy wziąć pod uwagę podczas tworzenia sieci*

Kiedy władze miasta promują przestrzeń partycypacyjną, bardzo ważne jest doprecyzowanie jej charakteru. Przed rozpoczęciem należy dokładnie rozważyć następujące kwestie: jaką strukturę powinna mieć sieć, jakie priorytety, cele i w jakie działania zapobiegające plotkom będzie się angażowała sieć, w jaki sposób będą podejmowane decyzje, co oferuje członkom i w jaki sposób sieć będzie zorganizowana i koordynowana.

Jeśli chodzi o poziom autonomii sieci w procesie decyzyjnym, to niektóre mają charakter bardziej doradczy, inne natomiast mają dużą moc decyzyjną. Nasz wybór będzie zależał od woli politycznej, kultury i „tradycji” uczestnictwa w każdym mieście, profilu koordynatorów, bogactwa i struktury lokalnego społeczeństwa obywatelskiego oraz innych czynników. Doświadczenia miast pokazują, że wybór autonomii sieci będzie podlegał zmianom.

Prawdopodobnie zaczniemy od jednej koncepcji (sieć formalna lub nieformalna, duża lub mała, bardziej jednorodna lub zróżnicowana itp.), która będzie stopniowo ewoluować.

Będziemy też musieli ją dostosować w zależności od czynników takich jak poziom zaangażowania uczestników, wyniki czy nowi uczestnicy, którzy pojawiają się w trakcie procesu.

Pozostaje jednak jedno pytanie: czy sieć przeciwdziałająca plotkom po utworzeniu powinna zostać rozszerzona i otwarta na nowych członków, czy też odwrotnie, na początku powinna być bardziej stonowana i stopniowo angażować nowych interesariuszy. Obie opcje są możliwe. W każdym razie z doświadczenia wynika, że konieczne jest zaangażowanie nowych podmiotów oraz że liczy się charakter i wielkość sieci, aby można było nią właściwie zarządzać. Wszystkie sieci opierają się na założeniu, że skuteczna strategia musi umożliwiać udział interesariuszy spoza urzędu miasta, w tym organizacji pozarządowych, organizacji społecznych, ośrodków akademickich, sektora prywatnego i oczywiście grup docelowych.

### *Jak przyciągnąć członków do sieci i jaki jest stopień ich zaangażowania w sieć?*

**Zdobądź ich zainteresowanie.** Wychodzimy z założenia, że ludzie należący do sieci mają pewien interes w poprawie relacji społecznych i form wspólnego życia w swoich miastach. Prawdopodobnie już pracowali lub byli zaangażowani w projekty społeczne i międzykulturowe.



By zainteresować ich strategią, możemy wykorzystać proces identyfikacji plotek, zaprosić ich na warsztaty i oczywiście wysłać informacyjne e-maile, nawiązać kontakt w mediach społecznościowych i bezpośrednie rozmowy telefoniczne, aby dotrzeć do potencjalnych członków. Bardzo ważnym sposobem na przyciągnięcie osób zainteresowanych strategią będzie zapewne oferta szkoleń w zakresie przeciwdziałania plotkom. Publiczne prezentacje projektu i jego ewentualny oddźwięk w mediach mogą być również dobrym sposobem na dotarcie do kluczowych graczy i przyciągnięcie ich uwagi.

**Podkreśl korzyści z bycia częścią sieci**, jak: możliwość bycia częścią dokładnie określonego i innowacyjnego systemu mającego na celu podnoszenie świadomości poprzez globalną strategię skupiającą się na plotkach i sposobach ograniczania uprzedzeń; szkolenie; dostęp do praktycznych i wspólnych zasobów (internet, broszury, wytyczne metodologiczne, najlepsze praktyki itp.); poczucie przynależności do ekscytującej i innowacyjnej organizacji; większa widoczność i tworzenie sieci kontaktów; powiązania z innymi podmiotami, zarówno lokalnie, jak i globalnie. Udział w ekscytującym procesie, który przynosi przydatne i innowacyjne odpowiedzi oraz wyniki w zakresie poprawy spójności społecznej i globalnego rozwoju ich miasta.

**Umocnij relacje**. By zapewnić trwałość sieci, ważne jest ustanowienie dobrych ram dla długoterminowych relacji. Ich członkowie powinni mieć poczucie, że ich opinie są brane pod uwagę podczas rozwiązywania ewentualnych nieporozumień lub wypaczonych oczekiwań. Prowadząc spotkania, musimy ustalić na tyle szybkie tempo, aby nie zniechęcić uczestników, na przykład poświęcając zbyt dużo czasu na podejmowanie decyzji bez dalszych działań lub konkretnych działań mających na celu ich wdrożenie. W szczytowym okresie zajęć, aby nie przesycić uczestników, spotkania powinny zawsze mieć jasne cele i treść, aby agenci nie mieli poczucia marnowania czasu.

Jeśli chodzi o poziom zaangażowania, należy podkreślić, że przestrzenie partycypacyjne muszą być elastyczne i dostosowywać się do szerokiej gamy profili. Jeśli sieć, którą tworzymy, wymaga czasu i poświęcenia, a większość jej członków to profesjonaliści z organizacji, które już zajmują się tymi zagadnieniami, przyciągnięcie różnych typów profili byłoby wyzwaniem. Ważne jest, aby unikać „homogenizacji” sieci. Musi być zróżnicowana, zarówno z perspektywy międzykulturowej, jak i pod względem profili zawodowych, wieku itp.

Jednym ze szczegółowych celów strategii jest w istocie zaangażowanie wielu różnych osób, a zaangażowanie to może przybierać różne formy: współpraca przy konkretnym działaniu, w tym podejście zapobiegające plotkom w ich dziedzinach pracy, uczestnictwo w sesjach szkoleniowych, tworzenie zasobów w zakresie przeciwdziałania plotkom, prowadzenie badań akademickich, udział w rozpowszechnianiu zwalczających plotki komunikatów i inne.

## 4. Szkolenia agentów przeciwdziałania plotkom

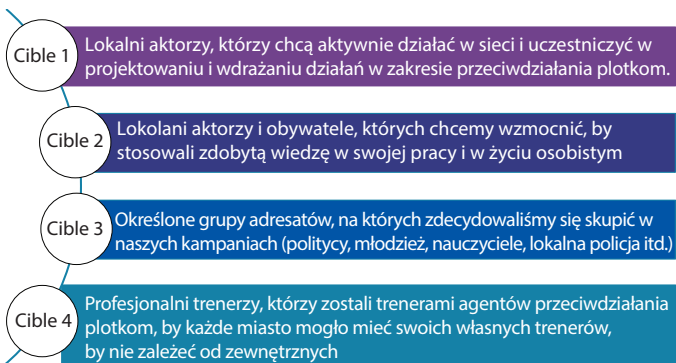
Szkolenie agentów przeciwdziałających plotkom jest jednym z kluczowych elementów ARS, ponieważ jednym z głównych celów strategii jest wyposażenie ludzi w teoretyczną wiedzę, umiejętności i praktyczne narzędzia, aby byli bardziej skuteczni w kwestionowaniu uprzedzeń i plotek. Jak już wcześniej podkreślono, zajmujemy się bardzo złożonymi i delikatnymi kwestiami i potrzebujemy czegoś więcej niż tylko dobrej woli, aby wywrzeć realny wpływ na postrzeganie obywateli. Musimy być bardzo rygorystyczni, ale jednocześnie musimy motywować i angażować ludzi na różne sposoby.

### Kto?

Przede wszystkim musimy zadać sobie pytanie, kogo chcemy szkolić? Dlaczego? Co zrobić? W jaki sposób te osoby zostaną zaangażowane w przyszłe projektowanie i wdrażanie kampanii? Czy chcemy tylko szkolić członków sieci przeciwdziałania plotkom? Czy szkolenie samo w sobie jest działaniem podnoszącym świadomość i czy w związku z tym powinniśmy przeszkolić jak najwięcej osób? Jeśli zaczniemy prowadzić takie szkolenie bez odpowiedzi na te pytania, istnieje ryzyko, że po szkoleniu nie będziemy wiedzieć, co dalej robić. To kluczowy punkt. **Chcemy kształcić ludzi, aby zostali agentami przeciwdziałania plotkom**, ale musimy zapewnić im konkretne ramy i praktyczne narzędzia, aby mogli zrozumieć, jak mają wykorzystać zdobytą wiedzę.

Na początku miasta będą musiały przeszkolić podstawowy zespół ARS i tych aktorów, którzy będą najbardziej zaangażowani w realizację strategii. Po zidentyfikowaniu konkretnych priorytetów i grup docelowych miasta będą musiały aktywnie zidentyfikować i przyciągnąć bardziej szczegółowe profile kluczowych osób, które chcemy zaangażować, jako agentów przeciwdziałających plotkom. Jeśli zdecydujemy się skupić na młodzieży, będziemy musieli przeszkolić osoby, które mogą mieć doświadczenie i wpływ na młodzież. Podobnie, jeśli naszym celem jest konkretna dzielnica,





będziemy musieli znaleźć ludzi z tej okolicy, których profil czyni ich naprawdę interesującymi i skutecznymi potencjalnymi agentami przeciwdziałającymi plotkom. Po przeszkoleniu podstawowej grupy docelowej możemy zidentyfikować różne grupy docelowe, jak opisano poniżej. Treść szkolenia, choć może mieć wspólne podstawy, powinna być również dostosowana do celów i grupy docelowej (grup docelowych) każdej sesji.

### Jaka treść?

Chociaż szkolenie przeciwdziałania plotkom będzie musiało zostać dostosowane do konkretnych celów i grup docelowych, jego podstawowa treść powinna obejmować pewne wspólne tematy:

- ▶ wprowadzenie do ARS: zasady, cele, metodologia;
- ▶ szerokie pojęcie kultury oraz jak może ona wpływać na naszą percepcję świata i ograniczać ją;
- ▶ wprowadzenie w teoretyczne ramy podejść do zarządzania różnorodnością, z naciskiem na międzykulturowość;
- ▶ elementy koncepcyjne, które pozwalają zrozumieć kluczowe pojęcia strategii przeciwdziałania plotkom: stereotypy, uprzedzenia i plotki. Czym są? Jak powstają i jak działają? Jaki jest ich wpływ na nasze społeczeństwo?
- ▶ jak zredukować uprzedzenia i stereotypy: jakie są ryzyka? Jakie są najskuteczniejsze metody? Jak możemy je wdrożyć?
- ▶ umiejętności komunikacyjne w podnoszeniu świadomości i w dementowaniu plotek w osobistych interakcjach.
- ▶ przykłady kampanii, narzędzi i działań w zakresie przeciwdziałania plotkom, które okazały się skuteczniejsze w kwestionowaniu uprzedzeń;
- ▶ różne dynamiki szkoleniowe (szkolenie trenerów).

Treść i czas trwania szkolenia agentów przeciwdziałających plotkom ewoluuje. Istnieją różne modele i opcje. Możemy jednak wyróżnić dwa rodzaje treści szkoleń:

- ▶ **treść podstawowa / fundamentalna:** podstawowe szkolenie agentów zajmujących się zwalczaniem plotek musi obejmować różne tematy wskazane wcześniej, ze względu na czas trwania może to być bardziej intensywny i podstawowy program (8 godzin) lub bardziej rozbudowane i formalne szkolenie (14-20 godzin);
- ▶ **bardziej szczegółowe i uzupełniające treści:** w zależności od celu szkolenia i grupy docelowej musimy opracować uzupełniające sesje i moduły, kładąc większy nacisk na określone tematy (tj. szkolenia dostosowane do nauczycieli do wykorzystania w klasie, do polityków lub lokalnej policji itp.). Tego typu sesje mogą trwać 2-4 godziny i są doskonałym narzędziem zarówno do uzupełnienia podstawowych i fundamentalnych treści, jak i do zainteresowania ludzi odbyciem pełniejszego szkolenia.

Kompleksowe szkolenie pozwoli uczestnikom stać się „agentami przeciwdziałającymi plotkom” i należy je odróżnić od bardziej szczegółowych formatów, które nie są wystarczające do przeszkolenia uczestników, aby zostali agentami przeciwdziałającymi plotkom. W celu zdobycia podstawowej wiedzy niezbędnej dla agenta, konieczne jest minimum 8-godzinne szkolenie.

Przykłady istniejących ofert szkoleniowych:

■ **Bilbao** oferuje pakiety szkoleń skierowane do różnych grup. W podstawowym szkoleniu (do tej pory przeszkolonych zostało aż 170 osób) mogą brać udział zainteresowane strony z różnych dzielnic, takie jak członkowie stowarzyszeń, ośrodków kulturalnych i sportowych, obywatele itp. Istnieją również specjalne formaty szkoleń dla pracowników władz miejskich, polityków i przedstawicieli mediów oraz formaty, które zostały dostosowane do potrzeb uczestników zidentyfikowanych przez członków sieci, w tym „plotki w szkole”, „kreatywność w działaniach przeciwdziałających plotkom”, „cyberaktywizm przeciwko nienawiści i nietolerancji” czy „gender i islamofobia”.

■ **Norymberga** ogłaszała szkolenia poprzez otwarte zaproszenia do udziału w szkoleniach, a także poprzez kierowanie ich do określonych grup. Dla pracowników władz miast Norymberga, Fürth, Erlangen i Schwabach w programie szkoleniowym miejskiej akademii oferowano szkolenia na 2017 r. składające się z 4 modułów po 3 godziny każdy (łącznie 12 godzin).

■ **W Barcelonie**, ponad 1500 pracowników służb miejskich i innych instytucji, a także indywidualni obywatele zostali przeszkoleni przez agentów przeciwdziałania plotkom. Treść szkolenia ewoluowała i obecnie czas trwania kursu podstawowego to 20 godzin (5 sesji po 4 godziny). W ostatnio dodanych treściach znajduje się sekcja poświęcona nowym



narzędziom w walce z plotkami krążącymi w mediach. Obszerny praktyczny przewodnik dla agentów przeciwdziałających plotkom opublikowany przez radę miasta zawiera informacje uzupełniające treść szkolenia. Zainspirowało to wiele innych miast, które opracowały własne materiały szkoleniowe, dostosowując je do różnych tematów.

Getxo również wykorzystuje różne formaty do szkolenia agentów przeciwdziałających plotkom. Obejmują one podstawowy kurs przeciwdziałania plotkom (13 godzin), kurs „Przeciwdziałania plotkom w ruchu” (innowacyjna forma intensywnego szkolenia w weekend), kurs dla pracowników administracyjnych (12 godzin) oraz pogłębione seminaria o różnej tematyce (4,3 -godziny).

### Znaczenie „szkolenia trenerów”

Chociaż miasto w pierwszej kolejności potrzebuje wsparcia zewnętrznego, aby zapewnić szkolenia z zakresu przeciwdziałania plotkom, powinno od początku zidentyfikować własnych przyszłych trenerów, aby zapewnić sobie autonomię w zakresie ARS. Jednym z głównych zadań będzie tworzenie treści i materiałów szkoleniowych dostosowanych do lokalnego kontekstu i specyfiki lokalnych kampanii przeciwdziałania plotkom. Po szkoleniu należy rozdać uczestnikom materiały pomocnicze, aby umożliwić im kontynuowanie pracy. Przydatna może okazać się wspólna burza mózgow w zakresie tego, w jaki sposób osoby przeszkolone mogłyby następnie otrzymać wsparcie, jako grupa, aby utrzymać impet. Należy im pomóc w budowaniu sieci kontaktów pomiędzy sobą i zachęcić ich do opracowania działań przeciwdziałających plotkom, aby dotrzeć do szerszego grona odbiorców, w celu wywołania efektu kuli śnieżnej.

We wszystkich europejskich miastach zaangażowanych w projekt C4i przeprowadzono intensywne sesje „szkolenia trenerów”, na podstawie których wiele z nich zbudowało własne szkolenia dla agentów przeciwdziałających plotkom. Na przykład Erlangen, Botkyrka, Patras, a zwłaszcza Limerick, opracowały własne moduły przeznaczone dla różnych profili i dziedzin. Szkolenie dotyczące przeciwdziałania plotkom okazało się bardzo skutecznym sposobem na zaangażowanie i wzmocnienie pozycji wielu osób, które później zaangażowały się w projektowanie i wdrażanie działań przeciwdziałających plotkom oraz aktywnie uczestniczyły w konkretnych kampaniach przeciwdziałających plotkom.

Ewolucja i możliwość dostosowania treści poprzez promowanie podejścia multidyscyplinarnego

Szkolenie agentów przeciwdziałających plotkom będzie stale ewoluować i uwzględniać nowe metody, które okażą się skuteczne. Może

to wynikać z zaangażowania nowych ekspertów i trenerów, którzy wniosą swoje doświadczenie w takich tematach, jak międzykulturowość, przeciwdziałanie dyskryminacji i rasizmowi, równość płci itp.

Musimy uwzględnić wiedzę i doświadczenie z wielu różnych dyscyplin, takich jak antropologia, psychologia społeczna, komunikacja, pedagogika, ale musimy także zwracać uwagę na interesujący wkład z takich dziedzin, jak neuronauka, sztuka czy technologia, mających zastosowanie w kwestiach społecznych. Istotą ARS jest promowanie współpracy i dialogu pomiędzy różnymi podmiotami, ale także zachowanie otwartego umysłu (i unikanie uprzedzeń) w stosunku do bieżących badań i know-how.

## B. Opracowanie i implementacja działań w zakresie przeciwdziałania plotkom

Kroki, które omówiliśmy do tej pory, stanowią główną część ARS, ale nadal nie zajęliśmy się kluczową częścią strategii: opracowaniem konkretnych działań przeciwdziałających plotkom, za pomocą których zamierzamy osiągnąć nasze konkretne cele.

Zanim zagłębimy się w różne rodzaje działań, które można zaplanować, wspomnimy o kilku wspólnych kluczowych elementach opracowywania indywidualnych działań w odniesieniu do globalnej strategii, które pomogą nam lepiej zrozumieć, umieścić w danym kontekście i ułatwić skuteczniejszą interwencję. Niemniej jednak ważne jest, aby podczas całego procesu, łącznie z realizacją działań, zachować elastyczność właściwą ARS.



## Związek z celami i zasadami strategii

Przed wszystkim należy pamiętać, że opracowane działania muszą być nastawione na cele strategii i inspirowane jej założeniami:

Cele	Założenia
Angażuj i wzmacniaj pozycję szerokiego grona interesariuszy	Wzmocnienie zaangażowania politycznego
Promuj krytyczne myślenie i podnoszenie świadomości	Skierowanie na ambiwalentną większość i zainteresowanie jej
Wpłyn na agendę polityczną i społeczną	Gwarancja „kolektywnego wymiaru miasta”
	Promowanie kreatywności
	Gwarancja rygoru i rezultatów

## Globalna strategia versus jej konkretne działania

ARS jest strategią miasta mającą na celu wywołanie procesu zmian społecznych w dłuższej perspektywie, który z czasem ewoluje. Nie jest to projekt ani kampania o ograniczonym czasie trwania 6 miesięcy lub roku. ARS ma cele globalne i wymaga zestawu działań, które mają bardziej stabilny i trwały charakter: utrzymanie zaangażowania politycznego i stabilnego zespołu roboczego, konsolidacja i rozwój sieci przeciwdziałającej plotkom, zapewnienie szkoleń w zakresie przeciwdziałania plotkom oraz kontynuowanie globalnej strategii komunikacji w ramach ARS.

Z drugiej strony wspomnieliśmy już, że ARS nie jest kampanią podnoszącą świadomość opartą na komunikacji, chociaż może pomóc w osiągnięciu części jej celów. Jednym z kluczowych priorytetów ARS jest intensywniejsza praca w tych przestrzeniach, które pozwalają na wyższy poziom interakcji, dialogu i krytycznego myślenia: w dzielnicach, szkołach, ośrodkach kultury, ośrodkach sportowych, bibliotekach, uniwersytetach, stowarzyszeniach - wszelkiego rodzaju wydarzenia, w instytucjach publicznych, firmach, przestrzeni publicznej, sieciach społecznościowych, szpitalach itp. Pozwala nam to „zanurzyć się” w tryb interakcji twarzą w twarz, aby osiągnąć większy wpływ.

Z tego powodu możemy odróżnić ogólny wymiar ARS od bardziej szczegółowego i intensywnego. Nie możemy udawać, że od samego początku wpływamy na sposób postrzegania wszystkich obywateli i eliminujemy wszystkie wykryte plotki i uprzedzenia.

Dlatego istotne jest ustalenie priorytetów i zaprojektowanie strategii oraz konkretnych kampanii w ramach globalnej ARS, które powinny koncentrować się na określonych celach i grupach docelowych.

## Ustalanie konkretnych celów i grup adresatów

- ▶ Ustal wyraźne cele
- ▶ Zidentyfikuj grupy adresatów
- ▶ Zidentyfikuj działania, narzędzia, przekaz i kanały komunikacji
- ▶ Zidentyfikuj kluczowych aktorów i partnerów do zaangażowania
- ▶ Połącz i zintegruj z istniejącymi inicjatywami
- ▶ Opracuj i wdroż działania w zakresie przeciwdziałania plotkom
- ▶ Monitoruj i ewaluuj

## Proces decyzyjny

Jedną z najważniejszych części opracowywania działań i kampanii przeciwdziałających plotkom dotyczy procesu decyzyjnego. Kto i w jaki sposób decyduje o priorytetach, celach i działaniach?

Dzięki diagnozie w zakresie przeciwdziałania plotkom będziemy mieli znacznie jaśniejszy obraz najważniejszych wyzwań stojących przed nami w naszym mieście w zakresie kwestii różnorodności, plotek i uprzedzeń. Jednakże nadanie priorytetu pewnym grupom ludności nadal pozostaje ważne. Musimy podejść realistycznie i proaktywnie, wybierając konkretne grupy docelowe, a także znaleźć konkretnych sojuszników i podmioty lokalne, które mogą zwiększyć wpływ naszych działań.

Sposób zarządzania procesem decyzyjnym musi być od początku jasny, w przeciwnym razie będzie nieefektywny.

Nie oznacza to, że w trakcie procesu nie ma miejsca na ewolucję i elastyczność, ponieważ konsolidacja pewnej dynamiki wymaga czasu i zdolności do adaptacji.

## Organiczny rozwój strategii a potrzeba „wywołania hałasu”

Bardzo ważne jest przestrzeganie planu pracy z jego metodologią i zaplanowanymi działaniami. Nie powinniśmy jednak zapominać o pozostawieniu miejsca na elastyczność, kreatywność i spontaniczne reakcje.



Miasta często potrzebują trochę czasu, zanim opracują konkretne projekty i kampanie przeciwdziałania plotkom, aby móc przyciągnąć ludzi i zmotywowanych aktorów, rozpowszechnić główne przesłania oraz zobaczyć reakcje i ich wpływ. Wywołanie hałasu przy niektórych działaniach komunikacyjnych i wydarzeniach publicznych okazało się dobrą strategią pozwalającą na znalezienie najlepszych sojuszników i więcej możliwości powiązania ARS z istniejącymi inicjatywami. Zobowiązuje nas to jednak do kontynuowania działań i nietracenia impetu. Nie powinniśmy stawiać wobec ludzi oczekiwań, na które później nie jesteśmy gotowi odpowiedzieć. Lepiej nie robić zbyt wiele hałasu, jeśli nie będziemy w stanie odpowiednio zareagować. Musimy zagwarantować odpowiednie wzmocnienie pozycji i skupić się na solidnych treściach, zanim zaczniemy rozpowszechniać komunikaty i wdrażać działania.

### *Efekt „zarażania”: korzyści z „utruty kontroli”*

Warto podkreślić, że osoby wdrażające ARS „utrącają kontrolę” nad niektórymi działaniami. W trakcie całego procesu pojawiają się nowi aktorzy zainspirowani podejściem przeciwdziałania plotkom, którzy samodzielnie zdecydują się na rozpoczęcie działań w swoim obszarze (szkoły, organizacje pozarządowe, ośrodki sportowe itp.). Rzeczywistość tę należy postrzegać, jako wskaźnik sukcesu, ponieważ jednym z głównych celów strategii jest „rozpowszechnienie” podejścia i dodanie nowych aktorów, nawet jeśli działają oni niezależnie od przestrzeni decyzyjnej ARS. Aby nie ograniczać ani nie tłumić tego „rozproszenia” rygorystycznymi kryteriami metodologicznymi, kluczowe jest przyjęcie elastycznego podejścia. Rzeczywiście pożądanym jest zidentyfikowanie tych działań i jeśli to możliwe, powiązanie ich ze strategią.

W wielu miastach działania te przyczyniły się do wzbogacenia stosowanej strategii i otwarcia nowych drzwi, z których można skorzystać. Ważne jest jednak, aby przekazywać pewną dyscyplinę i dzielenie się wyciągniętymi wnioskami (głównie błędami!), aby uniknąć sytuacji, w której w tych działaniach stosowane są błędne przesłanki i podejścia metodologiczne lub te, które okazały się nieskuteczne – a nawet przyniosły efekt przeciwny do zamierzonego.

### *Korzystanie z istniejącego doświadczenia w celu poprawy skuteczności*

Opracowując działania mające na celu redukcję uprzedzeń i stereotypów, ważne jest, aby mieć na uwadze know-how i wiedzę



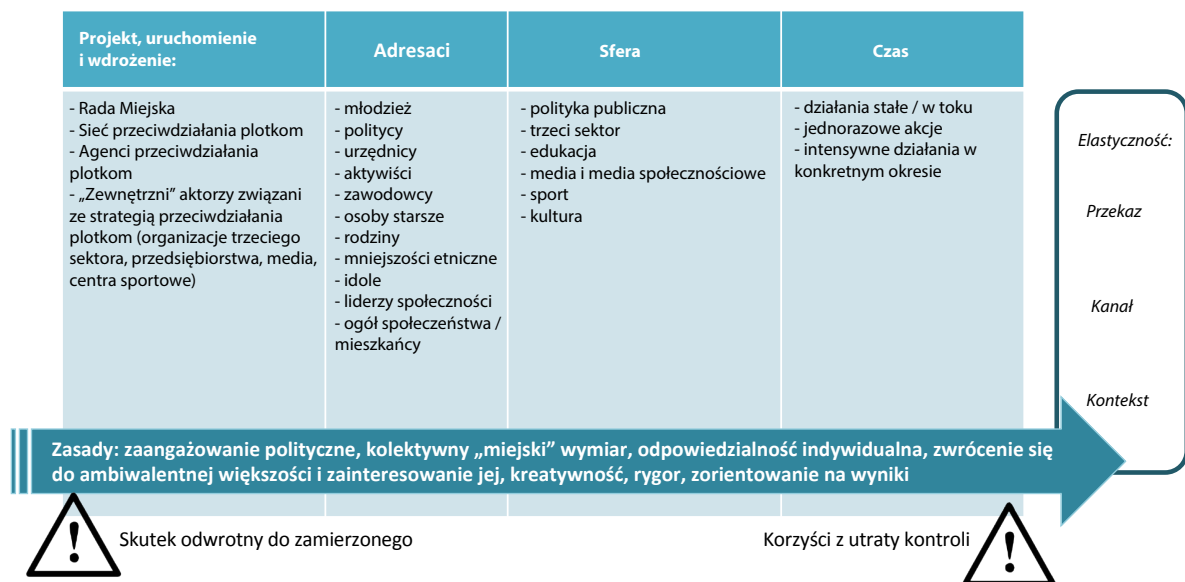
fachową zgromadzoną na podstawie wcześniejszych doświadczeń. Wiedza pozyskana z udanych projektów, badań naukowych i doświadczenia miast pracujących nad tym zagadnieniem rzuca nieco światła na możliwe kierunki działania, które okazały się bardziej skuteczne. Zalecamy, aby poszczególne działania:

- ▶ wzywały do wspólnej i indywidualnej odpowiedzialności i aktywności;
- ▶ zapewniały wiedzę i krytyczne myślenie;
- ▶ identyfikowały sprzeczności w dowodach, ramy kulturowe, etnocentryzm, czy hipokryzję;
- ▶ działały w wymiarze emocjonalnym, jak empatia i osobiste doświadczenie;
- ▶ ułatwiały indywidualizację i uznawały różnorodność członków stereotypizowanych grup
- ▶ podkreślały identyfikację oraz uznawały podobieństwa i wspólne kategorie;
- ▶ promowały przestrzeń do pozytywnej interakcji i ich dynamikę;
- ▶ generowały nowe, bardziej globalne i włączające tożsamości, w oparciu o procesy współpracy dla osiągnięcia wspólnych celów.

### *Klasyfikacja działań*

Działania przeciwdziałające plotkom możemy klasyfikować według różnych kryteriów dotyczących naszych priorytetów, diagnozy, kontekstu i celów, zgodnie z:





Część działań będzie miała charakter ciągły (mając do dyspozycji kanały takie jak strony internetowe i portale społecznościowe), inne mogą mieć charakter jednorazowy (organizacja wydarzeń, warsztatów, czy seminariów), jeszcze inne będą organizowane w ramach konkretnych kampanii z określonymi celami, grupami docelowymi i kalendarzem.

### Punkty odniesienia ewaluacji: skąd - dokąd?

Nie zapominajmy, że wdramy ARS, bo chcemy coś zmienić. Spodziewamy się osiągnąć pewne cele i konkretne rezultaty. Od samego początku musimy mieć pewność, o jakie zmiany i rezultaty chodzi oraz w jaki sposób się dowiemy i jak zmierzmy, w jakim stopniu je osiągnęliśmy.

Dlatego już na samym początku należy określić podejście do ewaluacji, jakie stosujemy, za pomocą jasnych wskaźników, metodologii i narzędzi. Monitorowanie naszych działań i kampanii jest warunkiem jej pomyślnego rozwoju i trwałości.

## 1. Komunikacja i rozpowszechnianie

Chociaż ARS to znacznie więcej niż kampania komunikacyjna, musimy też wziąć pod uwagę jej wymiar komunikacyjny i jej różne potencjalne cele.

### Cele

- ▶ Zwizualizowanie i zademonstrowanie rzeczywistego zaangażowania władz lokalnych i miasta w uwzględnienie tego tematu w porządku obrad i nadanie mu priorytetu.
- ▶ Zaapelowanie do lokalnych aktorów, instytucji, specjalistów i obywateli, którzy mogą być zainteresowani udziałem w strategii (jako agenci przeciwdziałający plotkom, jako członkostwie sieci itp.).
- ▶ Zachęcenie innych podmiotów lub profesjonalistów do włączenia tego podejścia do swojej codziennej działalności.
- ▶ Podniesienie zainteresowania opinii publicznej i skłonienie ludzi do zastanowienia się nad negatywnym wpływem uprzedzeń i plotek krążących w ich mieście na temat kwestii różnorodności i ludzi z różnych środowisk.
- ▶ Sprawdzenie reakcji i zainteresowanie projektem (w mediach, wśród lokalnych aktorów, obywateli, etc.).
- ▶ Uzupełnienie bardziej intensywnych i jakościowych działań podnoszących świadomość w różnych kontekstach.
- ▶ Zaangażowanie lokalnych artystów, młodzieży lub obywateli poprzez poproszenie ich o zaprojektowanie narzędzia komunikacji.

## Niezbędna adaptowalność działań

We wszystkich naszych działaniach, a zwłaszcza tych skupiających się bardziej na komunikacji, musimy wziąć pod uwagę trzy kluczowe czynniki, które będą istotne dla osiągnięcia większego wpływu:

- ▶ **Treść/przekaz:** jaki komunikat chcemy przekazać? Skuteczność naszej interwencji będzie w dużej mierze zależała od umiejętności dostosowania treści do konkretnego celu, grupy docelowej i kanału komunikacji. Ponadto przekaz musi „utkwic” w ludzkich umysłach. Można go wzmocnić za pomocą naszych argumentów przeciw plotkom, biorąc pod uwagę dwa główne składniki podejścia przeciwdziałania plotkom: emocje i kreatywność.
- ▶ **Kanał/przekaziciel:** kluczem jest zidentyfikowanie i zaangażowanie osób i aktorów społecznych posiadających większą zdolność wpływania na grupę docelową.
- ▶ **Kontekst:** przed opracowaniem jakiegokolwiek przekazu i działania komunikacyjnego musimy wziąć pod uwagę specyficzne okoliczności kontekstu, w którym będziemy komunikować. Na percepcję obywateli może wpływać wiele czynników, m.in. aktualna sytuacja polityczna (wzrost dyskursów populistycznych i ksenofobicznych), wpływ kryzysu gospodarczego, czy okres wzmożonego napływu uchodźców. Co więcej, jeśli chcemy skupić się na tematach dotyczących rynku pracy, edukacji czy zdrowia, zanim wyślemy jakikolwiek komunikat, który może zostać źle rozumiany, musimy wziąć pod uwagę, jakie są aktualne wyzwania w tych sferach.



## Unikaj skutków przeciwnych do zamierzonych

Powszechnym błędnym przekonaniem jest to, że samo podanie większej ilości informacji może rozwiązać plotki. Tymczasem doświadczenie pokazuje, że niezależnie od tego, jak energicznie i często koryguje się takie dezinformacje, wpływ plotek pozostaje wykrywalny. Istnieje jeszcze jedna złożoność: obalenie plotki może w rzeczywistości utwierdzić ją w ludzkich umysłach. Zaobserwowano kilka „kontrproduktywnych skutków” wynikających z popularyzacji mitów i plotek oraz wywołujących niechętą reakcję w postaci grożenia ustalonym światopoglądom poprzez dostarczanie zbyt wielu argumentów i dowodów.

Oto kilka kreatywnych przykładów narzędzi komunikacji przeciwdziałającej plotkom, dzięki którym udało się wywrzeć istotny wpływ na rozpowszechnianie ARS, przyciągnięcie kluczowych aktorów i dotarcie do szerszej publiczności.

### a) Loga i slogany

Budowanie globalnej i inspirującej tożsamości miejskiej ARS jest bardzo ważne, a kreatywne logo i hasła odgrywają istotną rolę. Zaleca się, aby ARS posiadała wyróżniający się wizerunek oraz logo i jedno lub więcej haseł, aby wzbudzić zainteresowanie i przyciągnąć uwagę w pozytywnej i oryginalnej formie. Można je zaprojektować przy pomocy kilku kluczowych aktorów i obywateli, aby ustalić ich powiązanie z kampanią, pobudzić kreatywność i zbudować zaangażowanie.

Powiązanie agentów przeciwdziałania plotkom, organizacji, szkół, urzędników gminnych, młodzieży itd. ze współtworzeniem logo i haseł wzmocni „miejski wymiar” strategii, w tym powiązania obywateli ze strategią. Co więcej, jeśli będą kreatywne i powiązane z tożsamością miasta, przekaz „utkwi” w świadomości ludzi i będzie miał większy wpływ.

■ „Nie dajcie się zatopić plotkom!” Miasto Bilbao używa parasola jako logo, co zainspirowało później miasto Patras do wykorzystania prawdziwych parasoli jako symbolu przeciwdziałania plotkom.



„Uważaj na plotki. Nie podążaj za tłumem”. Logo papugi Getxo zasługuje na szczególną wzmiankę, ponieważ zainspirowało wiele innych miast, takich jak Amadora, Botkyrka, Erlangen i Patras.



Nie papuguj, zapytaj! Mówi papuga z Erlangen.



„Pomyśl dwa razy, zanim zaczniesz działać” – sugeruje papuga Botkyrki.



„Nie podsycaj plotek” – ostrzega papuga Amadory.



■ „Plotki nie są formą sztuki” Jerez de la Frontera wybrał bardzo kreatywne hasło, łącząc swoją tożsamość ARS z dobrze znaną ekspresją flamenco.



■ „Zaszczep się przeciwko plotkom. Nie pozwól im cię zarazić” z jednej z najbardziej kreatywnych kampanii na Teneryfie.



■ „Nie karm potwora plotkami. Zjedz je!” w Santa Coloma de Gramenet.



■ „Loures wolne od plotek” i „Kartagena wolna od plotek” to bezpośrednie i jasne hasło.



## b) Publiczne prezentacje

W pewnym momencie konieczne będzie publiczne przedstawienie ARS potencjalnym zainteresowanym stronom, aby wyjaśnić decyzję o uruchomieniu tej strategii, pokazać zaangażowanie polityczne i poinformować lokalnych aktorów i obywateli o tej decyzji. Przydatne może być poproszenie przyszłych aktorów o aktywne uczestnictwo i zaangażowanie w sieć przy jednoczesnym zwróceniu uwagi na reakcję społeczeństwa i mediów.

■ W Amadorze strategię przeciwdziałania plotkom przedstawiono burmistrzowi, reprezentantom 17 władz lokalnych, pracownikom władz miejskich, członkom Lokalnej Sieci Społecznej (CLAS) oraz przedstawicielom 43 lokalnych organizacji partnerskich. Prezentacja trwała dwa dni, a po niej odbyły się warsztaty rozpoznawania plotek. Uczestnicy zidentyfikowali pogłoski na temat miasta Amadora, zarówno ogólnie, jak i na temat populacji imigrantów.

■ W Bilbao zorganizowano publiczną prezentację strategii przeciwdziałania plotkom na placu w dzielnicy Deusto (cel pierwszej kampanii przeciwko plotkom w Bilbao), obejmującą przedstawienie teatralne, w którym pojawiły się pytania dotyczące różnorodności i imigracji w okolicy. Scenę udekorowano parasolami symbolizującymi kampanię Bilbao przeciwdziałania plotkom i ochronę przed plotkami.

■ Norymberga i Erlangen na początku swojej ARS współorganizowały wydarzenie dla kluczowych organizacji zainteresowanych stron, w celu omówienia związku między plotkami a szerszą międzykulturowością. Zaproszono ekspertów, aby przedstawili swoje przemyślenia na temat idei plotek i ich szerszego kontekstu. Wydarzenie pomogło w podniesieniu świadomości na temat ARS we władzach obu miast, zaferowało wsparcie w tworzeniu sieci i umożliwiło wgląd w sposób oceny projektu. Umożliwiło także uczestnikom zgłaszanie budzących wątpliwości kwestii przed szczegółowym opracowaniem kampanii.

## c) Materiały i zasoby komunikacji

Miasta opracowały wiele różnych i bardzo kreatywnych materiałów w celu rozpowszechniania treści ARS i treści przeciwdziałających plotkom wśród szerszej publiczności oraz w celu wspierania i uzupełnienia bardziej intensywnej działalności w terenie. Obejmowały one broszury wyjaśniające, filmy wideo, komiksy, piosenki, opowieści, produkty multimedialne, okulary, t-shirty, torby i wiele innych przedmiotów.

## Komiksy



■ Barcelona stworzyła pięć wydań komiksów „Blanca Rosita Barcelona” zawierających proste, codzienne historie o wspólnym życiu i nawiązujących do najpopularniejszych plotek i stereotypów na temat różnorodności. Autorem komiksu jest Miguel Gallardo, znany artysta.



■ Erlangen uruchomiło w ratuszu wystawę komiksów „Przyjdź taki, jaki jesteś i wyjdź inny”.

Wiele innych miast, takich jak Amadora, Norymberga i Getxo, wykorzystuje komiksy jako narzędzie przeciwdziałania plotkom.

*Ulotki, broszury, infografiki*

### Barcelona



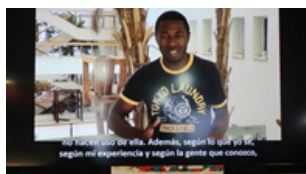
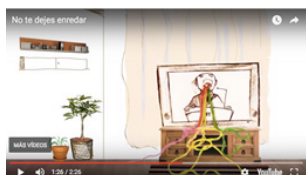
### Limerick



### Sabadell



### Filmy



Wiele miast i organizacji wyprodukowało filmy zawierające treści służące do przeciwdziałania plotkom, np. ten wyprodukowany przez CEAR w Kraju Basków „Nie daj się uwikłać” w plotki.

„To wszystko wydarzyło się nieumyślnie” to świetna opowieść przeciwdziałająca plotkom o tym, jak pojawiła się plotka w klasie i o jej konsekwencjach, które wynikły z zaangażowania profesjonalnych pisarzy i artystów w Fuenlabradzie.

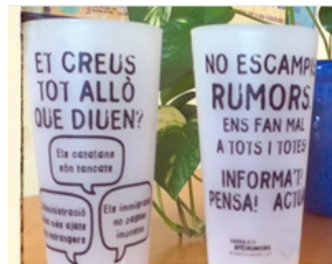
Filmy z opowiadania historii na Teneryfie.





Zakładki „antyplotkowe” z Getxo.

## Materiały marketingowe



Produkty marketingowe o treściach na temat przeciwdziałania plotkom produkowane przez miasta, takie jak ulotki, torby, plastikowe okulary, banery uliczne, plakaty, koszulki, a nawet pigułki przeciwdziałające plotkom na Teneryfie!

## d) Kanały komunikacji

### Ogólnokrajowe media

Nie ulega wątpliwości, że media mogą być wielkim sprzymierzeńcem globalnej strategii, nawet jeśli nie da się nimi łatwo kierować, szczególnie w przypadku mediów postrzeganych o wiele częściej, jako nasz „przeciwnik”, gdyż szerzą one przekazy wzmacniające uprzedzenia i plotki.

Wygenerowane komunikaty, hasła, obrazy i informacje – wszystko, co wiąże się z kampanią, musi mieć atrakcyjny komponent komunikacyjny. Czasami będziemy starali się zwrócić na siebie uwagę mediów poprzez konferencje prasowe, innym razem to same media zapukają do naszych drzwi, chcąc dowiedzieć się więcej o strategii. Rezultatem jest efekt lustra, który może wywołać duże zainteresowanie mediów w prasie, radiu, czy telewizji i pozwolić nam dotrzeć do szerokiego grona odbiorców.



Wreszcie media mogą być również docelowymi odbiorcami działań przeciwko plotkom. Możemy zidentyfikować te media, które poprzez sposób przedstawiania wiadomości wzmacniają negatywne stereotypy i fałszywe pogłoski. Agenci przeciwdziałający plotkom mogą prowadzić działania mające na celu identyfikację i kwestionowanie stereotypów i plotek rozpowszechnianych przez media oraz prezentować ich słabe strony dowodowe i argumentacyjne, wskazując na niespójności lub błędną interpretację rzeczywistości. Można to robić na przykład za pośrednictwem mediów społecznościowych. Z drugiej strony bardzo interesujące jest także zachęcanie dziennikarzy do udziału i współpracy w ramach strategii poprzez dzielenie się przez nich wiedzą i doświadczeniem, a także poszukiwanie możliwości współpracy w celu uwrażliwiania innych specjalistów i mediów. Niektóre miasta zorganizowały warsztaty z dziennikarzami, co przyniosło bardzo pozytywne rezultaty.

Wiele miast korzystało też z miejskich publikacji i news letterów, by rozpowszechnić ARS na wiele sposobów.

■ W Borkyrka, współpraca z lokalnymi mediami była na tyle ważna, że nawet niektórzy dziennikarze zdecydowali się na założenie nowej lokalnej gazety, która skupiała się na pozytywnych informacjach o mieście, aby przeciwdziałać negatywnemu postrzeganiu miasta, które często pojawia się w mediach głównego nurtu.

### Strony internetowe

Zdecydowanie wskazane jest posiadanie strony internetowej, z której każdy mógłby pozyskać bardziej szczegółowe informacje na temat celów i działań, czy zasobów ARS.



Ważne jest przekazywanie informacji i zwracanie uwagi na sieć i rolę agentów przeciwdziałania plotkom, a także na rozpowszechnianie informacji i produktów generowanych w ramach różnych działań, ponieważ mogą one być bardzo przydatne i inspirujące (filmy, komiksy, broszury, podręczniki, piosenki itp.)

■ Prawie wszystkie miasta mają własne strony internetowe poświęcone przeciwdziałaniu plotkom i wykorzystują media społecznościowe (Facebook, Twitter, Instagram itp.) do komunikowania się, rozpowszechniania i udostępniania treści w zakresie przeciwdziałania plotkom.

### Media społecznościowe

Media społecznościowe są istotnym elementem wspierającym nagłośnienie projektu, rozpowszechnianie wiadomości, wywoływanie debaty, zachęcanie do zaangażowania nowych graczy i utrzymywanie pulsu w codziennych działaniach itp. Są nie tylko kanałem przekazu, ale także narzędziem podnoszenia świadomości, w którym występuje spontaniczna interakcja. Nie możemy też zapominać, że media społecznościowe w coraz większym stopniu są głównym kanałem rozpowszechniania fałszywych plotek i dlatego powinny również stać się ważnym kanałem podnoszenia świadomości. Jeśli chcemy wykorzystać media społecznościowe jako kanał do przeciwdziałania plotkom, to niezwykle ważne jest, aby zespół się z nimi zapoznał i został przeszkolony w zakresie korzystania z nich. W przeciwnym razie nie osiągnie się pożądanego efektu tylko poważne skutki odwrotne do zamierzonych. Należy pamiętać, że dobra wola nie wystarczy i konieczne jest odpowiednie przeszkolenie i dyscyplina.

■ **Castellón** w ramach swojej kampanii „Stop plotkom” uruchomił akcję „selfie zapobiegające plotkom”. Jej celem było to, aby ludzie identyfikowali plotki za pomocą trójkolorowej sygnalizacji świetlnej i zamieszczali komentarze na Facebooku, aby zwiększyć świadomość na temat negatywnej roli plotek, mitów i uprzedzeń, funkcjonujących w mieście.

■ **Barcelona** po ostatnich atakach terrorystycznych uruchomiła kampanię komunikacyjną #nocomparteixorums (#Idontsharerumors), aby zapobiec islamofobii.

## Publiczne wydarzenia i miejsca spotkań (festiwale, konferencje, seminaria, imprezy rozrywkowe...)

Podczas odbywających się w mieście wielu spotkań i wydarzeń, zarówno zawodowych (konferencje, seminaria itp.), jak i nieformalnych i popularnych (lokalne festiwale, wydarzenia kulturalne itp.), możemy wyjaśnić cele kampanii i wywołać debatę na jej temat.

## Zaangażowanie influencerów

Angażowanie lokalnych ikon, liderów społeczności i opiniotwórczych osób z takich dziedzin, jak kultura i sport, może być również dobrą strategią pozwalającą na uzyskanie większego wpływu na obywateli i media. Jednak zaangażowanie to powinno być szczere, a nie stanowić jedynie powierzchownej akcji promocyjnej.

■ Wiele miast zdołało zaangażować lokalnych artystów, rysowników, pisarzy, piosenkarzy, czy sportowców z różnych dyscyplin etc. do pomocy w rozpowszechnianiu ARS i podnoszeniu świadomości.

## 2. Przyciąganie nowych sojuszników

Jednym z kluczy do sukcesu ARS jest jej zdolność do zarażania przeciwdziałaniem plotkom jak największej liczby osób. Może to oznaczać umożliwienie im walki z uprzedzeniami i wzmocnienie krytycznego myślenia w ich codziennym życiu, w środowisku zawodowym, a nawet uczestnictwo w sieci przeciwdziałania plotkom. W tym celu mamy różne przestrzenie: sieć przeciwdziałania plotkom, warsztaty budowania potencjału, szkolenia agentów przeciwdziałających plotkom i inne działania mające na celu przyciągnięcie nowych aktorów.



Strategia komunikacji może mieć znaczenie w przyciąganiu uwagi ludzi, ale najskuteczniejsza w tym zakresie jest proaktywna postawa, polegająca na szukaniu ludzi i zapraszaniu ich. Ważne jest, aby przeznaczyć czas na określenie, jakie osoby mogą wnieść najlepszy wkład do ARS i przekonać je, zachowując przy tym wystarczającą elastyczność, aby wykorzystać ich umiejętności, doświadczenie i wpływy. Profile sojuszników mogą być bardzo różnorodne i reprezentować różne dziedziny, im więcej, tym weselej! Zamiast przyjmować reaktywną postawę „poczekaj i zobacz, kto do nas przyjdzie”, należy wykazać się dużą aktywnością, aby znaleźć nowych i „nieoczekiwanych” sojuszników i zaangażować ich w ARS. Musimy być proaktywni i kreatywni oraz opuścić swoją „strefę komfortu”.

Istnieje wiele przykładów tego, jak bardziej otwarta i proaktywna postawa może zaangażować bardzo zróżnicowane podmioty. Patras zdołało zaangażować więzienia, Erlangen dużą firmę, taką jak Siemens, Teneryfa współpracowała ze szpitalami, Santa Coloma de Gramenet i Barcelona z restauracjami, Getxo z dużymi festiwalami muzycznymi i międzynarodowymi zawodami skateboardingu, a wiele miast, jak Lublin, Jerez lub Kartagena, zaangażowało drużyny sportowe. Jest znacznie więcej „nieoczekiwanych” sojuszników, których zaangażowanie ma fundamentalne znaczenie dla dotarcia ARS do szerszego grona odbiorców.

Zawsze musimy liczyć się z ryzykiem nieporozumień lub wypaczonych oczekiwań i braku możliwości właściwej reakcji na generowane zainteresowanie. Jeśli ludzie wykażą zainteresowanie współpracą, a my nie będziemy wiedzieć, jak, o co prosić i co zaoferować, będzie to niekorzystne dla ARS i będziemy marnować energię.

■ FC Cartagena wspierająca strategię przeciwdziałania plotkom.

### 3. Promowanie wiedzy i krytycznego myślenia

#### Rozpowszechnianie kontr-informacji

Próba obalania przekonań poprzez dostarczanie informacji podważających je jest często metodą bardzo nieskuteczną. Ludzie mają tendencję do ignorowania i zapominania o wiedzy sprzecznej z ich poglądami, co może nawet wzmocnić ich negatywne przekonania.



#### Konkretne działania w zakresie budowania potencjału

Oprócz szkolenia agentów zajmujących się przeciwdziałaniem plotkom istnieją inne przestrzenie budowania potencjału i wzmocnienia pozycji, na których powinniśmy się skupić, organizując warsztaty, seminaria, debaty itp. Działania te muszą być elastyczne, aby dotrzeć do osób o bardzo różnych profilach, a nie tylko do tych, które już są uwrażliwione na dany temat. Nie powinniśmy ograniczać zaproszeń do naszych baz danych obejmujących osoby, które są już zaangażowane w takie działania i promują je w różnorodnych kontekstach.

Tego rodzaju szkolenia można zaoferować urzędnikom, organizacjom społecznym, przedsiębiorstwom, ośrodkom kulturalnym i sportowym lub ogólnie obywatelom itd. Z tego powodu, iż wszystkie miasta przeciwdziałające plotkom promują określone działania w zakresie budowania potencjału, można tu wskazać tylko kilka przykładów.

Zwykle komunikaty przesyłane bardziej bezpośrednio i interaktywnie są znacznie skuteczniejsze. Czasami jednak, w zależności od celu, mogą być przydatne, szczególnie jeśli nie mają na celu rozpowszechniania plotek lub powierzchownych argumentów i uwzględniają zalecenia wyszczególnione w poprzednich rozdziałach.

■ ARS miasta Limerick wybrała infografiki, które „przekładają” skomplikowane informacje i argumenty na grafiki do udostępnienia w mediach społecznościowych, w celu wywarcięcia dużego wpływu.

■ W Santa Coloma de Gramenet wyprodukowano obrusy z argumentami przeciwko plotkom we współpracy z lokalnymi restauracjami, tak, by ludzie myśleli o tym temacie podczas lunchu!

■ Erlangen przeprowadziło kampanię przeciwdziałającą plotkom we współpracy z firmą Siemens, głównym pracodawcą w regionie. Kampania skupiała się głównie na plotkach dotyczących osób ubiegających się o azyl i obejmowała warsztaty budowania potencjału dla pracowników, a także zapewnienie staży wykwalifikowanym osobom ubiegającym się o azyl, w celu promowania różnorodności siły roboczej firmy. Celem projektu było stworzenie sytuacji, w której wszystkie strony odnoszą korzyści: osoby ubiegające się o azyl dostają wskazówki dotyczące miejsca pracy, pracownicy firmy zastanawiają się nad swoimi uprzedzeniami wobec uchodźców i migrantów, a sama firma może wykorzystać potencjał wykwalifikowanych osób z puli tych, które ubiegają się o azyl.

■ Fuenlabrada opracowała specjalną kampanię przeciw plotkom, skupiającą się na rodzinach. Wśród różnych akcji promowano literackie warsztaty twórcze dla rodzin z dziećmi (6-12 lat), prowadzone przez zawodowych pisarzy. Celem było zapewnienie budowania potencjału i świadomości w zakresie rozpoznawania negatywnej roli plotek i uprzedzeń oraz rozwijanie umiejętności stawiania im czoła.

■ Montreal: W Montrealu Carrefour de ressources en interculturel (CRIC) organizuje warsztaty zachęcające do analizy międzykulturowej i dyskusji na temat plotek. W celu ich

wcześniejszego przygotowania zbiera się pogłoski od uczestników. Podczas warsztatów uczestnikom proponuje się pewne narzędzia, które mają zachęcić do dialogu i krytycznego myślenia (narzędzia umożliwiające rozpoznanie kiedy dokonuje się uogólnień, rozpoznanie, że korzystamy z własnego bagażu kulturowego do odczytania sytuacji, a uczestnicy zachęceni są do zadawania pytań). Warsztaty prowadzone są w szkołach podstawowych i średnich, ośrodkach dla osób starszych, organizacjach społecznych itp. Z tego powodu, że warsztaty prezentują podejście międzykulturowe, to poruszają one plotki wpływające na różnorodność oraz plotki krążące wśród lokalnej ludności. Służy to dwóm celom: wzbudzeniu empatii oraz ułatwieniu wymiany międzykulturowej i otwartości poprzez krytyczne myślenie.

■ **Miasto Patras** zapewniło budowanie potencjału we współpracy z zakładami karnymi. Więzienie to mała, zamknięta społeczność, która musi radzić sobie z tymi samymi problemami, co reszta społeczeństwa. W więzieniu ludzie mają obowiązek żyć razem 24 godziny na dobę, bardzo blisko, bez możliwości unikania się nawzajem i cieszenia się prywatnością. Trudno jest im zatem ukrywać swoje przekonania, unikać plotek i uprzedzeń. Warsztaty przeciwdziałania plotkom w więzieniu w Patras zostały opracowane przy pełnym wsparciu kierownictwa i personelu. W warsztatach uczestniczyli zarówno osadzeni, jak i pracownicy więzienia, a materiały z zakresu przeciwdziałania plotkom przygotowano we współpracy z więzienną służbą edukacyjną.

■ **Logroño**, pośród wielu innych warsztatów przeciwdziałania plotkom, zorganizowało jeden bardzo wyjątkowy w celu promowania pozytywnych interakcji i poprawy świadomości na temat uprzedzeń i dyskryminacji. Uczestnikami byli głównie bezrobotni, a także osoby niepełnosprawne. Warsztaty te zorganizowano na wniosek miejskiego wydziału zatrudnienia.

■ **Santa Coloma de Gramenet** oferuje szeroką gamę specjalistycznych warsztatów przeciwdziałania plotkom dla różnych grup docelowych. Miasto zorganizowało na przykład sesje szkoleniowe dotyczące przeciwdziałania plotkom dla pracowników władz miejskich, skupiające się na takich tematach, jak różnorodność religijna i międzykulturowość z perspektywy płci.

### *Działania włączone w formalny program*

Treści te będą miały większy wpływ, jeśli zostaną włączone do regularnych programów szkoleń (sił bezpieczeństwa, nauczycieli, urzędników itp.), a nie będą prezentowane w ramach specjalnych modułów lub dobrowolnych sesji (w których uczestnikami są zwykle osoby już uwrażliwione na ten temat).

W przypadku szkół, choć istnieje wiele świetnych przykładów działań wdrożonych przez kilka miast przeciwdziałających plotkom, wskazane jest, aby nie poświęcać temu zagadnieniu tylko jednej sesji lub modułu, ale raczej spróbować włączyć to podejście w ramy projektu pedagogicznego i przekrojowego zaangażowania w edukację międzykulturową.

Dostarczanie wiedzy na temat historii i korzeni rasizmu oraz dyskryminacji okazało się mieć istotny wpływ.



■ **Limerick**: Organizacja Doras Luimní opracowała silne i ambitne szkolenie w zakresie przeciwdziałania plotkom, koncentrując się na formalnym systemie edukacji. W oparciu o warsztaty z przeciwdziałania plotkom, pojawiło się zainteresowanie opracowaniem bardziej zrównoważonego modelu, który można by włączyć do nauczania i uczenia się na trzecim poziomie edukacji, w szkołach drugiego stopnia, a także w nieformalne programy dla młodzieży. Każda instytucja trzeciego stopnia włączyła podejście przeciwdziałania plotkom do jakiegoś aspektu swoich kursów i zastosowała je jako zadanie do wykonania w ramach kursu.

■ **Amadora**: nauczyciele, którzy pomagali w „szkoleniu trenerów” przeciwdziałania plotkom, rozpoczęli działania przeciwko plotkom w szkołach. Spowodowało to efekt kuli śnieżnej, gdyż inne szkoły zdecydowały się w bardzo kreatywny sposób włączyć podejście przeciwdziałające plotkom do swoich programów edukacyjnych, wykorzystując sztukę (zajęcia teatralne, fotograficzne i muzyczne), jako główny katalizator swojej pracy.



■ Kreatywne warsztaty przeciwdziałania plotkom w Jerez.

### *Materiały, zasoby i praktyczne narzędzia*

Opracowanie materiałów i zasobów, które uzupełniają i wspierają szkolenie, jest podstawowym celem ARS. Wiele miast opracowało podręczniki, przewodniki, filmy i inne materiały, z których wiele osób i profesjonalistów korzysta w celu pogłębienia wiedzy i dostosowania jej do konkretnych obszarów pracy. Bardzo ważne jest opracowanie materiałów zapewniających praktyczne narzędzia, tak aby nie tylko agenci przeciwdziałający plotkom, ale wiele innych zainteresowanych osób mogło je stosować na co dzień, by skutecznie przyczynić się do kwestionowania i ograniczania uprzedzeń.

Istnieje wiele przykładów materiałów, przewodników i praktycznych podręczników opracowanych przez wszystkie miasta przeciwdziałające plotkom (np. Norymberga, Sabadell, Botkyrka,



Fuenlabrada, czy Limerick) w celu wsparcia pracy agentów i profesjonalistów zajmujących się przeciwdziałaniem plotkom, którzy chcą prowadzić tę aktywność w swoich zawodowych branżach. Wskazujemy tylko kilka z nich, ale na stronach miast można znaleźć o wiele więcej.



■ **Barcelona:** Praktyczny przewodnik dla agentów przeciwdziałających plotkom był od początku publikacją będącą punktem odniesienia dla wielu miast. Dzięki podejściu teoretycznemu, ale głównie praktycznemu, oferuje solidne informacje i przydatne narzędzia z zakresu przeciwdziałania plotkom i uprzedzeniom.

■ **Bilbao:** „Gry w demontowanie plotek” Poradnik z zajęciami z zakresu przeciwdziałania plotkom dla młodzieży. Jest to bardzo świeża i kompletna publikacja, oferująca wiele strategii i metod promowania krytycznego myślenia i podnoszenia świadomości wśród młodzieży.

## 4. Działania na rzecz świadomości partycypacyjnej i wzmacniania pozycji

Istnieją też inne, mniej formalne działania promujące wzmocnienie pozycji, podnoszenie świadomości i krytyczne myślenie, które są bardzo przydatne w angażowaniu i docieraniu do szerokiego grona odbiorców. Działania zachęcające do uczestnictwa, zajmujące się poprzez kulturę i sztukę pośrednio kwestią uprzedzeń, okazały się bardzo skuteczne.

■ **Bilbao:** „Młodzieżowe warsztaty wideo”. Wiele ośrodków młodzieżowych w mieście prowadzi warsztaty, których celem jest produkcja filmików z wykorzystaniem metodologii partycypacyjnej, aby podkreślić i ułatwić zrozumienie plotek w swoim sąsiedztwie.

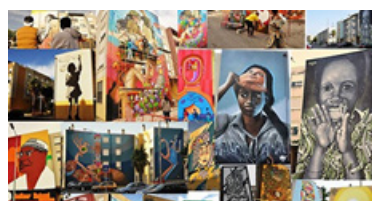
■ **Botkyrka:** W bibliotekach utworzono kawiarnie przeciwdziałania plotkom, będące publiczną platformą umożliwiającą dyskusję i badanie plotek i uprzedzeń. Biblioteki wybrano ze względu na dużą liczbę młodych ludzi w wieku 18–25 lat. W kawiarniach antyplotkowych poruszano główny temat, ale podstawowym celem każdej kawiarni było zachęcenie ludzi do rozmowy na temat plotek, o których zwykle niezręcznie jest im rozmawiać.

■ **Getxo:** Działania przeciwdziałające plotkom w bibliotekach miejskich: likwidują stereotypy i zachęcają do interakcji w ramach warsztatów, opowiadania historii, akcji komiksowych, konferencji itp. Getxo udało się także zaangażować lokalną szkołę teatralną do przyjęcia podejścia przeciwdziałającego plotkom, a uczniowie przez cały rok wystawiali przedstawienia przeciwdziałające plotkom, które obejrzały setki krewnych.

■ **Loures** Publiczna galeria sztuki: celem była zmiana negatywnego wizerunku konkretnej dzielnicy, Quinta do Mocho, aby zaradzić uprzedzeniom i stygmatyzacji, zwiększyć dumę i poczucie przynależności do przestrzeni publicznej oraz rozwinąć publiczną galerię sztuki, biorąc pod uwagę specyficzne cechy zróżnicowanej społeczności. Pomysł zrodził się podczas planowania „Festiwalu: Sąsiedztwo i Świat”. Zespół ds. przeciwdziałania plotkom zdecydował, że jedną z głównych części festiwalu mogłoby być malowanie murali na obszarze zamieszkałym przez społeczność, w ramach akcji artystycznej i rozwoju społeczności poprzez promowanie spotkań i debaty społecznej oraz zaangażowanie wielu interesariuszy i artystów. Głównym celem była zmiana zewnętrznych uprzedzeń (poczucie braku bezpieczeństwa, strach przed migrantami) i wewnętrznych uprzedzeń (brak poczucia własnej wartości, brak poczucia odpowiedzialności za dany problem) na temat tej dzielnicy. W sumie wykonano 33 murale, a w akcję zaangażowało się 45 artystów.

■ **Lubelskie warsztaty medialne „pożeracze plotek”,** podczas których uczestnicy nie tylko poznali tajniki tworzenia filmów, ale także sami stworzyli krótki film promujący integrację. Uczestnicy nie tylko poznali sytuację obcokrajowców w Lublinie, zdefiniowali największe wyzwania związane ze społecznością międzykulturową, ale także mogli twórczo stawić im czoła w krótkich, samodzielnie nakręconych filmach. Efekt warsztatów zaprezentowano podczas oficjalnej Gali Lubelskich Plotkarzy w Centrum Kultury w Lublinie.

Kierujemy się logiką wykorzystywania istniejących przestrzeni, a nie tworzenia nowych. Bardzo ważne jest, aby polegać na profesjonalistach oraz na różnorodnych i innowacyjnych metodologiach, które można zaoferować w wydarzeniach i ośrodkach kulturalnych, bibliotekach, stowarzyszeniach, firmach, a nawet szpitalach, czy więzieniach, jak to uczyniły niektóre miasta.



■ **Norymberga:** Akcja fotograficzna w Norymberdze, w której uczestnicy mieli napisać zdanie na temat grupy, do której należą, a następnie podać jedną cechę, która zwykle jest kojarzona z tą grupą, ale której oni sami nie mają. Na przykład: „Jestem Azjata, ale nie jestem dobry z matematyki”. Celem było uświadomienie odbiorcom zdjęć stereotypów i dzięki temu zmniejszenie podatności na plotki.

■ **Patras:** Karnawał dla dzieci. Podczas warsztatu szkoleniowego dla trenerów dotyczącego przeciwdziałania plotkom zrodził się pomysł włączenia podejścia przeciwdziałającego plotkom do karnawału dla dzieci w Patras. Plan został zrealizowany i wynik był świetny; w wydarzenie zaangażowało się wiele dzieci i trafiło ono do wielu mieszkańców Patras. To doświadczenie było dobrym przykładem tego, jak można inspirować się kampaniami innych miast: podczas wydarzenia zaprezentowano gigantyczną nadmuchiwaną papugę inspirowaną tą z Getxo w Hiszpanii oraz parasol przeciw plotkom z Bilbao.

■ **Sabadell:** wspólne rapowanie. Miasto zaprosiło znanego rapera, popularnego wśród nastolatków i młodych ludzi, aby pomógł uczniom w skomponowaniu i nagraniu rapowej piosenki przeciwko plotkom. W akcję miasta włączyli się aktorzy telewizyjni, dziennikarze, showmani, liderzy dzielnic i dyrektorzy szkół.

■ **Barcelona:** „Katalog działań przeciwdziałających plotkom” oferuje ponad 30 działań przeciwdziałających plotkom prowadzonych przez różne organizacje i specjalistów, które gmina oferuje bezpłatnie szkołom, organizacjom, służbom miejskim itp. W ciągu ostatnich 5 lat w tych działaniach wzięło udział ponad 20 000 osób. Katalog oferuje ponad 30 działań przeciwdziałających plotkom, w tym wiele warsztatów kreatywnych (hip-hop, radio, wideo...), fora teatralne, debaty, wydarzenia promujące pozytywne interakcje itp. „Nie jestem rasistą, ale...” to przykład jednego z wielu działań zawartych w Katalogu, jest to forum teatralne prowadzone przez La Xixa Teatre, bardzo doświadczoną i twórczą organizację przeciwdziałającą plotkom.

## 5. Promowanie pozytywnej interakcji

Pożądane jest, aby działania charakteryzowały się wysokim poziomem różnorodności jeśli chodzi o profil ich uczestników. Jednak nie zawsze tak jest i będzie to zależać od różnorodności przestrzeni, w których prowadzimy nasze działania (szkoły, dzielnice, domy kultury, przestrzeń publiczna itp.) oraz od naszej zdolności do przyciągania ludzi z różnych środowisk społeczno-kulturowych do różnych działań. Dlatego tak istotne jest, aby niektóre działania skupiały się w szczególności na promowaniu i gwarantowaniu pozytywnych interakcji między ludźmi o różnym pochodzeniu, narodowości, przekonaniach, tożsamości płciowej i należących do różnych grup wiekowych itd.

Widzimy, że pozytywna interakcja przyczynia się do zmniejszenia uprzedzeń, ale „teoria kontaktu” ostrzega, że nie stanie się to tylko dzięki interakcji. Konieczna jest zbieżność pewnych okoliczności,





takich jak równość statusu, dynamika oparta na współpracy i niekonkurencyjności, a przede wszystkim, oparcie działań na wspólnych celach, które wykraczałyby poza różnice i kładły nacisk na wspólne interesy. W niektórych przypadkach będzie to po prostu polegać na włączeniu kryterium gwarancji różnorodności w wiele prowadzonych przez nas działań, począwszy od członków

sieci przeciwdziałającej plotkom, aby uniknąć przekształcenia się w naprawdę zróżnicowaną sieć z aktywnym udziałem osób z różnych środowisk i z napiętnowanych grup mniejszościowych. Jednak w innych przypadkach konieczne będzie promowanie konkretnych działań i przestrzeni, w których promuje się i ułatwia tę pozytywną interakcję.

■ **Erlangen:** Bankiet piknikowy i „żywe książki”. Miasto Erlangen zbudowało stół bankietowy o długości ponad 180 metrów i było gospodarzem gigantycznego pikniku zorganizowanego wzdłuż głównej ulicy miasta. Około 1000 mieszkańców Erlangen i wiele osób ubiegających się o azyl bezpośrednio komunikowało się i wymieniało między sobą oraz zabierało informacje o plotkach i sposobach przeciwdziałania im. Wzdłuż stołu piknikowego w Erlangen ustawiono dziesięć „żywych książek” umożliwiających otwarte rozmowy z uchodźcami. Poproszono uczestników, by zapytali 10 osób ubiegających się o azyl o ich życie, talenty, umiejętności, doświadczenia i marzenia. Celem było zadanie pytań, na które normalnie ludzie by się nie odważyli, a tym samym przełamanie plotek i wzajemne poznanie się. Uczestnicy bankietu spotkali się z ludźmi, którzy mieli do opowiedzenia wyjątkowe historie i poznali nieoczekiwane talenty mieszkających obok – uchodźców w Erlangen. Była to świetna okazja do wygenerowania pozytywnej i aktywnej wymiany zdań na temat równości jeden do jednego, przedstawienia się i zawarcia przyjaźni, z których wiele trwa nadal.

■ **„Posiłek na spotkanie” (Bizilagunak) Getxo, Bilbao, San Sebastián** i inne miasta realizują ten projekt pod przewodnictwem organizacji SOS Racismo Gipuzkoa: Inicjatywa ta jest inspirowana projektem „Rodzina z sąsiedztwa”, który został uruchomiony w 2004 r. w Czechach, a następnie rozprzestrzenił się w całej Europie. Polega na zorganizowaniu posiłku z miejscową rodziną lub grupą przyjaciół i osobą obcego pochodzenia z towarzyszeniem osoby aktywizującej uczestników, by dzielili się jedzeniem i doświadczeniami. Wiele baskijskich miast promowało ten projekt w ramach swoich strategii przeciwdziałania plotkom. W grudniu 2016 r. Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny (EESC) nagrodził organizację SOS Racismo Gipuzkoa za ten projekt, jako jedną z pięciu organizacji i osób z całej Europy, które pokazały wyjątkowe przykłady solidarności z uchodźcami i migrantami.

■ **Sabadell:** „Gastronomiczne doświadczenie przeciwdziałające plotkom”: międzykulturowe, czterotygodniowe wydarzenie gastronomiczne, zorganizowane wspólnie przez grupę imigrantek z różnych przestrzeni dla kobiet w Sabadell oraz 25 uczniów i pracowników restauracji Szkoły Gastronomicznej, której właścicielem i kierownikiem jest Departament Rozwoju Gospodarczego gminy. Wydarzenie to przyciągnęło dużą liczbę mieszkańców i dało możliwość przekazania informacji i interakcji na temat plotek oraz działań przeciwdziałających plotkom.

■ **Cartagena.** „Dziewczyny w akcji”. Miasto wdraża swoją ARS, skupiając się szczególnie na szkołach średnich, aby rzucić wyzwanie uprzedzeniom dotyczącym różnych kultur. Interesujące działanie mające na celu przeciwdziałanie plotkom prowadzone jest przez grupę „dobrych uczennic” z różnych środowisk, które promują debaty z innymi uczniami na temat ich kultur w celu wspierania lepszej wiedzy w zakresie różnorodności kulturowej i pozytywnych interakcji.

■ **Norymberga:** „Mobilna kuchnia” to inicjatywa promująca interakcje społeczne, zainspirowana projektem C4i w Norymberdze. Celem mobilnej kuchni jest umożliwienie spotkań mieszkańców różnych dzielnic, drewniany barek kuchenny jest łatwy w transporcie, a jeszcze łatwiej można go rozbudować, dodając krzesła. Ideą jest zapraszanie przechodniów do rozmów i pogawędek.





## 6. Bezpośrednia konfrontacja z uprzedzeniami i plotkami

Kolejnym z kluczowych punktów ARS jest potrzeba promowania proaktywnej postawy, zarówno osobistej, jak i zbiorowej, polegającej na bezpośredniej konfrontacji z uprzedzeniami, gdziekolwiek je zidentyfikujemy. Konfrontacja z uprzedzeniami ma zasadnicze znaczenie dla ograniczenia bezkarności, zatrzymania spirali plotek i uniknięcia „normalizacji” niektórych komentarzy, postaw i zachowań. Konfrontacja ta może i musi być prowadzona na różne sposoby i różnymi kanałami:

- ▶ osobistymi z ludźmi z naszego środowiska;



- ▶ na poziomie politycznym i instytucjonalnym poprzez publiczne deklaracje, poszukiwanie konsensusu;
- ▶ w ramach sieci przeciwdziałania plotkom oraz organizacji i aktorów społecznych przez manifesty, konkretne akcje itd.;
- ▶ poprzez uruchamianie konkretnych kampanii komunikacyjnych

Załącznik 1 przedstawia zestaw strategii do bezpośredniej konfrontacji z uprzedzeniami i plotkami. Jest to jeden z ważnych punktów każdego szkolenia agentów przeciwdziałających plotkom, ponieważ czasami nasze reakcje mogą przynieść efekt przeciwny do zamierzonego, a skuteczne działanie jest kluczowe.

■ **Teneryfa:** „Zaszczep się przeciwko plotkom. Nie pozwól, żeby sprawiły, że jesteś chory”. Agenci zajmujący się przeciwdziałaniem plotkom na Teneryfie przeprowadzili w szpitalu test przeciwdziałający plotkom i poprosili mieszkańców o opinie na temat niektórych plotek. W zależności od odpowiedzi rozpoczęli rozmowę, a potem wręczali im tabletki na plotki oraz receptę pełną argumentów przeciw plotkom.



■ „Koło plotek” na Teneryfie to przydatne narzędzie do promowania rozmów i sprawdzania plotek funkcjonujących wśród mieszkańców w przestrzeni publicznej, takiej jak lokalne targi. Bardzo oryginalną akcją było „odwracanie plotek”, które polegało na tym, aby mieszkańcy kręcili kołem, a następnie wypowiadali się na temat wybranej plotki. Bardzo dobrym ćwiczeniem jest sprawdzanie umiejętności komunikacyjnych agentów przeciwdziałających plotkom.

## Konfrontowanie się z plotkami w mediach społecznościowych

Wiele miast uwzględniło w swoich szkoleniach z przeciwdziałania plotkom strategię przeciwdziałania plotkom i negatywnym narzeczom na temat różnorodności w mediach społecznościowych.

**Barcelona.** W ramach kampanii #NoComparteixoRumors (#Idontsharerumours) rozpoczętej po atakach terrorystycznych w mieście w sierpniu 2017 r. sieć przeciwdziałania plotkom opracowała protokół, za pomocą którego można prosić ludzi o zwalczanie plotek i mowy nienawiści w mediach społecznościowych oraz umożliwiać im walkę z nimi. Akcja ma na celu pokazanie użytkownikom, jak postępować w obliczu dyskryminacyjnych przekazów i plotek, które bardzo szybko się rozprzestrzeniają i stają się zaraźliwe, a także odwołuje się do odpowiedzialności każdego z nich. W przypadku plotek opartych na stereotypach i fałszywych danych protokół zaleca żądanie szacunku, powiadomienie nadawcy, aby nie wysyłał więcej tego typu wiadomości oraz zachęcenie go do uprzedniego zdobycia pewnej wiedzy i odpowiedzialnego zachowania w sieci społecznościowej. Kampania zachęca obywateli do krytycznego podejścia do otrzymywanych wiadomości, zwłaszcza jeśli ich treść jest obraźliwa i manipulacyjna. Instruuje ich także: „Nie reagujcie impulsywnie, zastanówcie się nad prawdziwością informacji i szukajcie innych źródeł, nie udostępniajcie ich, aby zminimalizować ich rozpowszechnianie”. Wreszcie sieć wzywa do zgłaszania właściwym instytucjom komunikatów nienawiści, sklasyfikowanych w prawie karnym.

## 7. Przestrzeń wolna od plotek

Promowanie przestrzeni wolnych od plotek to ciekawa inicjatywa, która nie polega na przeprowadzeniu jakiejś akcji antyplotkowej w szkole, bibliotece publicznej, firmie czy w urzędzie miasta, ale na opracowaniu znacznie intensywniejszego działania. Chodzi o wdrożenie w tej przestrzeni, która ma stać się przestrzenią wolną od plotek, „mini” strategii przeciwdziałania plotkom.

Wiąże się to z formalnym zobowiązaniem i opracowaniem planu pracy, który uwzględni różnorodne działania szkoleniowe i podnoszenie świadomości i który staje się częścią tożsamości i podstawowych wartości takiego ośrodka. Działania te mogą



stanowić część ogólnej strategii miasta, w której zdecydowano się na stworzenie różnych przestrzeni wolnych od plotek. Będą generowały wpływ zewnętrzny, nie tylko na pracowników, ale też na ludzi, którzy korzystają z tych przestrzeni, uczęszczają do nich lub je odwiedzają. Centra te, podobnie jak miasta zapobiegające plotkom, muszą spełniać szereg wymagań.

„Miasta wolne od plotek” to tytuł przewodnika po europejskim projekcie C4i i hasło wybrane przez różne miasta, jak Loures i Kartagena, do swoich strategii. Chociaż plotki nigdy nie znikną, ponieważ są praktycznie częścią ludzkiej natury i odgrywają swoją rolę, twierdzenie to może posłużyć, jako ambitny punkt odniesienia i wytyczne do zastosowania w różnych przestrzeniach miasta.

Hasło „dzielnica wolna od plotek” zostało wykorzystane przez barcelońskie stowarzyszenie „La Casa Amarilla” do poprowadzenia pewnego rodzaju warsztatów w ramach Katalogu Działań Miasta Przeciwo Plotkom. Inicjatywa ma na celu podniesienie świadomości dzieci i rodzin na temat znaczenia zwalczania plotek i stereotypów dotyczących różnorodności kulturowej oraz poprawy wiedzy i znaczenia różnych form wyrazu kulturowego. Poprzez różne gry wprowadza pojęcia plotek i stereotypów oraz negatywnych konsekwencji ich rozpowszechniania.

Andaluzyjska Federacja „Andalucía Acoge” poprzez agencję „Stop plotkom” promuje ciekawą inicjatywę w miastach andaluzyjskich, a także w Ceucie i Melilli. Prowincje Huelva, Granada i Malaga były pionierami w tworzeniu „przestrzeni wolnych od plotek”, które stały się kluczowymi miejscami wykrywania i eliminowania plotek na temat różnorodności, a zwłaszcza na temat imigrantów. W tych przestrzeniach osoby wykonujące swoją codzienną pracę przechodzą szkolenia i otrzymują informacje dotyczące zakazu rozpowszechniania plotek w miejscu pracy. Wojewódzka Biblioteka Publiczna w Huelvie jako pierwsza stała się Przestrzenią wolną od plotek. W Granadzie było to wspólnotowe centrum usług społecznych Dystryktu Północnego, a Malaga pracowała nad planem wspólnotowym „Proyecto Hogar”. Działania dotyczyły dzielnic o zróżnicowanej populacji i wielu potrzebach transformacyjnych, które były szczególnie dotknięte plotkami.



## 8. Kreatywne laboratoria antyplotkowe

ARS jest procesem długoterminowym i istotne jest, aby stale zasilać tę strategię nowymi pomysłami, doświadczeniami i wkładem nowych aktorów i dyscyplin. Z tego powodu kreatywność i innowacyjność są kluczowymi elementami tożsamości strategii. Najgorsze, co może przytrafić się ARS, to jej zatrzymanie, wykazanie oznak inercji w postaci skonsolidowanego zestawu działań, który nie jest już wzbogacany o nowe metodologie, aktywności i aktorów.

W celu zagwarantowania ducha ciągłej innowacji, konieczne jest promowanie przestrzeni dedykowanych temu celowi, umożliwiających ciągłość istnienia tej twórczej energii. Dlatego też kierunek działania wszystkich ARS powinien w szczególności skupiać się na generowaniu nowych pomysłów. Teneryfa wyróżniała się, jako jedna z najbardziej kreatywnych sieci, podobnie jak Getxo, Barcelona, Lublin, czy Patras.

Ważne jest również, aby przyciągać bardzo zróżnicowane profile i w dalszym ciągu angażować nowe podmioty w burze mózgów i warsztaty kreatywne, tak jak zrobiło to wiele miast, takich jak Fuenlabrada, Loures i wiele innych.



„Kreatywne laboratoria antyplotkowe”. Obecnie promowana jest bardzo ciekawa inicjatywa, która łączy globalny projekt przeciwdziałania plotkom z centrum kreatywności i coworkingu z siedzibą w Barcelonie posiadający wiele międzynarodowych powiązań. MOB: Makers of Barcelona, zdobył jedną z nagród w konkursie „Diversity Advantage Challenge” promowanym przez hiszpańską sieć miast międzykulturowych RECI. MOB to przestrzeń, która tchnie dynamizmem, kreatywnością i różnorodnością. Właśnie różnorodność zespołu i społeczności „mobberów” pozwoliła na wprowadzanie innowacji na różne sposoby. Założycielka Cecilia Tham, posiadająca doświadczenie międzykulturowe, twierdzi, że istnieje potrzeba różnorodności pomysłów, kontekstów, profili, perspektyw, płci, narodowości itp., aby znaleźć innowacyjne rozwiązania dla głównych wyzwań stojących przed obecnymi społeczeństwami. Różnorodność w służbie innowacyjności, przedsiębiorczości i zaangażowania w rozwój społeczno-gospodarczy środowiska. Celem jest stworzenie platformy współpracy, która promuje kreatywność w służbie ARS i pozwala na integrację bardzo różnorodnych dziedzin i dyscyplin w oparciu o kreatywne podejście.



## 9. Osiąganie nowych poziomów wpływu

Cele ARS są ambitne i złożone dlatego oczekiwanie, że można je w pełni osiągnąć jedynie poprzez opracowanie zestawu działań podnoszących świadomość na poziomie lokalnym jest nierealistyczne. Widzieliśmy już, że uprzedzenia i postawy wobec różnorodności społeczno-kulturowej mają wiele przyczyn i wpływają na nie różni aktorzy.

Aby dokonać naprawdę głębokich, a nie tylko powierzchownych zmian, konieczne jest dotarcie do innych obszarów oddziaływania, które pozwolą na zajęcie się tymi przyczynami. Z tego powodu ważne jest, aby ARS była w stanie budować mosty i sojusze z aktorami o różnym poziomie wpływów i kompetencji, takimi jak stowarzyszenia gmin, władze regionalne i państwowe, partie polityczne, media, duże organizacje społeczne i kulturalne, uniwersytety, firmy i inne środowiska decyzyjne.

ARS pokazała, że pomimo tego, że opiera się głównie na politykach lokalnych i społecznościowych oraz na sieciach partycypacyjnych różnorodnych aktorów społecznych, udało się jej wpłynąć na wiele innych obszarów, które mają decydujące znaczenie dla wzmocnienia zaangażowania w konfrontację i ograniczanie uprzedzeń, procesów dyskryminacji oraz przeciwdziałanie negatywnym narracjom o różnorodności.



W 2012 r. podpisano porozumienie o współpracy pomiędzy trzema szczeblami administracji katalońskiej, gminą Barcelona, administracją prowincji i rządem Katalonii, którego celem jest współpraca w promowaniu ARS na całym świecie i w wielu katalońskich miastach poprzez transfer materiałów, szkolenia i wspólne akcje. Ten przypadek ilustruje, jak tworzenie synergii i dodanie nowej współpracy może zwiększyć skuteczność i wpływ. Fakt, że rządy tych instytucji tworzą różne partie polityczne, które angażują się w realizację celów ARS, jest doskonałym wskaźnikiem zdolności do włączenia wspólnych i przekrojowych wysiłków na rzecz budowania bardziej włączających, międzykulturowych i sprawiedliwych społeczeństw.



■ Baskijska Sieć Przeciwdziałania Plotkom ZAS! Zaczęła działalność od skromnego projektu przeszkolenia 20 agentów zajmujących się przeciwdziałaniem plotkom w Getxo, a następnie rozrosła się do sojuszu wielu najważniejszych podmiotów społecznych, gmin, rządu baskijskiego, Uniwersytetu Kraju Basków i innych kluczowych instytucji, takich jak Rzecznik Praw Obywatelskich autonomii. Zaangażowanie to pozwoliło nie tylko umieścić tę kwestię w programie politycznym i społecznym, ale także osiągnąć istotny postęp i wpływ wykraczający poza miasto.



**Erlangen: Wpływ firmy Siemens:** fakt, że w Erlangen zaangażowana była firma Siemens zatrudniająca ponad 25 000 pracowników na tym obszarze, znacznie pomógł w walce z negatywnym postrzeganiem różnorodności kulturowej, a zwłaszcza ważnego wkładu, jaki uchodźcy mogą wnieść do społeczeństw przyjmujących. Dobre wyniki rozprzestrzeniły się na siedziby firmy znajdujące się w innych miastach i wzmocniły ich współpracę w ramach polityki integracji międzykulturowej poszczególnych miast. Wyniki te obejmują:

- Zmniejszenie liczby plotek skierowanych przeciwko uchodźcom wśród pracowników firmy Siemens;
- Wzmocnienie wymiany międzykulturowej, świadomości i kompetencji po obu stronach;
- Większą świadomość różnorodności kulturowej i korzystania z jej zalet.
- Wymianę doświadczenia i wiedzy;
- Poprawę możliwości znalezienia pracy dla osób ubiegających się o azyl;
- Silny wkład w długoterminową integrację międzykulturową.



## Media

Oddziaływanie ARS na media było spektakularne we wszystkich miastach, w których została wdrożona, w tym w wielu mediach ogólnokrajowych. Telewizje, gazety, radio, media internetowe itp. gromadziły wiadomości, wywiady i filmy dokumentalne na temat ARS. Znakomitym przykładem jest kataloński program telewizyjny „Tot un Món” (cały świat), który przez lata emitował reportaże na temat inicjatyw z zakresu przeciwdziałania plotkom i osobiste wypowiedzi osób obcego pochodzenia, by przeciwdziałać stereotypom i fałszywym pogłoskom na temat różnorodności kulturowej.

Jak widać, istnieje wiele innych przykładów tego, jak ogromny wpływ wywarło przeciwdziałanie plotkom na kluczowe dziedziny, takie jak edukacja, kultura i sport itp.



## Zakres międzynarodowy

Jedną z najbardziej wyrazistych ilustracji wielkiej zdolności ARS do wzbudzania zainteresowania poza jej pierwotnym kontekstem jest niewątpliwie jej międzynarodowa ekspansja i zainteresowanie nie tylko wielu krajów w Europie, ale także w Japonii, Meksyku, Kanadzie, Maroku, Jordanii, czy Nowej Zelandii. W ostatnich latach ARS była prezentowana w ponad 25 krajach, w tym w kilku na międzynarodowych forach wysokiego szczebla.

**Zespół miast międzykulturowych w Meksyku**, gdzie w Muzeum Historycznym Miasta przeprowadzono warsztaty dotyczące przeciwdziałania plotkom.





## 10. Współpraca i wymiana z innymi miastami i projekt globalny

Wrzecie jedną z mocnych stron ARS jest jej globalny charakter. Fakt, że kilka miast w różnych krajach promuje tę samą strategię, ale dostosowaną do ich kontekstu i okoliczności, stanowi doskonałą okazję do wzbogacenia podejścia przeciwdziałającego plotkom i zwiększenia jego wpływu. W tym sensie konieczne jest ustanowienie między nimi przestrzeni kontaktu i współpracy.

Wiele miast, które zaczęły promować swoje strategie, skontaktowało się z innymi, aby skonsultować się i podzielić doświadczeniami. W celu komunikowania się z innymi konieczne jest



■ **Asahi**, druga co do wielkości gazeta w Japonii, powiązana z New York Timesem i Guardianem, opublikowała długi wywiad z Danielem de Torres na temat ARS z komentarzami Keizo Yamawaki, najważniejszego japońskiego eksperta w dziedzinie międzykulturowości i eksperta powiązanego z Programem Miast Międzykulturowych Rady Europy.

■ Kolejnym przykładem wpływu ARS jest współpraca pomiędzy projektem Antirumours Global i FACEBOOK-iem w celu zaprojektowania kampanii uświadamiającej na temat stereotypów i uprzedzeń dotyczących różnorodności. Facebook zorganizował dwudniową burzę mózgow „Hack for good” z różnymi zespołami składającymi się z bardzo kreatywnych młodych ludzi, którzy rywalizowali o nagrodę dla najlepszej kampanii przeciwdziałania plotkom.

przyjęcie proaktywnej postawy oraz czerpanie inspiracji z dobrych praktyk i dostosowywanie ich do własnych okoliczności. W niektórych przypadkach kilka miast realizowało wspólne projekty i skorzystało z wymiany oraz sposobu, w jaki każde miasto znalazło innowacyjne rozwiązania dla wspólnych wyzwań. Dlatego tak ważne jest, aby miasta były włączone w ogólny projekt wspierany i promowany przez Radę Europy. W ten sposób możliwe jest zdefiniowanie pewnych wspólnych ram działania, które przyniosą korzyści wszystkim oraz zapewnią dyscyplinę i legitymizację na podstawie wyciągniętych wniosków. Tak jest w przypadku treści szkoleń antyplotkowych, sposobu tworzenia sieci antyplotkowych, czy metod ewaluacji.

■ „Młodzieżowe spotkania przeciwko plotkom” to coroczne zloty młodzieży z różnych hiszpańskich miast działających w zakresie przeciwdziałania plotkom, których celem jest wspólne uczestnictwo w intensywnym szkoleniu na ten temat w celu utworzenia sieci młodych agentów przeciwdziałających plotkom. Pierwsze spotkanie odbyło się w Sabadell w 2016 r., a drugie w Getxo w 2017 r. Wzięło w nim udział 60 młodych ludzi z siedmiu miast (Getxo, San Sebastian, Barcelona, Sabadell, Getxo, San Sebastián, Bilbao, Kartagena i Teneryfa).

■ Podczas spotkania koordynatorów ICC w Reykjavíku w 2016 r. zorganizowano warsztaty i szkolenia z zakresu przeciwdziałania plotkom ICC, w których uczestniczyły wszystkie miasta działające w ramach sieci ICC oraz ARS lub zainteresowane jej uruchomieniem. Celem była wymiana doświadczeń i identyfikacja głównych wyzwań i potrzeb miast w zakresie projektowania lub skonsolidowania swoich strategii oraz podzielenie się ich słabymi i mocnymi stronami. Podczas spotkania z okazji 10-lecia ICC w Lizbonie w listopadzie 2017 r. dla zainteresowanych miast i organizacji oferowano szkolenie w zakresie przeciwdziałania plotkom.

■ 22 czerwca 2017 r. w Barcelonie odbyło się pierwsze spotkanie 15 hiszpańskich miast przeciwdziałających plotkom. Spotkanie to było częścią procesu opracowywania niniejszego Podręcznika przeciwdziałania plotkom. Miasta wraz ze wszystkimi swoimi europejskimi odpowiednikami odpowiedziały na kwestionariusz dotyczący bieżącego stanu swoich strategii oraz identyfikujący ich postępy, główne wyzwania, najlepsze praktyki, systemy i wskaźniki oceny.



## Rozdział 6

# Wpływ i ewaluacja strategii przeciwdziałania plotkom

### A. Proces od mniej do więcej

Ocena i oszacowanie wpływu strategii takiej jak ARS, która uwzględnia tak złożone kwestie, jak postrzeganie ludzi, plotki, uprzedzenia i postawy, nie jest łatwym zadaniem.

Początki ARS w Barcelonie były procesem mniej znaczący więcej. Zaczęło się od kilku bardzo konkretnych, choć niejasno zaplanowanych działań, ale ich bezpośredni wpływ i zainteresowanie, jakie wzbudziła strategia, umożliwiły wzmocnienie inicjatywy, lepsze określenie jej podejścia i znaczne zwiększenie liczby aktywności.

Od początku było jasne, że ARS ma coś, co odróżnia ją od innych inicjatyw. Kiedy Rada Miasta Barcelony publicznie ogłosiła zamiar promowania ARS, okazało się, że strategia wzbudza zainteresowanie i przyciąga uwagę bardzo różnych podmiotów (podmiotów społecznych, obywateli, mediów, polityków, organizacji międzynarodowych, miast z różnych krajów).

Jednak po tym początkowym, nieoczekiwanym wpływie i po bardzo intensywnym i stymulującym okresie rozwoju ARS, w którym kilka miast zaczęło definiować własne strategie, absolutnie konieczne było skupienie się na ocenie dotychczasowego wpływu.

### B. Ewolucja ewaluacji

W 2013 r. Rada Miasta Barcelony (za pośrednictwem organizacji „Sòcol”) przeprowadziła pierwszą ewaluację ARS w celu podsumowania dotychczasowego procesu oraz określenia mocnych i słabych stron strategii. Ocena ta była bardzo przydatna do ponownego przemyślenia pewnych kwestii i udoskonalenia niektórych elementów metodologicznych procesu. Wyniki skupiały się bardziej na aspektach związanych z samym procesem. Natomiast nie przeprowadzono jeszcze analizy jego najbardziej bezpośredniego wpływu na zmiany w postrzeganiu i postawach ludzi.

Podobną ewaluację skupiającą się na procesie włączania aktorów w strategię przeprowadzono także w 4 innych miejscach w ramach hiszpańskiej sieci Miast Międzykulturowych RECI, które jako pierwsze zastosowały doświadczenia Barcelony poza miastami.

Inne miasta, takie jak Getxo, przeprowadziły oceny swoich strategii, stosując różne podejścia i koncentrując się na bardziej konkretnych aspektach swoich procesów i wpływu.

Wreszcie w 2014 r. Rada Europy zdecydowała się poprowadzić europejski projekt C4i, aby przetestować jego zdolność do dostosowania



się do różnych miast europejskich, a przede wszystkim dokładniej zmierzyć jego rzeczywisty wpływ.

Przeprowadzono dwie różne oceny C4i i obie okazały się bardzo przydatne.

#### 1. Ocena procesu C4i (dokonana przez Seána Ó Siochrú)

Obejmuje bardzo dobrze przeprowadzony przegląd zarządzania programów C4i i procesów miejskich jak również pełne analizy przypadków z każdego miasta, które stanowią przykłady dla innych miast.

#### 2. Ocena wpływu i zmiany (przeprowadzona przez Kseniyę Khovanovą-Rubicondo)

Zapewnia pełną i dogłębną analizę wpływu C4i w oparciu o teorię zmiany.

Ocena projektu C4i i strategii przeciwdziałania plotkom 10 miast dała bardzo dokładne i ogólnie bardzo pozytywne wyniki.

Tutaj przedstawimy bardzo krótkie podsumowanie głównych wniosków z oceny wpływu, a wyniki ewaluacji zmian zawarte w obu pełnych raportach można znaleźć na stronie internetowej projektu C4i, wraz z wieloma innymi dokumentami i raportami. <http://pjp-eu.coe.int/en/web/c4i/methodology>

## C. Ocena wpływu i zmiany C4i

Uważamy, że istotne jest przedstawienie podsumowania głównych wyników ewaluacji oddziaływania projektu C4i, gdyż jest to najbardziej rygorystyczna jak dotąd ewaluacja wpływu ARS, która pozwala na identyfikację istotnych aspektów jej oddziaływania.

Po raz pierwszy zbadano wpływ na percepcję i postawy ludzi po przeprowadzeniu konkretnej kampanii antyplotkowej. Główną słabością było ograniczenie czasu trwania kampanii przeciwko plotkom do kilku miesięcy. Wyniki pokazały jednak, że podążaliśmy właściwą drogą i utwierdzają nas w przekonaniu, że ARS wywarła istotny wpływ.

## Zmiana społeczna

Zmiana społeczna odnosi się do zmiany porządku społecznego danej populacji. Może ona obejmować zmiany w naturze, instytucjach społecznych, zachowaniach społecznych lub w stosunkach społecznych.

Na rzecz ewaluacji ARS w ramach projektu C4i opracowano teorię zmiany służącą jako mapa drogowa łącząca elementy ARS, w szczególności udział lokalnych interesariuszy w pożądanej zmianie społecznej - celu inicjatywy. Teoria zmiany daje interesariuszom możliwość oceny, na co mogą, a na co nie mogą wpływać, jaki wpływ mogą mieć oni sami i ich działania oraz czy realistyczne jest oczekiwanie, że osiągną swoje cele w określonym czasie i przy dostępnych zasobach. (A. Anderson, Podejście budującego społeczność do teorii zmiany, Nowy Jork, 2005 r.).

W rezultacie powstała sześćoetapowa teoria zmiany służąca ocenie wpływu projektu C4i w miastach partnerskich, obejmująca:

1. Identyfikowanie długoterminowych celów;
2. „Mapowanie” warunków lokalnych w celu zidentyfikowania warunków niezbędnych, by te cele osiągnąć;
3. Identyfikowanie podstawowych założeń dotyczących kontekstu;
4. Identyfikowanie aktorów koniecznych do stworzenia niezbędnych warunków;
5. Opracowanie wskaźników oceny wyników (uwzględnienie warunków wstępnych);
6. Artykułowanie teorii zmiany C4i, czyli podsumowywanie poszczególnych elementów, zasad i „ruchomych części” teorii).

Wstępne wypowiedzi na temat kontekstu realizacji projektu C4i zebrano od miast C4i w formie indywidualnych wkładów „wizji sukcesu”. W celu urzeczywistnienia tych wizji, podstawowe założenia miast zostały następnie ponownie omówione i zweryfikowane z miastami, aby uwzględnić projekt strategii komunikacyjnej, ostatecznych odbiorców docelowych, kluczowych aktorów, narzędzia i rodzaje interwencji.

W procesie partycypacyjnym z udziałem lokalnych interesariuszy opracowano i pomyślnie przetestowano w całym projekcie C4i możliwą do powielenia, opartą na wynikach metodologię monitorowania i oceny dotyczącą wdrażania działań przeciwdziałających plotkom. Łączy ona:

- a) sprawdzanie zastosowania komunikacji społecznej i podejścia sieciowego w strategiach przeciwdziałania plotkom ;
- b) ocenę wpływu tego podejścia w zakresie zmiany postaw danej populacji.

W kwestii monitoringu podejścia ARS, w ramach ewaluacji stwierdzono, że:

- ▶ we wszystkich miastach uczestniczących w projekcie mieszkańcy i migranci ze społeczności stali się aktywnymi uczestnikami kampanii przeciw plotkom i wspólnie pracowali nad dyskredytacją błędnych poglądów i plotek oraz wnieśli wkład w świadomą debatę publiczną na temat integracji i różnorodności;
- ▶ władze lokalne uruchomiły swoje świadome, w zakresie integracji, oficjalne strategie komunikacyjne, koncentrując się na korzyściach związanych z różnorodnością, przyczyniając się tym samym do tworzenia przyjaznego dla imigrantów klimatu społecznego i politycznego w swoich społecznościach;
- ▶ w wyniku realizacji kampanii komunikacyjnej projektu C4i i realizacji działań w tym zakresie w większości miast zaobserwowano dokładniejsze i uczciwsze relacje w mediach (głównie lokalnych) oraz większe wykorzystanie informacji opartych na dowodach;
- ▶ konsultacje i współpraca władz lokalnych z przedstawicielami społeczeństwa obywatelskiego w kwestiach różnorodności i integracji międzykulturowej stały się powszechną praktyką w każdym uczestniczącym mieście;
- ▶ w rezultacie społeczności i grupy lokalne poprawiły swoją wiedzę na temat treści, skali, zakresu i społeczno-ekonomicznych skutków migracji;
- ▶ wyniki ewaluacji pokazują także trafność, skuteczność, stosowalność i powtarzalność przetestowanej przez C4i metodologii przeciwdziałania plotkom w kontekście europejskich społeczności miejskich w zakresie tworzenia innowacyjnych strategii mobilizacji społecznej na poziomie lokalnym, dementowania błędnych poglądów i plotek oraz poprawę nastawienia ludzi do migracji.

W miastach zbadano wpływ trzech plotek na zmianę postaw społeczności przed i po realizacji projektu. Ocena wykazała, że w wyniku działań i kampanii przeciwdziałających plotkom więcej osób nie aprobuje poniższych stwierdzeń:

- ▶ „Poziom przestępczości w społeczeństwach rośnie wraz ze wzrostem liczby imigrantów” (prawie 30% w II badaniu wobec ponad 20% w I badaniu);

- ▶ „Imigranci odbierają pracę miejscowym” (40% w II badaniu w porównaniu do ok. 30% w I badaniu));
- ▶ „Imigranci częściej korzystają z systemu opieki społecznej niż miejscowi” (31% w II badaniu w porównaniu do 24% w I badaniu).

Ponadto w ocenie stwierdzono, że w kwestii zmiany postaw:

- ▶ Zaobserwowano także wzrost chęci dzielenia się przestrzenią publiczną z osobami innej narodowości (52% w II badaniu w porównaniu do 42% w I badaniu). Odnotowano ogólnie nieznaczną poprawę stosunków społecznych.
- ▶ Skala zmian zachowań, jakie wywołał projekt, okazuje się dość znacząca, zwłaszcza biorąc pod uwagę stosunkowo krótki okres realizacji projektu (18 miesięcy) i czas trwania kampanii komunikacyjnych miast. Czynnikiem ten może wyjaśniać, dlaczego ewaluacja wpływu nie wykazała istotnej zmiany w poziomie interakcji z osobami o obcym pochodzeniu.
- ▶ Respondenci byli bardzo zadowoleni z kampanii komunikacyjnej w zakresie przeciwdziałania plotkom i z jej skuteczności. Ponadto ponad 60% przedstawicieli sieci lokalnych zgodziło się, że kampanie miały charakter partycypacyjny.

Podsumowując, badanie wpływu C4i potwierdziło skuteczność, przydatność i możliwość zastosowania tego podejścia przeciwdziałającego plotkom. Jeśli chodzi o wytyczne dotyczące przyszłych ewaluacji, w ramach projektu opracowano i pomyślnie przetestowano następujące instrumenty ewaluacyjne ARS na potrzeby partycypacyjnego monitorowania i ewaluacji:

- ▶ zestaw głównych wskaźników C4i do oceny wpływu i zmiany;
- ▶ dwa szablony do pierwszej i drugiej analizy ankiety;
- ▶ artykulację teorii zmiany C4i;
- ▶ mapę teorii zmiany C4i.

## D. Definicja globalnego i wspólnego systemu monitoringu i ewaluacji

Biorąc pod uwagę rozbieżność w istniejących systemach i podejściach do ewaluacji oraz wnioski wyciągnięte podczas ich stosowania, Rada Europy wraz z zespołem Globalnego Przeciwdziałania Plotkom opracowuje obecnie system oceny, który może być stosowany i udostępniany przez grupę miast od 2018 r.

Podręcznik ten został opracowany z uwzględnieniem wyników wszystkich tych ewaluacji oraz zidentyfikowanych w nich mocnych i słabych stron. W nadchodzących miesiącach zostanie zdefiniowany wspólny system ewaluacji, pozwalający na dalszą analizę wpływu ARS oraz na analizę porównawczą pomiędzy miastami.

Metoda ewaluacji ARS będzie się opierać na teorii zmiany społecznej, na której opierała się już ewaluacja projektu C4i.

ARS ewoluowała w ostatnich latach i niektóre jej założenia oraz podejścia zostały na nowo zdefiniowane. Dlatego ważne jest posiadanie ram oceny w celu aktualizacji tych zmian. Początkowo skupiono się bardziej na plotkach i argumentach przeciw plotkom. Jednak w miarę ewolucji strategii zakres zainteresowań został poszerzony, wykorzystując plotki jako bardzo przydatny pretekst do zajęcia się innymi kwestiami związanymi z szerszą wizją różnorodności i międzykulturowości

Dlatego wiele działań ARS w mniejszym stopniu skupia się na logice identyfikowania plotek i wykorzystywania argumentów przeciw plotkom, jak omówiliśmy w poprzednich rozdziałach, a bardziej na wspieraniu dialogu i międzykulturowości. ARS stała się bardziej otwartym i elastycznym procesem, który może obejmować wiele kwestii, a redukcja uprzedzeń poprzez wzmocnienie krytycznego myślenia i pozycji w coraz większym stopniu odchodzi od bardziej wyraźnych działań skupiających się szczególnie na plotkach i argumentach przeciw plotkom.

Dlatego jesteśmy w trakcie aktualizacji systemu ewaluacji, aby uwzględnić w podejściu te zmiany, które zostały już ujęte w treści niniejszego podręcznika.

Nowy model oceny wpływu ARS, którym się obecnie zajmujemy, stanowi część wielkiej pracy wykonanej w ramach projektu C4i i należy go uważać za takie samo działanie, oparte o ewolucję ARS w ciągu ostatnich kilku lat i w dużej mierze o wyciągnięte wnioski i wzrost liczby miast, które wdrażają tę strategię.



## Rozdział 7

# Ewolucja i trwałość strategii przeciwdziałania plotkom

**W** przewodniku po europejskim projekcie C4i kierowanym przez Radę Europy poświęciliśmy specjalny rozdział podkreśleniu najważniejszych aspektów, które należy wziąć pod uwagę, by zagwarantować ciągłość i trwałość miejskiej ARS. Doświadczenia zgromadzone w ostatnich latach od publikacji tego przewodnika jedynie potwierdziły trafność aspektów i zaleceń, które w nim wskazywaliśmy. Dlatego też niniejszy rozdział jest praktycznie identyczny z tym zawartym we wspomnianym przewodniku.

Zwracaliśmy uwagę, że ARS należy postrzegać jako strategię długoterminową, ponieważ przy próbach zmiany sposobu postrzegania oraz obalania uprzedzeń i opartych na nich plotek nie ma dróg na skróty. Ponadto, ze względu na zmiany społeczne, gospodarcze, czy demograficzne, mogą pojawić się nowe wyzwania i nowe plotki.

Konieczne jest jednak określenie harmonogramu i poszczególnych etapów. Po osiągnięciu jednego z tych etapów, na przykład po zakończeniu konkretnej kampanii przeciw plotkom lub po zakończeniu realizacji rocznego, czy dwuletniego planu pracy, należy ocenić, co zostało zrobione i co będzie realizowane, jako następne.

W jaki sposób zapewnić trwałość ARS? Jak bronić konieczności inwestowania w nią środków? Jak utrzymać zaangażowanie i motywację tak wielu osób?

Na takie pytania nie ma magicznej odpowiedzi, ale na podstawie doświadczeń różnych miast możemy zidentyfikować kilka kluczowych punktów lub kroków, które powinniśmy wziąć pod uwagę, pracując nad trwałością strategii. Po raz kolejny w tym kontekście warto wspomnieć o przypadku Barcelony, ponieważ siedem lat od uruchomienia jej ARS i po dwukrotnej zmianie władz, strategia nadal rośnie i się rozwija.

### A. Pogłębiona analiza ewaluacji i wpływu

Pierwszą rzeczą, którą należy wykazać, aby móc obronić kontynuację strategii, są wyniki. Podkreślaliśmy, że nie jest łatwo wpływać na percepcję ludzi, ale na niektórych etapach naszych ewaluacji możemy zidentyfikować konkretne wyniki, które wskazują na to, że warto kontynuować wdrażanie strategii. Jeżeli nie będziemy w stanie wykazać takich wyników, będziemy mieli trudności z



uzyskaniem wsparcia dla kontynuacji naszej strategii, co będzie oznaczać, że już nie będziemy mogli jej realizować.

Gdy, dzięki dogłębnej analizie wyników i wpływu strategii, zostaniemy przekonani, że warto kontynuować jej realizację, znacznie łatwiej nam będzie przekonać do tego innych. Dlatego tak ważne jest, abyśmy prace nad strategią ewaluacji zaczęli już od samego początku działania ARS i każdej konkretnej kampanii. Ważne jest również, abyśmy na różnych etapach strategii/kampanii mieli wkład w różne wymiary jej wpływu.

Na koniec musimy zadbać o sposób prezentacji wyników i wpływu. Prawdopodobnie będziemy potrzebować długich i bardziej dogłębnych badań obejmujących wszystkie szczegóły, dane i argumenty dotyczące wpływu, ale musimy mieć pewność, że potrafimy pokazać kluczowe punkty w prosty, bezpośredni i interesujący sposób. Ukierunkowana komunikacja wyników dostosowana do indywidualnych potrzeb różnych odbiorców, takich jak politycy, media, czy obywatele, może mieć duże znaczenie.

## B. Wsparcie wewnętrzne

Ponieważ projekt ten wymaga podejścia włączającego do głównego nurtu polityki, powinniśmy już zbudować nieformalną sieć pracowników władz miejskich z różnych wydziałów (edukacja, kultura, polityka społeczna, partycypacja, planowanie przestrzenne, komunikacja, zasoby ludzkie itd.). W zależności od poziomu zaangażowania i liczby urzędników uda nam się uzyskać szersze wsparcie międzysektorowe oraz większe możliwości rozpowszechniania i wdrażania ARS w różnych obszarach.

Oczywiście potrzebujemy silnego wsparcia politycznego. Być może uda się to osiągnąć na początku działania strategii, kiedy np. jeden z zastępców burmistrza przekona go i innych polityków o wadze tej strategii. Jednak jeszcze większe poparcie polityczne uzyskamy, jeśli uda nam się zbudować wewnętrzną sieć sojuszników i oczywiście, jeśli jakiś czas po wdrożeniu strategii będziemy mogli pokazać pozytywne rezultaty.

Efektywne identyfikowanie i angażowanie wewnętrznych sojuszników zajmujących się przeciwdziałaniem plotkom jest nie tylko warunkiem koniecznym większej skuteczności i osiągnięcia większego wpływu, ale także łatwiejszego uzyskania trwałości naszej ARS.

Wreszcie nie powinniśmy zapominać, że od samego początku praca nad osiągnięciem jak najsilniejszego konsensusu politycznego

między partiami powinna być priorytetem, gdyż może mieć najbardziej decydujący wpływ na trwałość ARS.

## C. Zaangażowanie zewnętrzne

Oprócz znaczenia budowania wsparcia wewnętrznego, jednym z głównych czynników, które pomogą nam zapewnić trwałość i dalszy rozwój ARS, jest skala i siła lokalnej sieci przeciwdziałającej plotkom. Doświadczenia wielu miast pokazały, że gdy strategię uważa się za globalną „strategię miasta”, a wielu różnych lokalnych aktorów czuje, że stanowi jej ważną część, zdolność strategii do wzrostu, rozwoju i kontynuacji jest bardzo duża.

Sam fakt, że organizacje takie jak szkoły, organizacje pozarządowe, biblioteki publiczne, ośrodki kulturalne i sportowe, stowarzyszenia sąsiedzkie i imigranckie, instytucje opieki zdrowotnej, a nawet więzienia, a także różnorodne organizacje zawodowe i obywatelskie uczestniczą w jakiś sposób w strategii i we wdrażaniu działań przeciwdziałających plotkom zapewnia strategii duży poziom autonomii i tożsamości. Ta formalna lub nieformalna sieć zaangażowania społecznego wywiera presję na samorząd lokalny, aby nie wstrzymywał strategii i zapewnił jej ciągłość.

Kiedy następuje zmiana władzy, nowa administracja może nie być pewna, czy kontynuować strategię, czy nie. Jeśli nowy zespół zobaczy, że w mieście jest wiele podmiotów zaangażowanych i gotowych do obrony ARS, będzie mu trudniej ją powstrzymać. Co więcej, jeśli istnieje wewnętrzna sieć pracowników urzędów miejskich z różnych wydziałów, którzy również będą bronić znaczenia strategii, to nowym władzom będzie łatwiej podjąć decyzję o kontynuacji inicjatywy.



Wreszcie, jeżeli poprzednie władze konsultowały się z partią lub partiami politycznymi nowych władz w procesie projektowania i uruchamiania ARS i udało im się osiągnąć porozumienie, wówczas możliwości zapewnienia jej trwałości są duże.

## D. Bycie częścią globalnej i innowacyjnej strategii

Jak dotąd wyciągnęliśmy jeszcze jedną ważną lekcję, która z naszego punktu widzenia w bardzo pozytywny sposób przyczynia się do trwałości ARS. Jak wiemy, podejście przeciwdziałające plotkom wiąże się ze złożonym, wrażliwym, a także globalnym wyzwaniem. Decydując się na prowadzenie takiej polityki publicznej miasto z konkretnego kraju może stanąć przed pewnymi wyzwaniami i trudnościami, takimi jak brak konsensusu we własnych władzach lub w partii politycznej, reakcja mediów mogąca przedstawiać obywatelom niedokładną wizję celów strategii lub ostrą krytykę ze strony opozycji, a także niektórych lokalnych mieszkańców i organizacji.

Ważną strategią przeciwdziałania tym możliwym negatywnym energiom jest wyjaśnienie, że ARS to nie tylko „dziwny” pomysł jednych konkretnych władz miasta, ale także globalny trend obejmujący wiele miast europejskich i pozaeuropejskich. Strategia angażuje miasta o różnych barwach politycznych, jest promowana przez Radę Europy i została uznana za innowacyjną i ważną dobrą praktykę przez wiele organizacji i instytucji międzynarodowych.

Nasza rekomendacja jest taka, aby każde miasto chcące uruchomić ARS podkreślało globalny charakter tej inicjatywy oraz wartość przynależności do sieci innowatorów i zwolenników rekomendacji instytucji międzynarodowych, takich jak Rada Europy. Nie jesteśmy sami; działamy razem z wieloma innymi miastami i przewoźnymi wdrażaniem nowych praktyk, które będą się rozprzestrzeniać na arenie międzynarodowej.

Przesłanie przynależności do innowacyjnej i globalnej sieci wspieranej przez instytucje międzynarodowe może być bardzo pomocne w uzyskaniu większego wsparcia wewnętrznego i zewnętrznego oraz w uzyskaniu legitymacji dla strategii. Działania mające na celu pokazanie międzynarodowych powiązań strategii, takie jak zapraszanie innych miast przeciwdziałających plotkom do wyjaśnienia na czym polega ich praca i wymiana doświadczeń mogą być pomocne w osiągnięciu tego celu. Ponadto doświadczenie pokazuje, że taka wymiana przynosi bardzo pozytywne rezultaty w zakresie

know-how, budowania potencjału i motywacji. Funkcjonowanie w międzynarodowej sieci zwiększa nasze szanse na dostęp do dalszych zasobów i funduszy z projektów europejskich i międzynarodowych. Projekt C4i był wspólnym przedsięwzięciem miast dużych i małych, aktywnych i zaangażowanych na arenie międzynarodowej oraz połączonych w jakiś sposób z siecią Miast Międzykulturowych Rady Europy.

## E. Co dalej?

Kiedy miasto zakończy określony etap rozwoju ARS (np. okres realizacji europejskiego projektu takiego jak C4i, który zapewnił finansowanie, ale także ramy metodologiczne, plan pracy, doradztwo i tworzenie sieci kontaktów), może pojawić się wiele pytań i wątpliwości. Co teraz? W jaki sposób kontynuować tego typu działania?

Doświadczenie pomogło nam zidentyfikować kilka ważnych czynników umożliwiających uzyskanie niezbędnego wsparcia wewnętrznego i zewnętrznego do kontynuowania strategii; na przykład być może udało nam się zabezpieczyć wewnętrzny budżet na kontynuację lub nasza lokalna sieć jest na tyle silna i chętna by dalej rozwijać strategię.

Jednocześnie zakończenie określonej fazy, takiej jak projekt europejski, może mieć negatywny skutek ze względu na brak dynamiki i motywacji wynikającej z członkostwa w formalnej sieci międzynarodowej z konkretnym harmonogramem, wsparciem i obowiązkami.

Można jednak argumentować, że ARS wykazała się dużą zdolnością do utrzymania wysokiego poziomu wsparcia i zaangażowania w miastach oraz znalezienia nowych dróg dalszego rozwoju. Podaliśmy przykład Barcelony, ale wielu innym miastom udało się zinternalizować ARS jako ważną politykę lokalną i uwzględniono ją w różnych strategicznych planach miejskich.

Jak wielokrotnie podkreślano, ARS to długa droga i niektóre oczekiwane rezultaty mogą nie być zbyt widoczne w pierwszym roku wdrażania. Jednak strategia ta przyniosła już pewne ciekawe rezultaty zarówno w krótkim, jak i średnim okresie i wierzymy, że z perspektywy miast dołączenie do niej jest korzystne i wzbogaca jej metodologię.

Każde nowe miasto to nowa perspektywa, nowe pomysły, działania i narzędzia, którymi warto dzielić się z innymi.

Poniższe wskazówki to tylko wybór odpowiedzi, jakie moglibyśmy udzielić na pytanie „Co dalej?”

1. Określ wyraźnie wnioski z pierwszego etapu wdrażania ARS zarówno w zakresie słabych, jak i mocnych stron strategii.
2. Sprawdź wewnętrzne i zewnętrzne wsparcie dla strategii.
3. Dostosuj swoje kolejne kroki do skupienia się na określonych celach i rezultatach oraz by wzmocnić lokalną sieć i wsparcie polityczne.
4. Bądź w kontakcie z innymi miastami na poziomie międzynarodowym zidentyfikuj te, które skupiły się na podobnych do twoich celach i zaproponuj wizyty oraz wymianę know-how, praktyk itd. Pamiętaj, że nie jesteś sam i możesz się wiele nauczyć od innych; jednocześnie sam ponosisz odpowiedzialność, pozwalając innym uczyć się od ciebie.
5. Zapewnij włączenie do twojej ARS wszystkich grup i różnorodności (czy również masz do czynienia z plotkami, które mogą występować w grupach mniejszościowych i które dotyczą większości lub innych grup mniejszościowych? Czy grupy mniejszościowe są właściwie reprezentowane w twojej strategii i sieci?).
6. Utrzymuj aktywną postawę wobec europejskich i międzynarodowych sieci i poszukuj nowych sposobów by uzyskać więcej wsparcia i rozpoznawalności.
7. Upewnij się, że właściwie komunikujesz swoje doświadczenia i wyniki oraz dostosowujesz swoją strategię komunikacyjną do różnych grup docelowych: polityków, społeczeństwa obywatelskiego, mediów, obywateli, aktorów międzynarodowych (pomocne może być przetłumaczenie przynajmniej na angielski streszczenia twoich kampanii, najlepszych praktyk i wyników, które pozwolą Ci zapewnić większą widoczność).
8. Poświęć trochę czasu na wsparcie innych miast i organizacji, które wykazały zainteresowanie uczeniem się na podstawie Twoich doświadczeń. To naprawdę relacja, w której wygrywają obie strony. Po pierwsze, możesz myśleć, że nie masz czasu, aby sprostać wymaganiom innych, którzy chcą cię odwiedzić lub zaprosić do wyjaśnienia swoich doświadczeń. Ale po pewnym czasie prawdopodobnie zobaczysz, że inne miasta robią wspaniałe rzeczy, które chciałbyś zaadaptować i jeśli współpracowałeś z nimi od początku, to zyskasz na wzbogaceniu swojej strategii. Zasada dzielenia się od samego

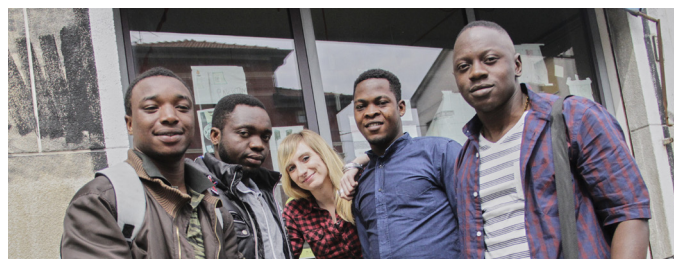
początku musi stanowić rdzeń twojej postawy. To najprawdopodobniej najważniejsza rada, jaką możemy ci dać.

Wreszcie, celem niniejszego podręcznika jest także przyczynienie się do dalszej ewolucji i trwałego charakteru ARS. Dzielenie się i przekazywanie tych doświadczeń może pomóc większej liczbie miast w zrobieniu kroku w kierunku projektowania i wdrażania ARS oraz w zainspirowaniu się doświadczeniami miast, które aktualnie przeciwdziałają plotkom. Co więcej, podręcznik może również pomóc samym miastom-weteranom w wyjaśnieniu i wizualizacji swojego wkładu oraz w przekonaniu kluczowych osób o znaczeniu kontynuowania i dalszego rozwijania tej strategii.

Wiemy, że budowanie bardziej włączających, międzykulturowych i dynamicznych społeczeństw jest głównym światowym wyzwaniem tego stulecia.

Wiemy również, że uprzedzenia, z góry przyjęte poglądy i plotki stanowią silne i głęboko zakorzenione bariery w osiągnięciu tych celów. W wielu krajach obserwujemy poważny wzrost dyskursów populistycznych i ksenofobicznych, które sprzyjają negatywnym narracjom i negatywnemu postrzeganiu różnorodności oraz szczególnie napiętnowanych grup. Należy osiągnąć szerszą wolę polityczną, aby walczyć z negatywnym wpływem uprzedzeń oraz plotek i robić to wspólnie ze społeczeństwem obywatelskim, ponieważ jest to globalna odpowiedzialność całego społeczeństwa.

Nie ma magicznych, łatwych rozwiązań i dróg na skróty. Istnieją jednak polityki i strategie, które mogą przynieść pozytywne rezultaty i wierzymy, że podejście przeciwdziałające plotkom jest jedną z nich. Mamy nadzieję, że ten podręcznik stanie się użytecznym narzędziem do zainspirowania i zaangażowania większej liczby miast i podmiotów społecznych w budowanie prawdziwie międzykulturowych społeczeństw, w ciężką pracę na rzecz zapobiegania dyskryminacji i rasizmowi oraz do maksymalnego wykorzystania „przewagi różnorodności”.





## Rozdział 8

# Dotychczasowe wnioski

**W** oparciu o analizę różnych przeprowadzonych dotychczas ewaluacji (skupiających się bardziej na procesie, rezultatach, czy wpływie) oraz ankiet wypełnianych przez osoby odpowiedzialne za ARS w większości miast przeciwdziałających plotkom, możemy wskazać na zestawienie ocen mocnych i słabych stron oraz największych wyzwań w zakresie strategii przeciwdziałania plotkom, które pojawiają się w najbliższej przyszłości.

### Mocne i słabe strony oraz wyzwania strategii przeciwdziałania plotkom

Możemy zidentyfikować trzy różne sfery analizy odnoszące się do:

- ▶ Podejścia przeciwdziałającego plotkom
- ▶ „Wewnętrzny” proces strategii
- ▶ „Zewnętrzny” wpływ

#### a) Podejście przeciwdziałające plotkom

Chociaż w niniejszym podręczniku podkreślono to już w kilku rozdziałach, ważne jest, aby rozpocząć od zidentyfikowania tych aspektów, które większość miast uważa za najbardziej istotne

dla wyjaśnienia „sukcesu” ARS (rozumianego tutaj nie w sensie jej bezpośredniego wpływu, ale w sensie zdolności do wzbudzenia zainteresowania i dalszego przystępowania do niej kolejnych miast, podmiotów społecznych i organizacji na poziomie międzynarodowym).

#### Skupianie się na plotkach

Podjęcie inicjatywy skupiającej się na plotkach, a nie na innych abstrakcyjnych lub nadmiernie technicznych koncepcjach, okazało się decydującym czynnikiem w przyciąganiu uwagi, wzbudzaniu zainteresowania i wykorzystywaniu strategii, jako pretekstu do zajęcia się innymi kwestiami oraz szerszymi i bardziej złożonymi debatami.

#### Podejście polegające na „nieobwinianiu mieszkańców”

Zaangażowanie w podejście oparte na empatii i braku obwiniania ludzi za uprzedzenia (chodzi o niejednoznaczność większości społeczeństwa, a nie o rasistowską mniejszość, czy o osoby szerzące mowę ksenofobii i nienawiści) pozwoliło również na dotarcie do wielu osób, które zwykle nie czują się dotknięte słowami wyrażającymi pewną wyższość moralną i pogardę oraz na wzbudzenie ich zainteresowania.



## *Kombinacja polityki publicznej i miejskiego „ruchu społecznego”*

Fakt, że ARS obejmuje element polityki publicznej i opiera się na strategii z wydatnym komponentem uczestnictwa i współpracy, angażujących szerokie spektrum podmiotów społeczeństwa obywatelskiego i obywateli w ogóle, jest doceniany, jako wielki atut, który należy utrzymać i utrwalić.

## *Więcej niż rozpowszechnianie rzeczywistych danych i argumentów*

Przekonanie (i dowody wynikające z doświadczeń oraz licznych badań), że proste rozpowszechnianie obiektywnych danych ma bardzo niewielki wpływ na postrzeganie, uprzedzenia i zmianę narracji oraz że inne, bardziej jakościowe podejścia, obejmujące komponent emocjonalny, dialog i promowanie krytycznego myślenia stanowią kluczowy aspekt osiągnięcia większego długoterminowego wpływu.

## *Zaangażowanie we wzmacnianie kompetencji*

Skoncentrowanie części strategii na wzmacnianiu pozycji bardzo zróżnicowanych aktorów poprzez różne działania kształtujące i zapewnienie praktycznych narzędzi umożliwiających skuteczniejszą konfrontację z uprzedzeniami i negatywnymi narracjami na temat różnorodności to kolejny kluczowy aspekt sukcesu ARS.

## *Korzystanie z wykonanej dotychczas pracy i docenienie jej*

Budowanie ARS na podstawie identyfikacji i zaangażowania w zbiorowy i oparty na współpracy proces zmian społecznych i na maksymalnej liczbie doświadczeń, projektów i głównych aktorów, którzy pracowali nad tymi kwestiami, jest kluczem do maksymalizacji zasobów i energii, a także do osiągnięcia większego wpływu i zagwarantowania trwałości ARS

## *Elastyczność i zdolność do przystosowania się*

Jako jedną z głównych mocnych stron podkreślono również zdolność do dostosowania podejścia przeciwdziałającego plotkom do bardzo różnych kontekstów i zakresów oraz poszerzenie pola wpływu dzięki metodologii łączącej dokładność z elastycznością.

## **b) „Wewnętrzny” proces**

Gdy stosujemy termin „wewnętrzny proces”, odnosimy się do wszystkiego, co jest związane z rozwojem, metodologią i podmiotami zaangażowanymi w implementację ARS.

## *Mocne strony / Możliwości*

Podejście i metodologia ARS okazały się bardzo użyteczne w ułatwianiu zaangażowania zarówno osób tworzących politykę, jak i miejskiego personelu technicznego.

Przekrojowość i współpraca pomiędzy wydziałami.

- ▶ Podejście i elastyczność ARS ułatwia zaangażowanie w ten proces różnych wydziałów urzędów miejskich poprzez włączenie tego podejścia do ich polityk i działań.
- ▶ Przekrojowość umożliwia też dotarcie do różnych odbiorców, wspieranie kultury współpracy w radzie miasta i ułatwianie zachowania trwałości ARS w przypadku, gdy może nastąpić zmiana władzy.

Stworzenie sieci różnorodnych aktorów społecznych i zmotywowanych osób, którzy współpracują ze sobą i stanowią zasadniczą część ARS pozwala na:

- ▶ dotarcie do szerszego grona odbiorców i połączenie z różnymi aktorami społecznymi;
- ▶ łatwe przyjęcie zróżnicowanych doświadczeń, projektów i wiedzy;
- ▶ wsparcie wspólnej odpowiedzialności i połączenia pomiędzy administracją publiczną i społeczeństwem obywatelskim, które współpracują dla osiągnięcia wspólnych celów;
- ▶ ułatwienie kreatywności i innowacyjności działań;
- ▶ zwiększenie widoczności i wpływu działań poprzez połączenie ich wspólnym mianownikiem;
- ▶ zachęcenie do wyższego poziomu krytycznej i konstruktywnej refleksji na temat funkcjonowania ARS;
- ▶ wzmocnienie wymiaru globalnej „strategii miejskiej”, co ułatwi zapewnienie jej trwałości w obliczu ewentualnej zmiany władzy.

Szkolenie agentów przeciwdziałania plotkom.

- ▶ Ogólnie rzecz biorąc, opinie osób biorących udział w szkoleniach agentów przeciwdziałających plotkom, są bardzo

pozytywne i potwierdzają, że zapewniają im one odpowiednią wiedzę oraz praktyczne i przydatne narzędzia.

- ▶ Wielu agentów zajmujących się przeciwdziałaniem plotkom stosuje to podejście i narzędzia zarówno w swojej pracy, jak i w życiu codziennym.
- ▶ Umożliwia stworzenie przestrzeni do wzmacniania pozycji dzielonej pomiędzy pracownikami komunalnymi i członkami społeczeństwa obywatelskiego, która ułatwia powiązania oraz wymianę wiedzy i doświadczeń.
- ▶ Generuje poczucie pozytywnej tożsamości powiązanej z globalnym projektem miasta, które jest uważane za istotne dla poprawy współistnienia, spójności i zapobiegania dyskryminacji.

Współpraca pomiędzy trzema kluczowymi sferami: polityki publicznej, społeczeństwa obywatelskiego i środowiska akademickiego.

- ▶ W wielu miastach ARS przyczyniła się do wspierania współpracy między światem akademickim, polityką publiczną i wieloma aktorami społecznymi, co pozwoliło na dokładniejsze starania oraz na zwiększenie wpływu jej treści i działań.

Produkcja materiałów, zasobów i narzędzi przeciwdziałania plotkom.

- ▶ Ogólnie rzecz biorąc, materiały opracowane w ramach ARS wszystkich miast są bardzo pozytywnie oceniane ze względu na jakość treści, a także ze względu na kreatywność, która pozwala przekazać dokładny, ale także stymulujący i motywujący wizerunek.

### Słabości/ ryzyka

- ▶ Trudności w znalezieniu wyraźnej równowagi pomiędzy poziomem formalności i nieformalności sieci przeciwdziałania plotkom a stopniem ich autonomii wobec miasta.
- ▶ Wysokie oczekiwania wielu aktorów i członków sieci, które mogą być trudne do spełnienia w zależności od możliwości, zasobów itp. zespołu przeciwdziałającego plotkom.
- ▶ Strata energii i motywacji osób prowadzących szkolenia z zakresu przeciwdziałania plotkom prowadząca do niemożności skutecznego powiązania struktury ARS, szczególnie jeśli nie są oni częścią żadnego podmiotu (być może jakiejś organizacji lub grupy).
- ▶ Ryzyko, że sieć nie będzie otwarta na włączenie nowych, różnorodnych aktorów i profili, co doprowadzi do nadmiernej homogenizacji i profesjonalizacji, bardzo naznaczonej

obecnością większości podmiotów zwykle zajmujących się tą problematyką.

- ▶ Nadmierne rozproszenie działań. Chociaż zdolność ARS do przyciągania uwagi wielu podmiotów, które decydują się na promowanie działań przeciwdziałających plotkom, należy postrzegać, jako pozytywny wpływ, ważne jest zdefiniowanie konkretnych planów działania i kampanii z dobrze określonymi celami, działaniami i harmonogramami, aby zapewnić większy wpływ i umożliwić ocenę.
- ▶ Istnieje potrzeba głębszego włączenia działań skierowanych do mediów społecznościowych, które są kluczową przestrzenią generowania i rozpowszechniania plotek, stereotypów i uprzedzeń, a także stworzenia przestrzeni do komunikacji i wymiany pomiędzy agentami przeciwdziałającymi plotkom a podmiotami zaangażowanymi w ARS.
- ▶ Istnieje ryzyko utraty dyscypliny w niektórych działaniach, w tym tych dotyczących rozpowszechniania plotek lub powierzchownych argumentów przeciwko plotkom. Istnieje także ryzyko znacznego rozprzestrzenienia się aktorów, którzy propagują wszelkiego rodzaju działania i szkolenia z zakresu przeciwdziałania plotkom, ale czynią to bez solidnego przygotowania i wiedzy o ARS oraz bez znajomości wniosków wyciągniętych z czasem z jej stosowania. W niektórych przypadkach popełniono błędy, które zostały przewyżnione już na wczesnych etapach strategii, dlatego nieskuteczne działania ARS, które nie korzystają tych osiągnięć, mogą zaszkodzić opinii strategii.
- ▶ Różnorodność metod ewaluacji stosowanych przez różne miasta może utrudniać porównania i wskazuje na potrzebę zdefiniowania bardziej aktualnego i kompleksowego systemu oceny wpływu strategii.

### c) „Zewnętrzny” wpływ

Tutaj skupiamy się na aspektach związanych z oddziaływaniem na poglądy, aktorów i grupy docelowe ARS, na które strategia zamierza w jakiś sposób wpłynąć, aby osiągnąć zamierzone cele.

### Mocne strony / możliwości

- ▶ „Zaraźliwy” efekt, jaki wykazała ARS poprzez docieranie do aktorów i osób, które zwykle nie są powiązane z takimi kwestiami i strategiami, ani nie są nimi zainteresowane oraz poprzez angażowanie ich i wzmacnianie ich pozycji.

- ▶ Zdolność ARS do umieszczenia kwestii, którymi się zajmuje, w agendzie politycznej i społecznej poprzez dodanie przekrojowego wsparcia różnych partii politycznych i znaczącego wpływu na media.
- ▶ Zdolność ARS do wpływania na edukację, włączając to podejście w wielu szkołach, instytutach i w innych programach szkoleniowych, zarówno na poziomie miasta, jak i w formie akademickiej lub w formie szkolenia dorosłych.
- ▶ Międzynarodowa ekspansja ARS, która pokazała, że budzi zainteresowanie w różnych kontekstach i krajach, nie tylko w Europie, ale także w krajach tak różnorodnych jak Japonia, Meksyk, Kanada, Maroko, czy Jordania i w wielu innych.
- ▶ Zdolność ARS do wpływania na polityki publiczne poprzez promowanie większej liczby polityk mających na celu zarządzanie różnorodnością z podejściem międzykulturowym, poprzez wzmacnianie i uzupełnianie polityk i dyskursów antyrasistowskich oraz strategii antydyskryminacyjnych.
- ▶ Wreszcie, pozytywny wpływ, jaki wykazała, szczególnie na podstawie oceny projektu C4i, na poprawę postrzegania i postaw obywateli w odniesieniu do kwestii różnorodności społeczno-kulturowej, zwłaszcza związanych z takimi grupami jak imigranci, uchodźcy i inne napiętnowane mniejszości.

## Słabości / ryzyka

- ▶ Złożoność forsowania i utrzymywania konkretnych kampanii, które wykazują istotne długoterminowe zmiany w czasie.
- ▶ Ograniczenia wpływu poprzez bardziej profesjonalne i rygorystyczne korzystanie z mediów społecznościowych.
- ▶ Ryzyko niezachowania z biegiem czasu proaktywnej postawy w celu dalszego angażowania osób z bardzo różnych dziedzin, by dotrzeć do większej liczby osób niewrażliwionych na dane kwestie.
- ▶ Zidentyfikowana w niektórych miastach tendencja do nieutrzymywania postawy ciągłej samokrytyki i kontynuowania innowacji oraz włączania wiedzy z różnych dyscyplin, co mogłoby znacznie wzbogacić podejście, skuteczność i wpływ ARS.
- ▶ Upředzenia, które czasami są dostrzegane wśród niektórych aktorów, zarówno na poziomie miast, jak i podmiotów i sieci, polegające na niechęci do działania w obszarach tak istotnych, jak sektor prywatny i duże firmy, a które utrudniają rozwój ARS w kluczowych obszarach.



# Załączniki

## Załącznik 1 – umiejętność osobistej komunikacji

Jaką postawę powinniśmy przyjąć w obliczu plotek i dyskryminujących komentarzy? Praktyczny przewodnik dla agentów przeciwdziałających plotkom wydany przez miasto Barcelona zawiera bardzo przydatne wskazówki dotyczące radzenia sobie z plotkami w naszym codziennym życiu. W niniejszym załączniku przedstawiamy ich podsumowanie.

Niestety wielu z nas rzadko kwestionuje komentarze i plotki. Strategia działania ma na celu zapewnienie narzędzi skuteczniejszej komunikacji oraz bardziej produktywnego i pozytywnego dialogu z ludźmi, których staramy się uwrażliwić. W tym sensie należy wziąć pod uwagę zestaw następujących przesłanek.

Obniż swoje  
oczekiwania

W procesie komunikacji nie ma szczególnej magii, ani zaklęć, które by pomagały w przekonaniu do czegoś innych osób. Pozostawienie naszego rozmowcy z pewnym wahaniem, czy nawet z pierwiastkiem naszej narracji stanowiącym od teraz część jego sposobu myślenia, to duży sukces. Pamiętaj, że bardziej skuteczne jest samodzielne dochodzenie przez ludzi do pewnych przemyśleń, czy wniosków bez nacisków: pozwól ludziom na ich własne przemyślenia.

Traktuj ludzi,  
jak równych

Nie jesteśmy ani lepsi, ani nawet różni od ludzi, których chcemy na coś uczulić. Empatia musi się zacząć od przyznania, że mamy własne stereotypy i uprzedzenia. Konstruktywny dialog, w który się angażujemy, by podnieść świadomość, jest możliwy jedynie wtedy, gdy uznamy, że inny człowiek jest cennym rozmowcą, z którym możemy wymieniać się wiedzą i doświadczeniem.

Utrzymuj  
pozytywne  
podejście

Jeżeli zaczynamy rozmowę z myślą, że będzie ona nie do zniesienia, to najprawdopodobniej tak będzie, ponieważ nasze nastawienie poprowadzi nas w tym kierunku. Jeśli jednak wierzymy, że będzie odwrotnie, to bez względu na rezultat z pewnością damy radę wynieść coś pozytywnego z tej rozmowy i prawdopodobnie osiągniemy sukces w zakresie relacji międzykulturowych.

Przyjmij  
profesjonalną  
postawę

Najtrudniej jest zarządzać rodziną i najbliższym otoczeniem. Gdziekolwiek jesteśmy musimy mieć świadomość, że możemy usłyszeć obraźliwe uwagi. Ważne byśmy byli empatyczni wobec osoby, z którą rozmawiamy (nawet jeśli się z nią nie zgadzamy). Przypomnij sobie, jak zmieszany się czujesz w sytuacjach, których nie rozumiesz i jak je interpretujesz ze swojej perspektywy kulturowej. Miej świadomość, że zmianom czasem towarzyszą obawy.

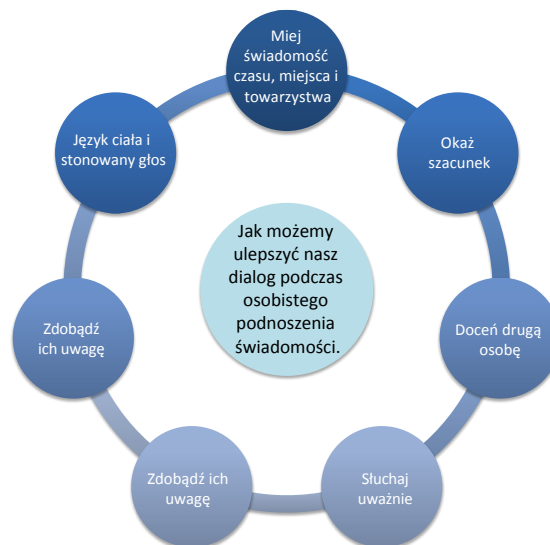
Praktyka

Zanim zaczniemy, wszystko będzie zależeć od postawy i skłonności osoby, którą chcemy uwrażliwić, ale nasza biegłość też się liczy, a możemy ją osiągnąć jedynie poprzez praktykę. Praktyka i wytrwałość pomoże nam poprawić naszą technikę i umiejętności.



Oto niektóre kluczowe elementy komunikacji usprawniające dialog podczas bezpośredniego podnoszenia świadomości:

1. **Miej świadomość czasu, miejsca i towarzystwa.** Pośpiech jest największym wrogiem skutecznej komunikacji: posiadanie czasu na rozpoczęcie spokojnej rozmowy z wystarczającą swobodą wysłuchania stanowiska drugiej osoby może nam pomóc w opracowaniu przekonujących argumentów i najlepszych strategii reakcji. Dobrą strategią byłoby wycofanie się i łatwiejsze podjęcie rozmowy w innym momencie, kiedy ty i twój partner w rozmowie jesteście sami, unikając poczucia konfrontacji („my przeciwko nim”): „Myślałem o tym, co powiedziałeś pewnego dnia i...”. Czasami ludzie wokół nas puszczają wszelkie próby prowadzenia swobodnej rozmowy. Wynikiem takiej rozmowy najprawdopodobniej będzie przyjęcie przez naszego rozmówcę postawy obronnej.
2. **Okaz szacunek.** Rutynowa komunikacja opiera się w dużej mierze na naśladowaniu (podnoszenie głosu lub uśmiechanie się). Kiedy w rozmowie okazujemy szacunek naszemu rozmówcy, możemy wpłynąć na tę osobę, zachęcając ją, aby przyjęła taką samą postawę wobec nas. Staramy się pobudzić krytyczną świadomość ludzi, zatrzeć granice pomiędzy kategoriami „my” i „inni” oraz zbliżyć się do ludzi, których chcemy uwrażliwić. Kończąc rozmowę powinniśmy zadać sobie pytanie: czy mam ochotę jeszcze raz porozmawiać z tą osobą? Czy on lub ona też chce ponownie rozmawiać o tych kwestiach? Jeśli odpowiedź brzmi „nie”, oznacza to, że nasze podejście nie odniosło sukcesu.
3. **Docień drugą osobę.** Najczęściej rozpowszechniane są plotki na temat najbliższych nam spraw, które nas dotyczą i które są odpowiedzią na nasze lęki i zmartwienia. W żadnym wypadku nie powinniśmy lekceważyć obaw członków rodziny. Uznanie i docenienie ich troski może sprawić, że będą bardziej otwarcie słuchać naszego rozumowania, nawet jeśli jest ono sprzeczne z ich własnym. Docenienie rozmówcy pomaga mu poczuć się rozumianym, dowartościowanym i akceptowanym. Natomiast komunikacja skoncentrowana na sobie może sprawić, że rozmówca przejdzie do defensywy.
4. **Słuchaj uważnie i staraj się zrozumieć ich uzasadnienie.** Aktywne słuchanie powinno pomóc nam zrozumieć myśli, uczucia i działania naszego rozmówcy, jednocześnie analizując to, co się dzieje. Kiedy tematem rozmowy jest plotka,



którą chcemy rozwiązać, problem polega na tym, że podczas gdy druga osoba do nas mówi, my myślimy o kontrargumentach. Musimy pokazać, że słuchamy: nie przerywać, nie kończyć zdań drugiej osoby, nie zagadywać. Nie powinniśmy bać się zadawać pytań; im lepiej rozumiemy czyjeś rozumowanie, uczucia lub ukryte obawy, tym lepiej będziemy w stanie dostosować do sytuacji naszą odpowiedź.

5. **Zdobądź ich uwagę.** Bardzo trudno jest utrzymać stałą poziom zainteresowania. Przede wszystkim należy unikać rozwlekłych sporów, w których odwołujemy się do pojęć abstrakcyjnych, takich jak globalizacja, czy międzykulturowość. O wiele skuteczniejsze jest przedstawienie krótkich i jasnych argumentów, które od razu prowadzą do sedna sprawy: używaj przykładów i argumentów, które dana osoba już podała, ale sprowadzając je do wspólnych punktów. Ważne jest, aby podkreślić, jaką moc mogą mieć pytania, jeśli chodzi o skłonienie kogoś do refleksji i utrzymanie jego zainteresowania.
6. **Zachowaj spokój.** Zwykle rozmówcy początkowo radykalizują swój dyskurs. By poradzić sobie z tak złożoną sytuacją, zachowaj spokój i nie rzucaj oskarżeń. Komunikuj swoje odmienne zdanie, ale też podkreślaj kwestie, z którymi się zgadzasz. Jeśli zrezygnujesz a naładowanych emocjonalnie

twierzeń i zaczniesz działać na zasadzie wzajemnego porozumienia, łatwiej będzie ci prowadzić rozmowę.

7. **Język ciała i stonowany głos** powinien odzwierciedlać to, co próbujesz przekazać w rozmowie. Staraj się wykazać spójność pomiędzy tym, co próbujesz wyrazić słowami, a tym, co przekazuje twoje ciało lub głos. Zamiast interpretować odpowiedzi rozmówcy według własnych kodów kulturowych, najlepiej zadaj sobie pytania, w jaki sposób możesz sprawić, by poczuł się bardziej komfortowo, stopniowo rozszyfrowując nasze różne kody kulturowe.

**Strategie reagowania.** Można zastosować różnorodne strategie, aby wzbudzić krytyczną świadomość ludzi w odniesieniu do plotek i stereotypów, zasiać ziarno wątpliwości i stworzyć przestrzeń do refleksji.

Podsumowując, nie powinniśmy bać się otwartego uznania praw podstawowych, z których wszyscy powinniśmy korzystać. Powinniśmy być spójni i uznawać te prawa w życiu codziennym, także wobec naszych wszystkich sąsiadów i współmieszkańców naszych miejscowości.

Spójrz, co ludzie mówią o kobietach i mężczyznach, kiedy wrzucają ich wszystkich do jednego worka... co za sposób uogólniania, dzielenie świata na dwie części! Nie mogło być bardziej absurdalne!

**Wszyscy możemy być ofiarami**

**Wzbudź ciekawość**

Ciągle to słyszę, ale prawda jest taka, że nigdy nie spotkałam się z warunkami przyznania bezpłatnych obiadów w szkole. Czy ty? Sprawdźmy i zobaczymy, dobrze?

Gdybyśmy poszli na zebranie rodziców w szkole i zapytano by nas, kim chcemy, żeby zostały nasze dzieci, gdy dorosną, z pewnością wszyscy odpowiedzielibyśmy, że lekarzami, inżynierami, nauczycielami. Każdy chce jak najlepiej dla swoich dzieci, ty i ja też. Nie sądzę, żeby ktoś zignorował tę kwestię i zachował się obojętnie.

**Znajdź wspólne sprawy**

**Pozytywny przekaz**

Jednak dobrze jest mieć w klasie dzieci na różnych poziomach. Szkoła nie służy tylko do nauczania matematyki i języka; Dzieci uczą się wyrozumiałości i współpracy z kolegami w klasy. Wzajemne pomaganie jest dobrą rzeczą, prawda?

A co dokładnie widziałeś? A czy jesteś pewien, że... (próbując jasno rozróżnić opis od interpretacji)

**Zadawaj pytania**

**Kwestionuj uogólnienia**

Nie wszyscy, ale większość... większość? Jaka jest większość? 60%? 75%? 90%? Skąd wiesz?

Zawsze mówimy, że nie chcą się z nami kontaktować, ale prawda jest taka, że ja też nie staram się z nimi rozmawiać. Mogą czuć to samo do nas, nie sądzisz?

**Docieraj bezpośrednio do realiów**

**Stosuj zdrowy rozsądek**

I dlaczego służby publiczne miałyby przynosić korzyści tym ludziom, a nie reszcie sąsiadów? I dlaczego urząd skarbowy miałby pozwolić tym sklepikarzom nie płacić podatków? Większość z nich nie ma nawet prawa do głosowania...

## Załącznik 2 – miasta przeciwdziałające plotkom

**AMADORA (Portugalia):** Sieć społecznościowa Amadory rozpoczęła kampanię Nie podsycaj plotek! – główne działanie projektu C4i. Miasto liczyło na wsparcie miejscowego uniwersytetu w ocenie wpływu działań na postawy obywateli. Kluczowymi działaniami były: Mówmy prawdę! Konkurs; Drogi do integracji; Forum: wartość faktów; oraz konkurs latawców dla wszystkich szkół podstawowych i średnich.

### Więcej informacji

**BARCELONA (Hiszpania):** ARS Barcelony stanowi kierunek działania Barcelońskiego Programu Międzykulturowości (2010 r.). Miasto rozpoczęło badania, porównując prawdę z fałszywymi plotkami rozpowszechnianymi przez wielu mieszkańców. Gmina zdecydowała się rozpocząć akcję, a ARS szybko zaczęła budować sieć ponad 300 stowarzyszeń i osób współpracujących, aby przeciwstawić się fałszywym plotkom i dać pozytywny przekaz na temat różnorodności kulturowej. Strategię przetestowano w czterech innych hiszpańskich miastach (2013 r.) oraz w ramach projektu C4i (2014–2015), weryfikując prace ARS. Sieć Barcelony składa się obecnie z 1000 członków obejmujących wiele organizacji, programów i usług miejskich, Radę Miasta i obywateli.

### Więcej informacji

**BILBAO (Hiszpania):** Bilbao wdraża swoją ARS od 2014 r. na poziomie dzielnicowym i w najbliższym sąsiedztwie (Deusto i Rekalde). Jest ona skierowana przede wszystkim do młodzieży i mediów. Przy dużym zaangażowaniu agentów przeciwdziałających plotkom, szkolenia i działania podnoszące świadomość stanowią ważny filar tej strategii. W ramach strategii powstała aplikacja - gra sprawdzająca wiedzę na temat zagadnień migracyjnych z uwzględnieniem argumentów i danych dotyczących przeciwdziałania plotkom. Bilbao jest członkiem [ZAS- Red Vasca Antirumores](#), baskijskiej sieci przeciwdziałającej plotkom.

### Więcej informacji

**BOTKYRKA (Szwecja):** Oprócz ogólnego celu, jakim jest zwalczanie plotek wywołujących wrogość i/lub konflikt, kampania Botkyrka miała na celu identyfikację i opracowanie wskaźników monitorujących zmiany społeczne w zakresie rozkładu plotek i uprzedzeń prowadzących do rasizmu, dyskryminacji i ksenofobii. Grupę docelową stanowiła młodzież, która aktywnie chce przyczynić się

do wyjaśniania niuansów i/lub rozwiewania plotek. Celem ogólnokrajowym i długoterminowym ARS było nawiązanie współpracy z innymi miastami – głównie poprzez platformę Unesco LUCS.

### Więcej informacji

**ERLANGEN (Niemcy):** Miasto skupiło swoją strategię na całej populacji oraz na dwóch konkretnych grupach docelowych, czyli na osobach starszych i studentach Uniwersytetu. W 2016 r. miasto utworzyło biuro ds. przeciwdziałania dyskryminacji. W swojej kampanii C4i Erlangen położyło szczególny nacisk na osoby ubiegające się o azyl. Wśród działań można wymienić „Piknikowy Bankiet Różnorodności”, „Żywą Bibliotekę” oraz staż dla wykwalifikowanych uchodźców w firmie Siemens AG.

### Więcej informacji

**LIMERICK (Irlandia):** grupę docelową ARS stanowi młodzież. Limerick ściśle współpracowało z Doras Luimní - organizacją praw migrantów posiadającą dostęp do sieci kluczowych decydentów i powiązania z podstawową siecią młodzieżową. Szkoły i licea włączyły podejście przeciwdziałające plotkom do pewnego aspektu swoich kursów i wykorzystały projekt, jako zadanie. Biuro ds. Młodzieży w Limerick przeprowadziło warsztaty, których efektem było opracowanie pakietu edukacyjnego z zakresu przeciwdziałania plotkom, który miał być stosowany w szkołach średnich w całej Irlandii.

### Więcej informacji

**LOURES (Portugalia):** Głównym celem Loures było wyjaśnienie uprzedzeń wobec imigrantów mieszkających w mieszkaniach socjalnych, zwłaszcza w ubogich dzielnicach. Strategia obejmowała warsztaty podnoszące świadomość oraz zgłębienie tematu imigracji z czołowymi organizacjami pozarządowymi, zgromadzeniami zakonnymi, jednostkami władz lokalnych, radami parafialnymi i szkołami. W ramach Projektu „Sąsiedztwo i Świat” zorganizowano festiwal oraz publiczną galerię sztuki.

### Więcej informacji

**LUBLIN (Poland):** Grupami docelowymi kampanii Lublin C4i były: społeczeństwo, media, przedstawiciele sieci lokalnych i lokalne organizacje pracujące z migrantami.

Dodatkowo specjalne kampanie komunikacyjne skierowane były do młodzieży i osób starszych. Niektóre działania obejmowały: Sklep Wymiany Plotek, aby skłonić społeczeństwo do myślenia o

plotkach pojawiających się w przestrzeni publicznej i przyciągnąć pozytywną uwagę mediów; oraz lubelskie warsztaty medialne „Zjadacze plotek”: uczestnicy stworzyli krótkie filmy promujące integrację.

#### Więcej informacji

**NORYMBERGA (Niemcy):** Kampania C4i została opracowana w dzielnicy Langwasser, będącej grupą docelową multiplikatorów ze szkół i organizacji społeczeństwa obywatelskiego. Powołano grupę agentów przeciwdziałających plotkom złożoną z członków stowarzyszeń obywatelskich (m.in. pracowników socjalnych, wolontariuszy) oraz z osób pracujących w szkołach. Niektóre działania obejmowały: kampanię fotograficzną przedstawiającą ludzi wraz z powszechnymi uprzedzeniami związanymi z ich dziedzictwem oraz „Przenośną kuchnię” mającą na celu promowanie spotkań i dialogu międzykulturowego poprzez wspólne sesje gotowania w miejscach publicznych.

#### Więcej informacji

**PATRAS (Grecja):** miasto postawiło na młodzież, jako na specyficzną grupę docelową. Na uwagę zasługują następujące działania: Warsztaty Więziennicze (więzienna służba edukacyjna wprowadziła kwestię podejścia przeciwko plotkom i kwestię materiałów, jako temat, którym należy się zająć); oraz Teatr Uciśnionych, w którym artyści i stowarzyszenia migrantów połączyły siły, aby dotrzeć do młodych ludzi, działając przeciwko ksenofobii poprzez odgrywanie ról i opowiadanie historii.

#### Więcej informacji

**SABADELL (Hiszpania):** Jako członek Hiszpańskiej Sieci Miast Międzykulturowych od 2012 r., po zakończeniu projektu C4i, miasto uruchomiło projekt „TEJIENDO LA CONVIVENCIA: red antirumores de Sabadell”. W ramach ARS miasto zorganizowało konkurs dla szkół średnich na stworzenie przeciwdziałającej plotkom piosenki rap.

#### Więcej informacji

**CARTAGENA:** Partner projektu Miast Międzykulturowych i członek RECI od 2011 r. Miasto uczestniczyło także w europejskim projekcie DELI. ARS została zaprezentowana w mieście przez Antirumours Global na początku 2016 r. i zdecydowano, że kampanie będą adresowane do ogółu społeczeństwa, a zwłaszcza do młodzieży. Miasto stworzyło Przestrzeń wolną od plotek, punkt informacyjny

przeciwdziałający plotkom oraz zorganizowało warsztaty w szkołach średnich.

#### Więcej informacji

**FUENLABRADA:** Fuenlabrada przyłączyła się do projektu „Strategia przeciwdziałania plotkom w celu zapobiegania rasizmowi” wraz z innymi miastami RECI w 2013 r. Rozpoczęło od kampanii skierowanej do rodzin współpracujących z ośrodkami edukacyjnymi i realizujących wiele działań, takich jak kreatywne warsztaty literackie i stworzenie internetowej opowieści przeciwko plotkom, w której uczestniczyli różni artyści.

#### Więcej informacji

**GETAFE:** Miasto partnerskie projektu Miast Międzykulturowych, w 2016 r. przedstawiło swój Plan Współistnienia, mający na celu pozytywne zarządzanie różnorodnością. W ramach tego planu na początku 2016 r. uruchomiono ARS. Poprzez konkretne działania miasto chciało dotrzeć do dzieci, młodzieży i osób starszych. Ponadto zbadano zastosowanie podejścia przeciwdziałającego plotkom w dziedzinie zdrowia psychicznego. Bada się też możliwość współpracy z izbami handlowymi i przedsiębiorcami w celu budowania lojalności wobec strategii.

**JEREZ DE LA FRONTERA:** Miasto zatwierdziło swój Plan na rzecz różnorodności i współistnienia międzykulturowego na lata 2015–2018 i w 2016 r. uruchomiło ARS, co oznacza, że jest ona wciąż na wczesnym etapie. Jako grupę docelową swoich kampanii miasto wybrało młodzież i dzieci. Tworzą swoją sieć przeciwdziałania plotkom i mają bardzo inspirujące hasło: „plotki nie są formą sztuki.”

#### Więcej informacji

**LOGROÑO:** Miasto dołączyło do Sieci w 2015 r., a ARS została zaprezentowana w 2016 r. przez Antirumours Global. Miasto rozpoczęło tworzenie Sieci Przeciwdziałania Plotkom i przeszkoliło agentów i pracowników Urzędu Miejskiego zajmujących się przeciwdziałaniem plotkom. Jeśli chodzi o działania, miasto ma na celu dotarcie do ogółu społeczeństwa i młodzieży – za pośrednictwem sieci społecznościowych i ze szczególnym uwzględnieniem plotek związanych z islamofobią.

#### Więcej informacji

**WYSPA TENERYFA:** Grupa Przeciwdziałania Plotkom to grupa robocza powiązana ze strategią zarządzania różnorodnością „Juntos En la



misma dirección”, uruchomioną przez Cabildo i Uniwersytet La Laguna w 2013 r. Grupa ma trzy kierunki działania:

szkolenie agentów przeciwdziałania plotkom i organizowanie laboratoriów dialogu;

- 1) kampanie podnoszące świadomość (m. in. na temat cybernaryzmu);
- 2) projektowanie i rozpowszechnianie materiałów.

#### Więcej informacji

**CASTELLÓN:** W ramach projektu „Stop plotkom” Castellón prowadzi różne działania mające na celu przeciwdziałanie plotkom, takie jak warsztaty szkoleniowe dla pracowników władz miejskich i

aktorów społecznych, wykorzystanie teatru, jako narzędzia przeciwdziałającego plotkom lub kreatywne kampanie komunikacyjne w postaci „selfie przeciwdziałającego plotkom”.

#### Więcej informacji

**INNE MIASTA:** Jest wiele innych miast, które są w początkowej fazie uruchamiania ARS, jak Montreal, Leganés i San Sebastián lub wdrażają strategię już od dłuższego czasu, szczególnie w Hiszpanii, jak Saragossa i wiele miast w Andaluzji. W obu przypadkach rozpowszechnianie i rozwój strategii przeciwdziałania plotkom w miastach na całym świecie zachęca wszystkich zaangażowanych w działania na rzecz promowania międzykulturowości i pokonania dyskryminacji.



## Załącznik 3 – Monitoring miast przeciwdziałających plotkom

### Informacje ogólne

Miasto:

Osoba/y do kontaktu w kwestii strategii: przeciwdziałania plotkom (AS):

Email:

Data rozpoczęcia realizowania strategii:

Aktualna sytuacja w zakresie realizowania strategii: (np. etap uruchomienia, umacniania się, rozwoju, aktualnie w fazie oczekiwania, nieregularny postęp, przywództwo sprawowane przez inne organizacje bez udziału miasta, etc.)

### Zobowiązanie polityczne i konsensus

► Czy istnieje silna wola polityczna w zakresie strategii?

Tak, Nie

Jeśli tak,

- Jakie czynniki ułatwiły / utrudniły osiągnięcie woli politycznej wobec strategii z upływem czasu?
- Czy istnieje konsensus z innymi ugrupowaniami politycznymi wobec strategii?

Tak, Nie

► Czy strategia została włączona w ramy jakiegokolwiek strategicznego planu miejskiego?

Tak, nie,

Jeśli tak,

- To którego?
- Czy rada miasta zawarła kwestie strategii w jakimkolwiek oświadczeniu politycznym, czy deklaracji instytucjonalnej?

Tak, Nie

Jeśli tak,

- W którym dokumencie/których dokumentach?
  - Czy istnieje budżet miejski przeznaczony na strategię?
- Tak, Nie,

Jeśli tak,

- Jaki jest budżet roczny?

### Główny zespół i budowanie zdolności

- Który z wydziałów miejskich koordynuje strategię?
- Z ilu osób składa się główny zespół zajmujący się zarządzaniem i koordynacją strategii?
- Jakie są profile członków głównego zespołu? Kto jest częścią zespołu, który kieruje i koordynuje strategię? (Ile osób, profil, aktorzy zewnętrzni, wewnętrzni, ...)
- Czy zorganizowano warsztaty budowania potencjału strategii?

Tak, nie

Jeśli tak,

- Kto brał udział w tych warsztatach? (Tylko główny zespół, politycy, pracownicy władz miejskich, członkowie społeczeństwa obywatelskiego..)

### Współpraca pomiędzy wydziałami

► Czy prace nad strategią są zgodne z logiką przekrojową współpracy pomiędzy różnymi wydziałami urzędu miasta?

Tak, nie

Jeśli tak,

- Co ułatwiło / utrudniło postęp we włączaniu do głównego nurtu?
- Które wydziały są bardziej zaangażowane?
- Opisz 2-3 przykłady działań przeciwdziałania plotkom promowanych we współpracy z innymi wydziałami miejskimi

### Diagnoza przeciwdziałania plotkom

► Czy zidentyfikowano główne wyzwania związane z różnorodnością miasta?

Tak, nie,

Jeśli tak,

- Czy możesz zidentyfikować 3-5 głównych wyzwań?
- Czy zidentyfikowano kluczowych aktorów działających na tym samym/podobnym polu i istniejące inicjatywy?

Tak, nie

Jeśli tak,

- Czy możesz przedstawić pewne konkretne przykłady projektów i zidentyfikowanych kluczowych aktorów?
- ▶ Czy przeprowadzono proces identyfikacji głównych plotek w twoim mieście dotyczących kwestii różnicowania w ogólności i szczególnych grup?

Tak, nie, Jeśli tak,

- Jakie główne plotki zidentyfikowano?
- Które z plotek najbardziej cię martwią z punktu widzenia wpływu na współistnienie oraz jako pożywka dla rasizmu, czy dyskryminacji?
- Jakiej metodologii używasz do identyfikacji plotek?
- ▶ Czy organizujesz jakiegokolwiek wspólne, czy kreatywne aktywności w celu identyfikacji plotek?

Tak, nie

Jeśli tak,

- Podaj przykład
- ▶ Czy zbierasz dane i argumenty dotyczące przeciwdziałania plotkom?

Tak, nie

Jeśli tak,

- Jak możesz skompilować te dane i argumenty?
- W jaki sposób zostały zebrane te informacje?
- Jak myślisz, jakiego rodzaju argumenty są najbardziej skuteczne, a które są bardziej kontrproduktywne? (2-3 przykłady)
- Czy zajmowałeś się plotkami nie mającymi nic wspólnego z kwestiami odnoszącymi się do różnorodności kulturowej? (np. plotki odnoszące się do okolicy, czy miasta, czy też do innych wymiarów różnorodności, jak płeć, orientacja seksualna, niepełnosprawności, etc.)

Tak, nie Jeśli tak

- Przedstaw przykłady

## Sieć przeciwdziałania plotkom

- ▶ Czy stworzono sieć przeciwdziałania plotkom?

Tak, nie

Jeśli tak

- Kto stanowi część sieci? (liczba i profil) i w jaki sposób sieć ewoluowała od czasu swojego powstania?
- Jakie prawa / zobowiązania mają członkowie sieci?
- ▶ Czy istnieje formalna struktura sieci?

Tak, nie

Jeśli tak

- Jak sieć jest zorganizowana i zarządzana? (Np. kto ją koordynuje, czy istnieje komitet sterujący, grupy robocze, jakie prawa/ obowiązki mają jej członkowie...)
- Jakie są twoim zdaniem kluczowe wyzwania, którym należy sprostać w odniesieniu do funkcjonowania i roli sieci? (2-3 przykłady)
- ▶ Jakie są główne zadania sieci?

## Szkolenie agentów przeciwdziałających plotkom

- ▶ Czy szkolisz agentów przeciwdziałania plotkom?

Tak, nie

Jeśli tak,

- Ilu agentów przeciwdziałania plotkom zostało przeszkolonych i jakie mają profile?
- W jaki sposób szkolenia są ogłaszane? Np. *przez ogłoszenia dostępne dla wszystkich zainteresowanych, czy też są one kierowane do określonych, konkretnych odbiorców*
- Jak jest zorganizowane podstawowe szkolenie? (zajawki treści i czas trwania)
- Czy są też inne formaty szkoleń? Jeśli tak, przedstaw przykład.

## Projektowanie i wdrażanie działań przeciwdziałania plotkom

- ▶ Czy twoja strategia identyfikuje jakieś konkretne priorytety i cele? (Np. *uznanie za priorytetowe określonych plotek, grup, miejsc, sfer działania...*)

Tak, nie

Jeśli tak,

- które i dlaczego

- ▶ W jaki sposób i przez kogo zostały określone te priorytety i odbiorcy?

### Komunikacja ogólna

- ▶ Czy powstała strategia komunikacyjna ARS?

Tak, nie

- ▶ W jaki sposób rozpowszechniane są informacje wśród ogółu społeczeństwa? Sprecyzuj, poprzez które z poniższych sposobów:
  - kanały i narzędzia medialne (np. strony internetowe, media społecznościowe, filmiki, komiksy, etc.),
  - przykłady sloganów i logotypów,
  - wydarzenia,
  - deklaracje instytucjonalne,
  - prezentacje dla mediów i konferencje oraz relacje prasowe,
  - itd.
- Jakie działania i zasoby komunikacyjne twoim zdaniem wywarły największy wpływ na upowszechnienie strategii wśród mieszkańców?

### Działania i kampanie przeciwdziałania plotkom

- ▶ Jak wybrać / zdecydować, które działania wdrażać?
- ▶ Czy przygotowano plan działania dla konkretnych aktywności i kampanii przeciwdziałania plotkom?

Tak, nie Jeśli tak

- Jakie są konkretne cele, działania i czas?
- ▶ Jak zdefiniowałbyś/sklasyfikowałbyś różne prowadzone działania przeciwdziałające plotkom? (Jeśli to możliwe, użyj poniższych „nagłówek”, aby je pogrupować)
  - komunikacja,
  - przyciąganie nowych sojuszników ARS,
  - promowanie wiedzy i krytycznego myślenia,
  - uczestnictwo i świadomość oraz działania wzmacniające pozycję,
  - promowanie pozytywnych interakcji,
  - bezpośrednia konfrontacja z plotkami i uprzedzeniami,
  - tworzenie stref wolnych od plotek,
  - promowanie kreatywnych laboratoriów przeciwdziałania plotkom,

- docieranie do nowych poziomów wpływu (polityczny, społeczny...),
- współpraca z innymi miastami przeciwdziałającymi plotkom i z globalnym projektem.

- ▶ Kto jest odpowiedzialny za implementację tych działań?

- personel urzędu miasta,
- członkowie sieci przeciwdziałania plotkom,
- agenci przeciwdziałania plotkom,
- inne podmioty, organizacje, szkoły, biblioteki publiczne itd.
- ▶ Jaki procent prowadzonych działań antyplotkowych mieści się w planie pracy ARS, a jaki procent można uznać za „zewnątrzny” lub „autonomiczny” w stosunku do decyzji podejmowanych przez zespół kierujący strategią?

### Ocena i trwałość

- ▶ Czy strategię, bądź niektóre konkretne kampanie/działania poddano ewaluacji?

Tak, nie, Jeśli tak

- Jaką metodę ewaluacji zastosowano?
- Czy możesz podsumować główne wyniki ewaluacji?
- Czy możesz zidentyfikować główne pozytywne aspekty implementacji strategii?
- Jakiego rodzaju wskaźniki według ciebie powinny być brane pod uwagę?
- ▶ Czy ARS stanowi trwałą strategię w mieście?
  - ▶ Tak, nie
- ▶ Jakie czynniki ułatwiają / utrudniają jej trwałość?
- ▶ Z jakimi głównymi wyzwaniami w twojej opinii mierzy się ARS w twoim mieście w zakresie zagwarantowania jej właściwego rozwoju?
- ▶ Jakie kolejne kroki planujesz dla przyszłości ARS w swoim mieście?

### Najlepsze praktyki

- ▶ Jakie najlepsze praktyki możesz zidentyfikować na podstawie swojej ARS, które mogą być inspirujące dla innych miast?
- Opisz proszę 2-3 przykłady





W ostatnich latach nasiliły się dyskursy populistyczne, demagogiczne, a często ksenofobiczne, wzmacniając uprzedzenia i bariery między „nami” a „nimi”, grupami „definiowanymi” przez tożsamość etniczną, narodową, kulturową i religijną. Historia pokazała, jak negatywne, a nawet katastrofalne skutki, mogą mieć niehamowane procesy polaryzacji społecznej.

Strategia Przeciwdziałania Plotkom (ARS) to długoterminowy proces zmian społecznych, którego celem jest zapobieganie dyskryminacji, wspieranie włączenia społecznego i wykorzystanie potencjału różnorodności poprzez zmianę sposobu postrzegania, postaw i zachowań obywateli i określonych grup docelowych. ARS skupia się na trzech konkretnych celach:

- ▶ Zaangażowanie i wzmocnienie pozycji szerokiego grona interesariuszy i obywateli poprzez wdrażanie lokalnej polityki publicznej i budowanie wielopoziomowej platformy współpracy w ramach długoterminowej miejskiej „strategii przeciwdziałania plotkom”.
- ▶ Promowanie krytycznego myślenia i podnoszenia świadomości na temat negatywnych skutków stereotypów, uprzedzeń i fałszywych plotek poprzez wdrażanie innowacyjnych działań mających na celu ich redukcję oraz kwestionowanie negatywnych narracji na temat różnorodności.
- ▶ Wpłygnięcie na agendę polityczną i społeczną, tak aby ograniczenie uprzedzeń i zapobieganie dyskryminacji zostało uznane za kluczowy wspólny cel całego społeczeństwa.

ARS została po raz pierwszy uruchomiona w 2010 r. w Barcelonie. Następnie Rada Europy promowała jej dalszy rozwój i ekspansję na ponad pięćdziesiąt miast europejskich. W ostatnich latach wzbudziła także zainteresowanie miast, władz i wielu organizacji z krajów pozaeuropejskich, takich jak m.in. Japonia, Kanada, Meksyk, Jordania, Maroko i Chile.

Niniejszy podręcznik stanowi praktyczną kontynuację Przewodnika „Miasta wolne od plotek” opublikowanego w 2015 r. przez Radę Europy. Doświadczenia wyciągnięte z ostatnich lat, w połączeniu ze wzrostem liczby miast, które przystąpiły do ARS oraz z zainteresowaniem, jakie wzbudziła od tego czasu, wymagają aktualizacji i dalszej systematyzacji podejścia i metodologii przeciwdziałania plotkom. Podręcznik zawiera także praktyczne przykłady, które mogą pomóc i zainspirować miasta oraz innych interesariuszy zainteresowanych zdobyciem większej wiedzy o tej inicjatywie i sposobach jej wdrażania.

[www.coe.int](http://www.coe.int)

Rada Europy jest wiodącą na kontynencie organizacją broniącą praw człowieka. Ma 46 państw członkowskich w tym wszystkie kraje Unii Europejskiej. Wszystkie państwa członkowskie Rady Europy przystąpiły do Konwencji o ochronie praw człowieka i podstawowych wolności, traktatu stworzonego po to, by chronić prawa człowieka, demokrację i rządy prawa. Europejski Trybunał Praw Człowieka nadzoruje implementację Konwencji w państwach członkowskich.