



# Miejski model aktywności społecznej seniorów



MINISTERSTWO PRACY  
I POLITYKI SPOŁECZNEJ

**Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej nie odpowiada za treści i zawartość niniejszej publikacji.**

**Autorzy:** Agnieszka Buczyńska, Paweł Buczyński

**Podręcznik powstał na podstawie materiałów przygotowanych przez autorów oraz:**

prof. Cezarego Obrachta – Prondzyńskiego, dr Macieja Dębskiego, dr Tomasza Tobisa, Macieja Brosza, Marcina Skwierawskiego, Alicję Karczmarek, Annę Sikorską, Annę Urbańczyk, Gabrielę Dudziak, Piotra Kowalczuka, Artura Rajkowskiego

**Druk:** Lupastudio

**Redakcja i korekta:** Joanna Lupińska, Agata Włodarczyk

**Nakład:** 200 egz.

Gdańsk 2013

**Wydawca:**

Regionalne Centrum Wolontariatu w Gdańsku

ul. Dmowskiego 10 BC,

80-264 Gdańsk

[www.kiwi.org.pl](http://www.kiwi.org.pl) e-mail: [gdansk@wolontariat.org.pl](mailto:gdansk@wolontariat.org.pl)

Publikacja powstała w ramach projektu „Gdański model wolontariatu seniorów – krok I”, dofinansowanego ze środków Rządowego Programu na rzecz Aktywności Społecznej Osób Starszych na lata 2012-2013.

# SPIS TREŚCI

<b>1. WSTĘP</b> .....	s.3
<b>2. DIAGNOZA</b> .....	s.6
2.1. Badanie jakościowe .....	s.6
2.2. Badanie ilościowe .....	s. 8
2.3. Wizyty studyjne .....	s.17
<b>3. STANDARDY KOMUNIKACJI I EDUKACJI SENIORÓW</b> .....	s.20
3.1. Jak komunikować do seniorów? .....	S.20
3.2. Jak edukować seniorów? .....	S.24
3.2.1 Jak edukować seniorów z zakresu wolontariatu i inicjatyw senioralnych? .....	S. 24
3.2.2. Jak edukować organizacje pozarządowe i instytucje publiczne z zakresu wolontariatu i inicjatyw senioralnych? .....	s.25
<b>4. JAK WSPÓŁPRACOWAĆ Z SENIORAMI?</b> .....	s.27
4.1. Wolontariat seniorów w organizacjach pozarządowych i instytucjach .....	s.27
4.2. Wolontariat senioralny dla miejskiego centrum wolontariatu .....	s.30
4.3. Wdrażanie funduszu inicjatyw senioralnych .....	s.32
<b>5. GDAŃSKIE DOBRE PRAKTYKI</b> .....	s.35
5.1. Wolontariat seniorów .....	s.35
5.2. Gdański fundusz inicjatyw senioralnych .....	s.39

# 1. WSTĘP

## KILKA SŁÓW O REALIZATORZE PROJEKTU



Regionalne Centrum Wolontariatu w Gdańsku powstało w 1994 roku. Od 2001 roku jesteśmy samodzielnym stowarzyszeniem działającym w ramach Ogólnopolskiej Sieci Centrów Wolontariatu. Na przełomie lat realizowaliśmy projekty kładące nacisk na aktywizację społeczności lokalnych oraz projekty mające na celu zmianę postrzegania wolontariatu i wolontariusza z działań na rzecz pomocy społecznej w świadomą postawę obywatelską. Prowadzimy miejskie centrum wolontariatu w Gdańsku i jako pierwsi w Polsce realizujemy program wolontariatu w przestrzeni miejskiej.

## IDEA PROJEKTU „GDAŃSKI MODEL WOLONTARIATU SENIORÓW – KROK I”

Idea projektu mającego na celu aktywizację społeczną gdańskich seniorów złożona była z trój etapowego cyklu działań, na które składały się:



1. Kompleksowa analiza – realizacja 3 badań (jakościowego, ilościowego i 9 wizyt studyjnych w Polsce). Przeprowadzone i zrealizowane badania miały posłużyć jako drogowskaz do planowania działań aktywizujących osoby starsze w Gdańsku.

2. Wypracowanie standardów w obszarach komunikacja, edukacja i współpraca. W tej części skupiliśmy się na opracowaniu standardów, które w sposób kompleksowy podejść do metody angażowania seniorów w działania społeczne, takie jak wolontariat i fundusz senioralny. Standardy zawierają opisany w sposób szczegółowy komponent komunikacyjny, w tym metody informowania i promowania działań wśród seniorów. Dalej są przewodnikiem trenerskim zawierającym szczegółowy program wraz z ćwiczeniami szkoleń. Na samym końcu zawarty został komponent prawidłowej współpracy z seniorami.

3. Pilotaż. W ramach tej fazy projektu poddaliśmy sprawdzeniu opracowane standardy, cały czas monitorując przebieg pilotażu, aby móc wprowadzić niezbędne zmiany w ich treści. Pilotaż opierał się na dwóch filarach: wolontariacie seniorów oraz na Gdańskim Funduszu Senioralnym. Szerszy opis efektów pilotażu znajduje się w rozdziale 5 publikacji.

Wszystkie wypracowane w trakcie projektu dokumenty, takie jak całościowe raporty z badań, pełne wersje standardów umieszczone są na stronie [www.kiwi.org.pl](http://www.kiwi.org.pl) w zakładce „Wolontariat seniorów”. Wszystkie te materiały są istotnym przewodnikiem zarówno dla osób pracujących z seniorami, jak i na ich rzecz.



Szczególny nacisk położono jednak na podmioty chcące korzystać z seniorów jako wolontariuszy, jak i te pełniące rolę miejskich centrów wolontariatu, które pośredniczą w wymianie wolontariuszy. Innowacyjnym w skali Polski jest także komponent „Gdańskiego Funduszu Senioralnego”, o którym szerzej można przeczytać w rozdziale 5.2 publikacji.

## O PUBLIKACJI

Opracowana publikacja jest efektem przeprowadzonego projektu, który miał na celu wypracowanie modelowych zasad współpracy i metod pobudzania do aktywności prospołecznej osób w wieku 60 lat i więcej. W założonej metodologii opracowano dwie koncepcje aktywizacji seniorów.

Pierwszą metodą było angażowanie seniorów w aktywność wolontariacką. Senior wolontariusz to osoba, która działa na rzecz organizacji pozarządowych (ngo) lub instytucji publicznych w sposób świadomy, bezpłatny i dobrowolny, a jego działania reguluje Ustawa o działalności Pożytku Publicznego i o Wolontariacie. Działanie wolontariackie to działanie o cechach formalnych, regulowane przez ustawę, która zakłada m.in. obowiązek zawierania porozumień wolontariackich czy ubezpieczenie wolontariuszy od Następstw Nieszczęśliwych Wypadków. Działanie wolontariackie może być zbliżone do tych, które są nieformalne tj. jak tworzenie oddolnych inicjatyw i organizacja wydarzeń, ale by stały się one wolontariatem, muszą być świadczone zgodnie z zapisami ustawy.

Drugą metodą było wypracowanie Gdańskiego Funduszu Inicjatyw Senioralnych, wykorzystującego nieformalne zaangażowanie osób w wieku 60 lat i więcej. W publikacji, seniorów będących liderami inicjatyw czy ich współtwórcami nazwano kreatorami. Senior kreator to nikt inny jak osoba, która aktualnie lub w ciągu całego swojego życia tworzyła czy współtworzyła w sposób bezpłatny wydarzenia, inicjatywy na rzecz innych, to ktoś, kto w sposób nieformalny- sam lub przy współpracy z innymi, robił i robi coś na rzecz innych. Ta forma w ujęciu teoretycznym różni się od zaangażowania wolontariackiego tym, że wolontariat umocowany jest przy danej organizacji czy instytucji, co nadaje mu formalny wymiar. Natomiast tak zwane oddolne inicjatywy – zainicjowane przez badanych seniorów przy współpracy z innymi, czasem także z organizacjami czy instytucjami, mają wymiar nieformalny.

Publikacja podzielona została na trzy części, aby w sposób jak najbardziej przejrzysty zaprezentować modelowe standardy współpracy z seniorami.

W pierwszej części opisano podstawowe wnioski z przeprowadzonej kompleksowej diagnozy: badanie jakościowe, ilościowe oraz 9 wizyt studyjnych w miastach w Polsce. Pomimo że dwa z przeprowadzonych badań miały charakter lokalny, to trzecie z nich było przeprowadzone w całej Polsce tak, aby wypracowane metody można było przełożyć i wdrożyć w innych miejskich centrach wolontariatu.

Drugi element publikacji to opracowane metody i narzędzia – jak aktywizować społecznie seniorów w kontekście wolontariatu i inicjatyw senioralnych. W ujętych narzędziach znajdują się elementy z zakresu: komunikacji (w tym informowania i promowania), edukacji seniorów oraz przebiegu współpracy.

Trzeci fragment publikacji to prezentacja kilku dobrych praktyk ze zrealizowanego projektu: „Gdański model wolontariatu seniorów – krok I”. W ramach całego projektu działało wolontariacko 50 wolontariuszy seniorów na rzecz 10 organizacji pozarządowych oraz zrealizowano 10 inicjatyw senioralnych.

## KILKA SŁÓW OD AUTORÓW PUBLIKACJI



### **Agnieszka Buczyńska**

*„Intencją projektu było pobudzenie do aktywności społecznej seniorów w Gdańsku. Wiedzieliśmy, że potrzebujemy sprofilowanego programu – wolontariatu seniorów, ale chcieliśmy dokładnie poznać, jak należy go zaplanować. Dzięki kompleksowej diagnozie, a następnie eksperckim standardom przygotowaliśmy się krok po kroku do współpracy z seniorami. Niezbędnym było jednak zmierzenie tego z rzeczywistością w formie pilotażu. Tak przepracowane działania pozwoliły na opracowanie publikacji-przewodnika o narzędziach i metodach działania z seniorami. Projekt ten był także przyczynkiem do zrealizowania wielu niezwykle interesujących programów wolontariatu w gdańskich organizacjach pozarządowych oraz inicjatyw senioralnych”.*



### **Paweł Buczyński**

*„Innowacyjny w skali Polski ‘Gdański Fundusz Senioralny’ to jeden z rezultatów projektu, który daje ogromne perspektywy do wykorzystania potencjału społecznego tkwiącego w seniorskiej społeczności. 42,8% gdańskich seniorów deklaruje, że w ciągu ostatnich 6 miesięcy pomagało swoim sąsiadom. Odpowiedzią stał się więc opracowany program funduszu, który wesprze seniorów do tworzenia i realizacji ich oddolnych działań i inicjatyw.”*

## 2. DIAGNOZA

### 2.1. BADANIE JAKOŚCIOWE

Głównym celem przeprowadzonego badania jakościowego było rozpoznanie opinii dwóch zróżnicowanych grup respondenckich: przedstawicieli organizacji pozarządowych i instytucji publicznych oraz liderów – „lokomotyw oddolnych inicjatyw”, czyli aktywnych seniorów działających wolontariacko na terenie Gdańska, na temat szans, barier, metod i obszarów animowania współpracy obu środowisk. Badanie terenowe zostało przeprowadzone w lipcu 2013 roku na terenie Gdańska. W ramach projektu przeprowadzono łącznie 70 indywidualnych wywiadów pogłębionych, w tym 49 z przedstawicielami organizacji i instytucji oraz 21 wśród liderów, seniorów – wolontariuszy. Dobór respondentów do próby badawczej miał charakter celowy i został oparty o operaty sporządzone przez Regionalne Centrum Wolontariatu w Gdańsku na podstawie bazy organizacji samorządowych i instytucji publicznych, prowadzonej przez Wydział Polityki Społecznej Miasta Gdańsk oraz bazy inicjatyw senioralnych, klubów seniora i Uniwersytetów Trzeciego Wieku, prowadzonej przez Pełnomocnika Prezydenta Miasta Gdańska ds. Seniorów. Pełna wersja raportu z badania znajduje się na stronie internetowej [www.kiwi.org.pl](http://www.kiwi.org.pl).

#### **SZANSE ANIMOWANIA AKTYWNOŚCI PROSPOŁECZNEJ SENIORÓW PERSPEKTYWA SENIORÓW**

Z badania wynika, że głównym motywem podejmowania aktywności społecznej przez seniorów jest doświadczane przez nich poczucie osamotnienia. Stwarzanie możliwości działania dla osób starszych, rozumiane jako instrument przeciwdziałania procesowi stopniowego izolowania seniorów z aktywności społecznej, należy uznać za ze wszech miar zasadne.

W perspektywie samych seniorów, do podstawowych warunków, jakie powinny być spełnione, aby upowszechniła się aktywność osób starszych, należą:

- zyskiwanie akceptacji, znajdowanie zainteresowania, zachęcanie, przekonywanie, zdobywanie „serc” uczestników,
- trafiać z informacjami o istniejących możliwościach „do tych, którzy nie wiedzą i nie mają szansy się dowiedzieć”,
- zapewnienie podstawowego zaplecza instytucjonalnego w postaci bazy lokalowej oraz elementarnej koordynacji działań,
- zapewnienie wsparcia finansowego na podstawowe działania.

#### **PERSPEKTYWA PRZEDSTAWICIELI NGO I INSTYTUCJI PUBLICZNYCH**

Ogólny wydźwięk wypowiedzi przedstawicieli instytucji publicznych oraz organizacji pozarządowych, którzy mają doświadczenia we współpracy z wolontariuszami seniorami jest pozytywny. W poszczególnych wypowiedziach zwracano uwagę na stabilność wolontariatu seniorów, związaną z niezagospodarowanym czasem po ustaniu aktywności zarobkowej (co może być złudne, bowiem osoby na emeryturze i w wieku senioralnym często są równie zajęte, jak wtedy, gdy pracowały – a przynajmniej tak postrzegają swoją sytuację) oraz potrzebami działania i przynależności. Elementy te wiążą się w wysoki poziom zaangażowania, którego wywołanie jest związane z podstawowym dopasowaniem aktywności do potrzeb, możliwości, motoryki i języka osób starszych. Oprócz potrzeby dopasowania działań do specyfiki grupy, badani zwrócili uwagę na to, że „wolontariat senioralny” jest zwykle ukierunkowany na sprawy lokalnej społeczności i najbliższego środowiska mieszkalnego.

# ZIDENTYFIKOWANE BARIERY ANIMOWANIA AKTYWNOŚCI PROSPOŁECZNEJ SENIORÓW

## PERSPEKTYWA SENIORÓW

Ograniczenia dostrzegane po stronie seniorów:

- cechy osobowościowe samego seniora oraz sytuacja życiowa osób starszych jako czynniki ograniczające możliwości angażowania się
- pasywność osób starszych
- ograniczenia fizyczno-zdrowotne
- e-wykluczenie oraz brak umiejętności docierania do informacji
- nietraktowanie swoich działań jako wolontariatu (seniorzy nie nazywają swojej aktywności na rzecz innych wolontariatem: dla osób starszych to, co robią to „po prostu pomaganie sąsiadom”)
- uwarunkowania społeczno-kulturowe – wyuczona bezradność jako spadek po epoce PRL.

## PERSPEKTYWA PRZEDSTAWICIELI NGO I INSTYTUCJI PUBLICZNYCH

Negatywny wydźwięk wypowiedzi przedstawicieli instytucji publicznych oraz organizacji pozarządowych jest związany z roszczeniowymi postawami seniorów wobec instytucji. Ta i inne wypowiedzi akcentujące tę cechę, łączą się z wypowiedziami zaznaczającymi, iż owa roszczeniowość występuje nie tyle w zestawieniu z brakiem aktywności, ale z postawami o charakterze pasywnym.

Ograniczenia dostrzegane po stronie organizacji i instytucji publicznych:

- fasadowość oferty dla seniorów, związana z faktem, że organizacje nie zawsze potrafią zarządzać wolontariatem; w rezultacie możliwości podejmowania działań mają charakter deklaracji
- negatywna postawa instytucji wobec działań wolontaryjnych realizowanych na ich terenie
- przedstawiciele organizacji zwrócili uwagę, że organizacje nie wiedzą, czego oczekują sami seniorzy:
- organizacje oczekują, że seniorzy sami do nich przyjdą i „się zorganizują”:
- same organizacje nie są też przygotowane do zidentyfikowania potrzeb potencjalnego klienta w starszym wieku, bo jak mówią przedstawiciele – nawet nie widzą, gdzie ich szukać
- jako istotne ograniczenie wskazano specjalizację i sprofilowanie organizacji pozarządowych
- stereotypowe postrzeganie seniorów
- bariery lokalowe
- „finansowanie” wolontariatu (nie wynagrodzenie, a np. koszty ubezpieczenia, szkolenia itd.)



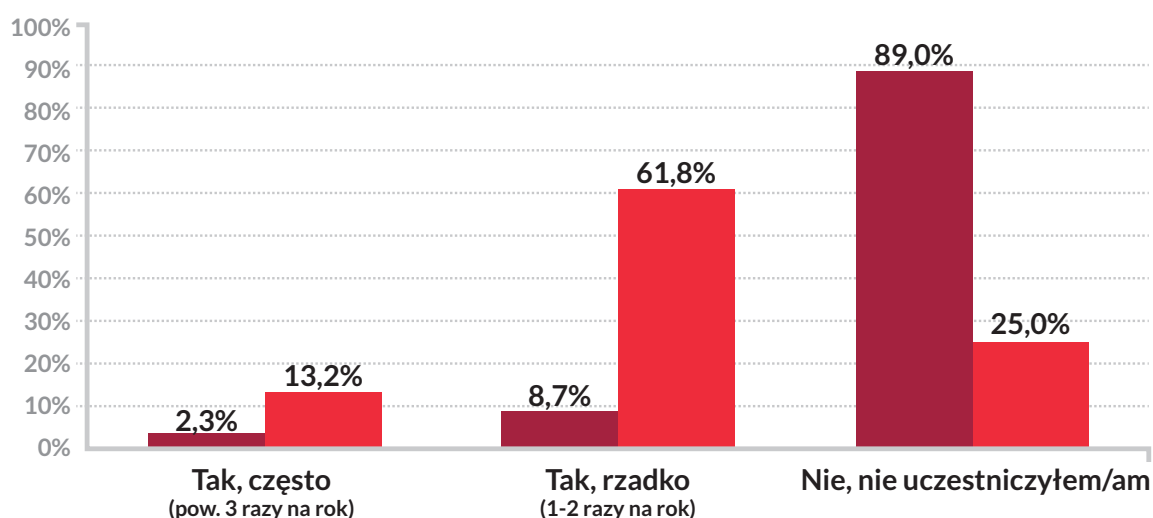
## 2.2. BADANIE ILOŚCIOWE

Badanie aktywności społecznej seniorów było reprezentatywnym badaniem ilościowym przeprowadzonym w czerwcu 2013 roku na próbie 700 respondentów będących mieszkańcami Gdańska w wieku 60 lat i więcej. Ze względu na specyfikę badanej społeczności i ich ograniczenia zdrowotne, postanowiono zastosować metodę wywiadu kwestionariuszowego. Na podstawie przeprowadzonego badania można dokonać kompleksowego opisu aktywności społecznej seniorów mieszkających w Gdańsku. W tym też celu dokonano podziału różnorodnych form aktywności seniorskich, poczynając od form biernych, opartych na uczestnictwie aż po najbardziej zaangażowane, jak liderowanie czy podejmowanie inicjatyw zarówno o charakterze formalnym, jak i nieformalnym. W ramach przeprowadzonego badania wyłoniono następujące obszary:

### SENIOR - KONSUMENT

Obszar dotyczący uczestnictwa gdańskich seniorów w wydarzeniach organizowanych na zamieszkiwanej przez nich dzielnicy, takich jak: festyny dla mieszkańców, akcje i projekty społeczne, wydarzenia kulturalne, wydarzenia sportowe, uroczystości państwowe, miejskie czy inne. Zdecydowana większość gdańskich seniorów (89%) nie uczestniczyła w tego typu wydarzeniach w przeciągu ostatnich pięciu lat. Opisując wyniki z perspektywy liczebności, 76 z 700 respondentów zadeklarowało, że uczestniczyło w tego typu wydarzeniach w przeciągu ostatnich 5 lat, przy czym w ostatnim roku 13,2% z nich uczestniczyło w wydarzeniach więcej niż trzy razy w roku, a 61,8% jeden czy dwa razy w ostatnim roku.

**Czy uczestniczył Pan/i w takich wydarzeniach?**  
(N=698; N=76)



### SENIOR - UCZESTNIK

Obszar dotyczący uczestnictwa przez seniorów w działaniach, projektach, kursach skierowanych dla seniorów. W tym obszarze seniorzy pełnią rolę nie tylko odbiorców, ale także uczestników pewnych działań. Konstruując ten obszar postanowiono oprzeć się na zintensyfikowanych działaniach aktywizacyjnych na rzecz seniorów, do których przyczynkiem był rok 2012 poświęcony aktywizacji społecznej seniorów. Od tego momentu na tzw. rynku działań organizacji pozarządowych pojawiły się liczne oferty dla seniorów tj. warsztaty, szkolenia, kursy, wyjazdy mające na celu zaktywizować seniorów. Zgodnie z przeprowadzoną analizą określono poziom uczestnictwa seniorów w ofercie skierowanej do seniorów. Otrzymane wyniki wskazują, że poziom uczestnictwa jest bardzo niski. Uczestnictwo w tego typu ofercie potwierdza co dwudziesty gdański senior, a zdecydowana większość, bo prawie 95% nie uczestniczyła w tego typu zajęciach.



**Czy uczestniczył Pan/i w jakichś stałych, trwających dłużej okresie czasu działaniach dla osób w Pana/i wieku (takich jak np. kursy, szkolenia, wyjazdy itd.)?**  
(N=693)



### SENIOR - WOLONTARIUSZ

Obszar dotyczący wolontariatu opisuje poziom aktywności wolontariackiej seniorów. Z ogólnopolskich badań nad wolontariatem wynika, że seniorzy są najmniej liczną reprezentacją wolontariuszy. W pierwszym etapie badania poddano analizie definicję wolontariatu, funkcjonującą w świadomości gdańskich seniorów.

### CZYM JEST WOLONTARIAT DLA SENIORÓW?

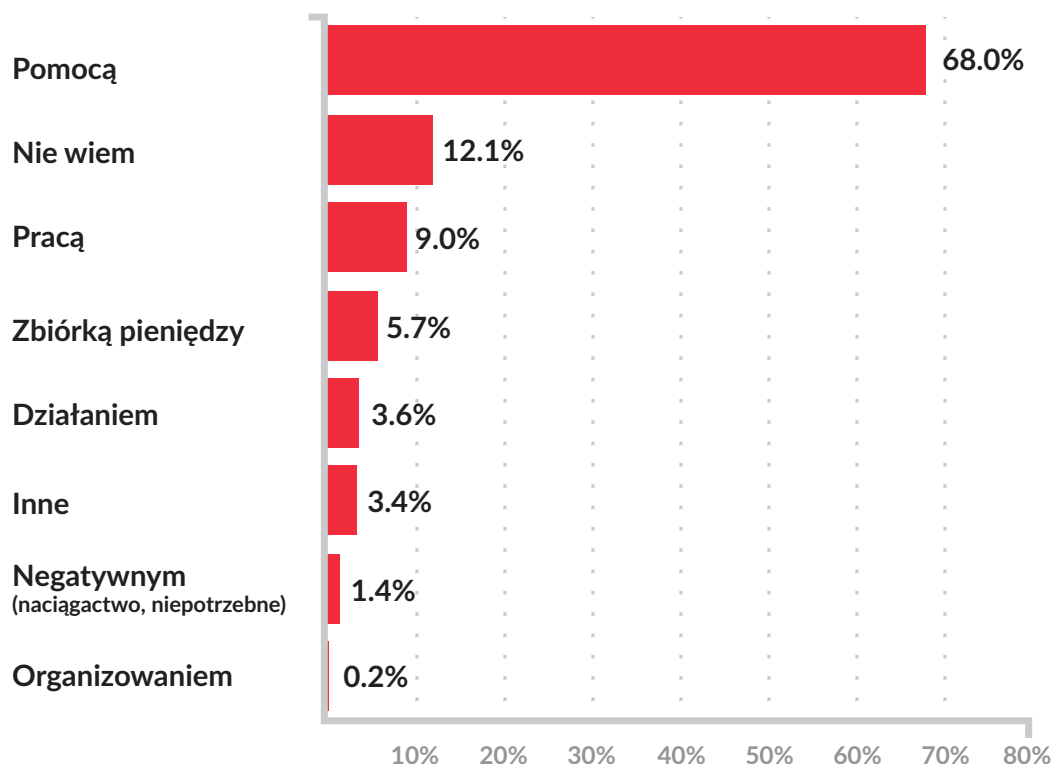
Pojęcie wolontariatu w świadomości gdańskich seniorów pojmowane jest bardzo stereotypowo. Analizę otwartego pytania podzielono na trzy części, odpowiadające na kolejne pytania: czym jest wolontariat, jak jest realizowany oraz na czym rzecz.



Według zdecydowanej większości respondentów wolontariat jest pomocą – odpowiedziało tak 68% przebadanych. Wynik ten jest zdecydowanie najliczniejszym i widać bardzo ugruntowanym w postrzeganiu gdańskich seniorów. Ma to związek z powszechnie panującym wizerunkiem zjawiska, który konsekwentnie utrwała tylko jedną z form wolontariatu bazującą na pomocy, wsparciu, opiece czy też obliwających silną postawę altruistyczną. 12,1% respondentów miało trudność w podaniu definicji i nie potrafili odpowiedzieć na to pytanie. 9% przebadanych wolontariat określiło jako pracę, a 5,7% jako działalność charytatywną utożsamianą z kwestami i zbieraniem pieniędzy. W ogólnej ocenie należy powiedzieć, że charakterystyka aktywności wolontariackiej w postrzeganiu gdańskich seniorów jest pozytywna. Tylko nieliczni wskazywali, że wolontariat to naciągactwo i coś niepotrzebnego (1,4%).



## Czym jest wolontariat?

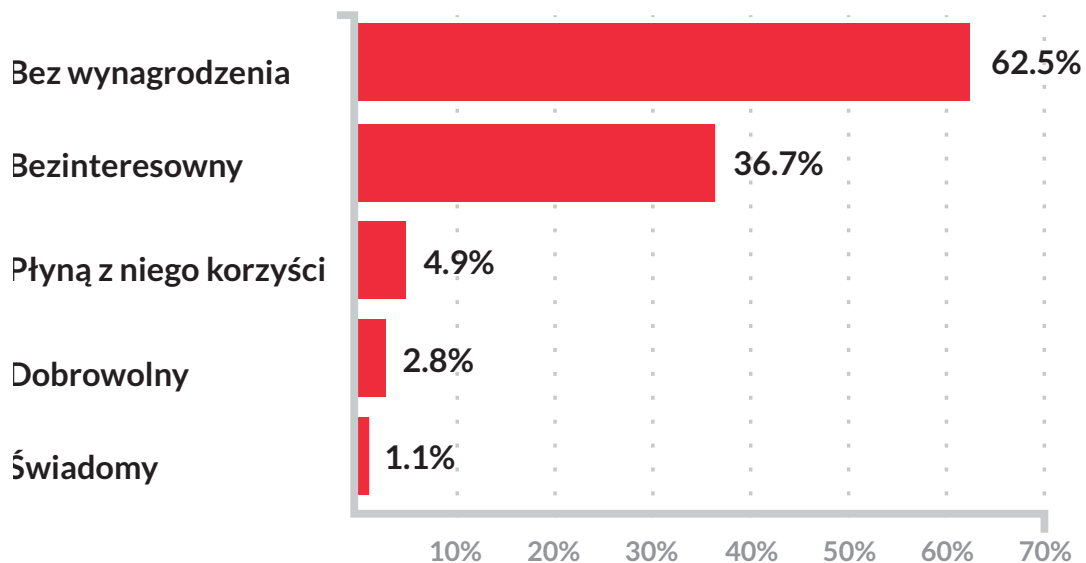


Drugim określanym obszarem w definicji wolontariatu jest forma, w jaki sposób jest on realizowany. W przeważającej opinii seniorów wolontariat jest bezpłatny (62,5%) oraz bezinteresowny (36,7%). Przymiotniki takie jak: dobrowolny, świadomy czy niosący korzyści dla wolontariusza pojawiały się najrzadziej.

Określenie wolontariatu jako bezpłatnego, całkowicie potwierdza się ze stosowaną definicją wolontariatu. Nie mniej jednak co trzeci z respondentów (36,7%) wskazał, że wolontariat to aktywność bezinteresowna, pełna poświęcenia, która odwołuje się do altruistycznych motywacji wolontariuszy. W wypowiedziach w pytaniu otwartym pojawiały się takie stwierdzenia, że jest to „dobro”, „poświęcenie się”, „dawanie siebie”. W opozycji do tego wyniku stoi perspektywa pragmatyczna, którą wolontariat postrzega jako transakcję wymienną: „daję – biorę”. Oznacza to, że wolontariusz z jednej strony „daje siebie”, „swoją czas”, a z drugiej bierze: doświadczenie, znajomości, poszerzenie horyzontów, nabyte umiejętności. W postrzeganiu gdańskich seniorów przeważa zdecydowanie wizja wolontariatu jako zjawiska pełnego poświęcenia, a o płynących korzyściach mówi co dwudziesty przebadany (4,9%).

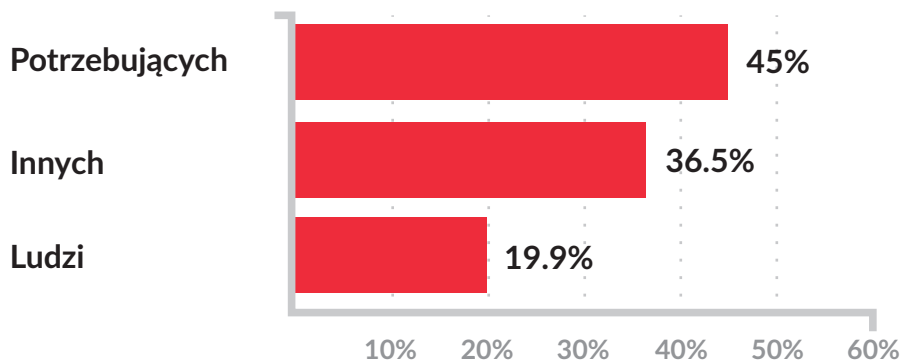


## Jaki jest wolontariat?

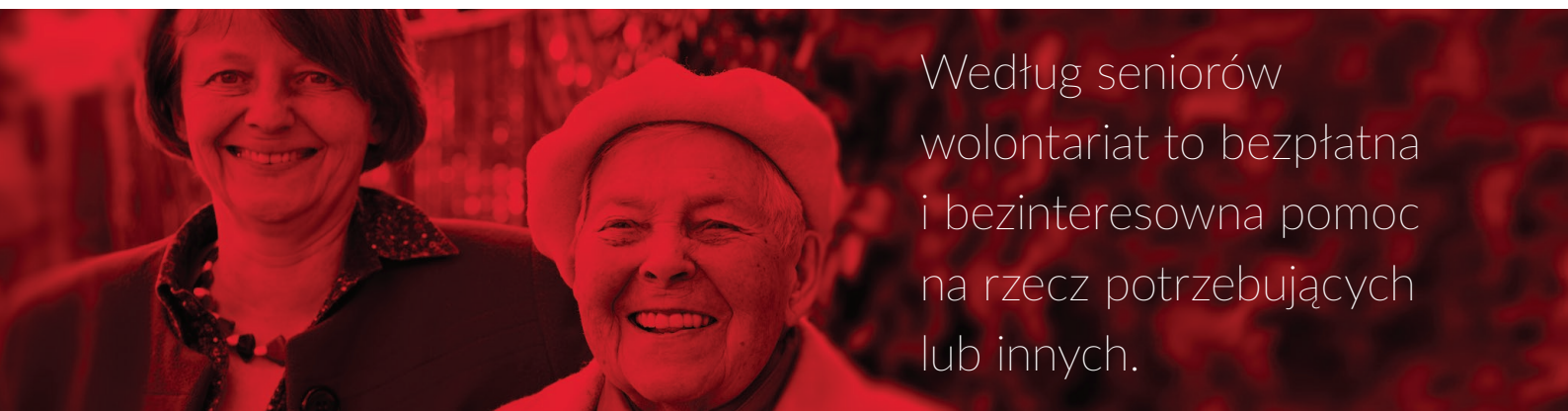


Ostatnią z kategorii analizy definicji wolontariatu, jest pytanie na czyją rzecz świadczony jest wolontariat. Prawie połowa przebadanych stwierdziła, że wolontariat świadczony jest na rzecz potrzebujących (45%), co trzeci senior, że na rzecz innych (36,5%), a co piąty, że na rzecz ludzi (19,9%).

## Na rzecz kogo jest świadczony wolontariat?



Podsumowując analizę definicji wolontariatu funkcjonującej w świadomości gdańskich seniorów: wolontariat jest to bezpłatna i bezinteresowna pomoc na rzecz potrzebujących lub innych. W definicji tej przeważa postrzeganie wolontariatu w kategoriach pomocowych i altruistycznych.

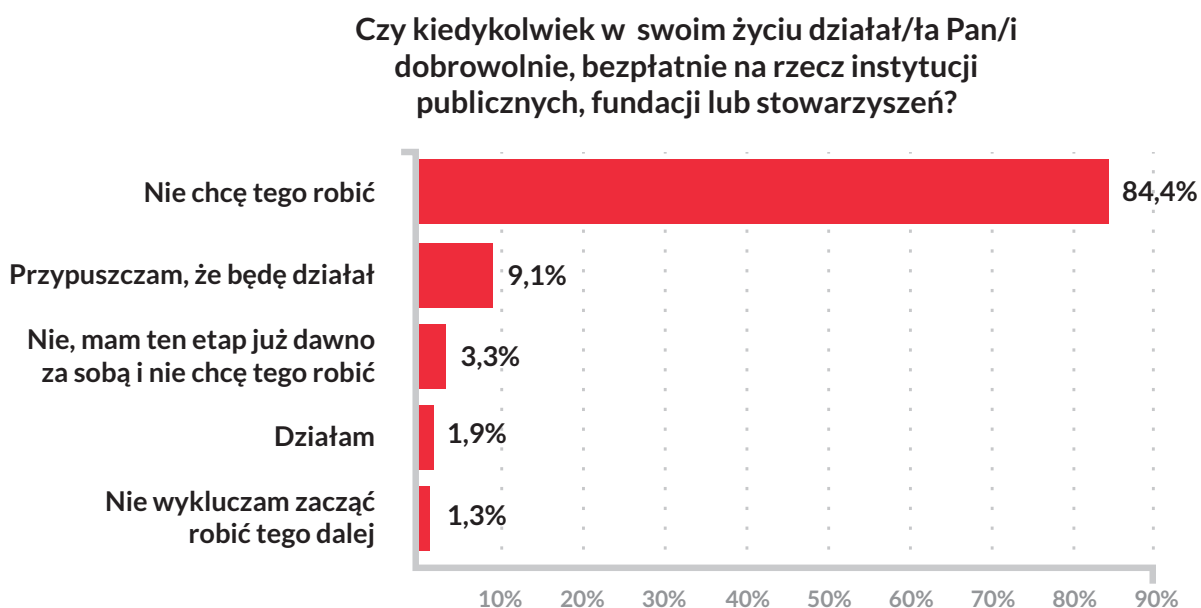


Według seniorów  
wolontariat to bezpłatna  
i bezinteresowna pomoc  
na rzecz potrzebujących  
lub innych.

## JAKI JEST POZIOM AKTYWNOŚCI WOLONTARIACKIEJ WŚRÓD SENIORÓW?

W pierwszym pytaniu weryfikującym aktywność wolontariacką gdańskich seniorów zapytano wprost o to, czy kiedykolwiek w swoim życiu byli wolontariuszami. Warto jednak podkreślić, że uzyskane wyniki w większości dają nam odpowiedź nie czy faktycznie dane osoby kiedykolwiek były wolontariuszami, a czy pomagały w sposób bezpłatny potrzebującym. Zdecydowana większość, bo aż 95,1% gdańskich seniorów twierdzi, że nigdy nie byli wolontariuszami, a pozostała część tj. 4,9%, że mają doświadczenie wolontariackie.

W opozycji do tego pytania postawiono kolejne: „Czy kiedykolwiek w swoim życiu działał/ła Pan/i dobrowolnie, bezpłatnie na rzecz instytucji publicznych, fundacji lub stowarzyszeń – nie dotyczy to kościoła, związków zawodowych lub po prostu działania na rzecz sąsiadów, innych ludzi”. W ten sposób zadano pytanie o to, czy respondenci byli wolontariuszami, nie podając jednak terminu wolontariusz, aby nie przywoływać automatycznych, stereotypowych skojarzeń z wolontariatem. Z analizy tak zadanego pytania wynika, że zdecydowana większość seniorów twierdzi, że nie była wolontariuszami (84,4%) i nie chcą się w to angażować. Suma osób, które kiedykolwiek w swoim życiu były wolontariuszami to łącznie 6,5%, co wskazuje na to, że w rzeczywistości część z nich za wolontariuszy się nie uważa, bo w poprzednim pytaniu 4,9% respondentów odpowiedziało, że nie byli oni wolontariuszami. Różnica ta jednak nie jest duża i nie wpływa w znaczący sposób na przeprowadzone badanie. Prawie co dziesiąty respondent twierdzi, że nigdy nie działał wolontariacko, jednak nie wyklucza podjęcia takiej aktywności. W generalnej ocenie poziom aktywności wolontariackiej wśród seniorów jest bardzo niski – aktywnie działający w trakcie badania stanowią 1,9%, co oscyluje w granicach błędów statystycznego.



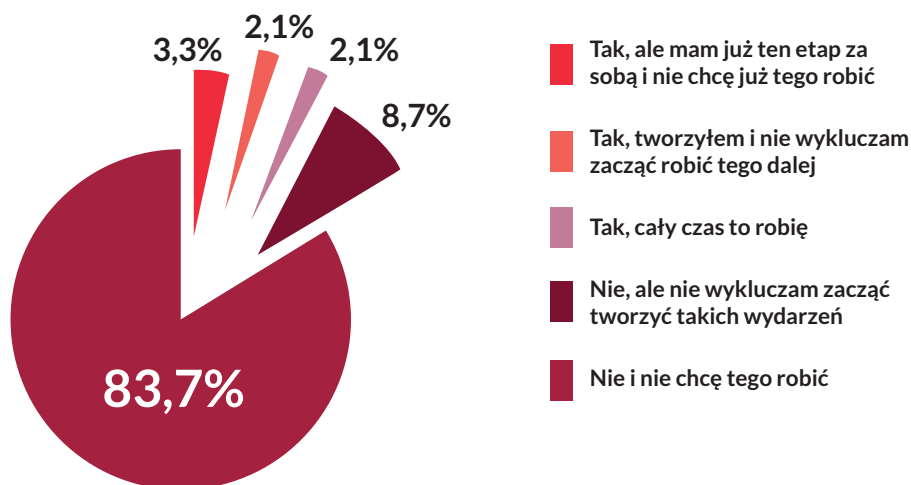
Potencjał wolontariacki  
wśród gdańskich seniorów  
wynosi 12,3%

## SENIOR - KREATOR INICJATYW

Obszar dotyczący inicjatyw nieformalnych wskazuje poziom oddolnych inicjatyw senioralnych i identyfikuje lokalnych liderów i ich pomocników. Formalna forma zaangażowania na rzecz innych wyrażona w aktywności wolontariackiej, w tym rozdziale przyjęta forma inicjatyw nieformalnych, oddolnych, ale jednakowo istotnych. Zarówno rozdział poświęcony wolontariatowi, jak i inicjatywom nieformalnym, identyfikuje potencjał aktywności senioralnej na rzecz innych.

Ponad czterech z pięciu (83,7%) przebadanych seniorów nigdy nie było „kreatorami” oddolnych inicjatyw i nie chcą tego robić. Taki wynik wskazuje, że pokolenie gdańskich seniorów to nie tylko osoby, które w wieku senioralnym nie angażują się w organizację oddolnych działań na rzecz innych, ale także niewielki procent był aktywny dotychczas. 3,3% seniorów deklaruowało w badaniu, że byli twórcami inicjatyw, ale nie chcą już tego kontynuować, a 2,1% kiedyś tworzyła inicjatywy i nie wyklucza, że zaangażuje się ponownie. Aktualnie aktywność seniorów w kreacji oddolnych inicjatyw kształtuje się na poziomie 2,1% - co oznacza, że co pięćdziesiąty senior angażuje się w tworzenie, inicjowanie wydarzeń na rzecz swojego otoczenia. Potencjał tkwi w grupie osób stanowiącej 8,7% badanych, które nigdy nie angażowały się w tego typu działania, ale nie wykluczają swojego uczestnictwa.

**Czy kiedykolwiek w swoim życiu tworzył Pan/i lub pomagał Pan/i tworzyć w sposób bezpłatny wydarzenia, akcje, działania będące pomysłem Pana/i lub mieszkańców Pana/i osiedla, dzielnicy czy rówieśników?**



Potencjał kreatorów nieformalnych inicjatyw wśród gdańskich seniorów wynosi 12,9%

## INDEKS AKTYWNOŚCI SPOŁECZNEJ SENIORÓW

Indeks aktywności jako ostatecznie z narzędzi weryfikujących poziom aktywności seniorów, skupia się na szeregu licznych form aktywności społecznej w ogóle, począwszy od uczestnictwa w życiu społecznym, zajęciach na rzecz seniorów, poprzez pomoc sąsiedzką aż po praktyki obywatelskie takie, jak uczestnictwo w wyborach.

Głównym celem badania było zweryfikowanie poziomu aktywności społecznej seniorów. W tym celu zbudowano indeks aktywności społecznej, składający się z następujących działań:

- ▶ odprowadzenie 1% podatku,
- ▶ wysyłanie smsów na cele charytatywne,
- ▶ przekazywania darowizn na cele społeczne,
- ▶ działalność przy parafii,
- ▶ głosowania w wyborach do Rady Osiedla,
- ▶ głosowania w wyborach samorządowych,
- ▶ głosowania w wyborach rządowych,
- ▶ czynnego udziału w pracach Rady Osiedla,
- ▶ członkostwie w Klubie Seniora,
- ▶ bycie słuchaczem Uniwersytetu Trzeciego Wieku,
- ▶ bycie członkiem partii politycznej
- ▶ świadczenie pomocy sąsiedzkiej w okresie ostatnich 6 miesięcy.

Indeks aktywności społecznej sam w sobie weryfikuje poziom aktywności mieszkańców Gdańska w wieku 60 i więcej lat. Każdy respondent na wymienione w pytaniu twierdzenie mógł odpowiedzieć: tak lub nie, gdzie za odpowiedzi „tak” przyznawano 1 punkt, a odpowiedź „nie” traktowana była jako systemowy brak danych. Z przeprowadzonej analizy wynika, że najczęściej podejmowaną przez respondentów aktywnością jest uczestnictwo w wyborach parlamentarnych. Poziom wskazań tej grupy wiekowej wynosi 71,4% badanych, co zdecydowanie przewyższa ogólnopolski wskaźnik frekwencji wyborczej w wyborach parlamentarnych w 2011 roku (średnia ogólnopolska frekwencja wynosiła 48,92% Polaków<sup>1</sup>). Kolejne wskazanie to także uczestnictwo w wyborach na poziomie samorządowym (50,9%), po raz kolejny przewyższające frekwencję ogólnopolską (35,31%) czy pomorską (40,58%). Wyniki te wskazują, że gdańscy seniorzy są dużym agregatem potencjalnych wyborców, a ich aktywność wyraża się w możliwości współdecydowania o kształcie sceny politycznej zarówno na poziomie ogólnopolskim, jak i samorządowym. W tym miejscu warto także odnieść się do wyborów do Rad Dzielnic. 17,5% gdańskich seniorów deklaruje uczestnictwo w ostatnich wyborach. Frekwencja jest zdecydowanie niższa, seniorom łatwiej decydować jest o wyborze Prezydenta niż przedstawiciela ze swojego otoczenia do Rady Osiedla. Oczywiście przyczyn takiej sytuacji może być wiele i nie jest to celem niniejszego badania, nie mniej jednak warto zaznaczyć, że im bliższe nam władze są wybierane, tym frekwencja spada.

Trzecim z dwunastu wskazań jest fakt, że 42,8% gdańskich seniorów deklaruje, że w przeciągu ostatnich 6 miesięcy pomagało swoim sąsiadom. Ten wynik w kontekście poprzednich rozdziałów wydaje się z jednej strony zaskakujący, a z drugiej strony zaznacza istniejący potencjał. Jak więc rozpatrywać ich aktywność? Czy jest to działalność wolontariacka? Na pewno jest to aktywność świadoma, bezpłatna, i dobrowolna. Jednak w formalnym kontekście definicji wolontariatu aktywności tej nie można uznać za wolontariacką, ponieważ nie jest świadczona na rzecz tzw. korzystających<sup>2</sup> (organizacji pozarządowych lub instytucji). Ponadto działanie wolontariackie to takie, które wykracza poza więzi rodzinno – koleżeńsko – przyjacielskie bazując na definicji przyjętej przez Ogólnopolską Sieć Centrów Wolontariatu<sup>3</sup>.



Tę nieformalną aktywność opartą na wymianie czasu możemy zaliczyć do kategorii tzw. banków czasu. Gdańscy seniorzy utrzymują bliskie więzi sąsiedzkie oparte między innymi na wzajemnej i nieformalnej samopomocy, a wspólna przestrzeń życia stanowi dla nich dobrą platformę do współdziałania. Kolejne ze wskazań to aktywność, którą można nazwać filantropijną. 35,5% gdańskich seniorów odprowadza 1% podatku na organizacje społeczne, 24,5% daje darowizny na cele społeczne i 24,4% wysyła smsy na cele charytatywne.

42,8% gdańskich seniorów deklaruje, że w przeciągu ostatnich 6 miesięcy pomagało swoim sąsiadom.

Do najrzadziej wskazywanych aktywności należą te, które wymagają większego zaangażowania, nie tylko biernego uczestniczenia w wydarzeniach czy przekazania przysłówiowej złotówki na rzecz najuboższych. Do tych kategorii należy działalność na rzecz parafii, bycie członkiem Klubu Seniora czy bycie słuchaczem Uniwersytetu III Wieku. Pomimo że te działania różnią się od siebie, wszystkie wymagają aktywnego uczestnictwa. Członek Klubu Seniora zobowiązuje się do przychodzenia na spotkania, realizowania pewnego programu klubu, uczestniczenia w wydarzeniach, jak i ich organizowania. Na Uniwersytetach III Wieku wymagane jest nie tylko uczestnictwo, ale także zaangażowanie we własny, ciągły rozwój. Seniorzy muszą realizować pewną określoną

siatkę edukacyjną, pokonują bariery związane z nowymi technologiami, językami czy formułą zajęć. Natomiast działalność przy parafii umotywowana jest aspektami religijnymi, związana z posługą na rzecz kościoła, tym bardziej wymagającą proaktywnej postawy. Z otrzymanych wyników widzimy, że 4,8% gdańskich seniorów działa na rzecz parafii, 1,6% jest członkami Klubów Seniora, a 1,2% jest słuchaczami Uniwersytetów III Wieku. Przyczyną takiego stanu rzeczy na pewno nie jest brak oferty. Otóż w Gdańsku działa szereg licznych klubów seniora, a od 2004 roku przy Uniwersytecie Gdańskim otworzony został Uniwersytet III Wieku, który liczy sobie ok. 1300 słuchaczy. Ponadto od dwóch lat prowadzony jest przez Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej ogólnopolski fundusz na rzecz aktywizacji społecznej osób starszych – ASOS, dzięki któremu realizowane były także projekty na rzecz seniorów w Gdańsku.

	N	%
Głosowałem/am na ostatnich wyborach rządowych (do Sejmu, Senatu, na Prezydenta Polski)	495	71,4
Głosowałem/am na ostatnich wyborach samorządowych (do Rady Miasta, na Prezydenta Miasta, do Sejmiku Wojewódzkiego)	351	50,9
W ciągu ostatnich 6 miesięcy pomagam sąsiadom	289	42,8
Odprowadzam 1% od podatku	247	35,5
Daję darowizny na cele społeczne	170	24,5



Wysyłam smsy na cele charytatywne	169	24,4
Głosowałam/em na ostatnich wyborach do Rady Osiedla	120	17,5
Biorę czynny udział w pracach Rady Dzielnicy/Osiedla	33	4,8
Działam przy parafii	33	4,8
Jestem członkiem Klubu Seniora	11	1,6
Jestem słuchaczem/ką Uniwersytetu III Wieku	8	1,2
Jestem członkiem partii politycznej	2	0,3

Powyżej opisano, które z wymienionych aktywności były najczęściej realizowane przez gdańskich seniorów, a które najmniej. Sam indeks aktywności zbudowany został, aby mieć możliwość w sposób ogólny powiedzieć o stopniu aktywności gdańskich seniorów. Indeks aktywności to opisane powyżej 12 twierdzeń, do których ustosunkowywali się badani przyznając punkty. Gdy ktoś zgadzał się z twierdzeniem (tzn. uczestniczył w wymienionych działaniach) dostawał 1 punkt (tak), gdy ktoś nie zgadzał się z twierdzeniem dostawał 0 punktów (nie). Posługując się przykładem- jeżeli respondent jest członkiem klubu seniora, to odnosząc się do stwierdzenia „Jestem członkiem Klubu Seniora” zaznaczał tak – czyli przyznawał 1 punkt. Teoretycznie maksymalna możliwa ilość przyznanych punktów w całym indeksie wynosi 12 (oznacza to, że jedna osoba musiałaby potwierdzić wszystkie aktywności). Najmniejsza możliwa ilość punktów wynosi 0 – dotyczy to respondentów, którzy na wszystkie wskazane aktywności odpowiedzieli negatywnie. Z przeprowadzonego badania wynika, że 127 (18,1%) respondentów nie angażuje się w żadną z wymienionych aktywności (na wszystkie z proponowanych form aktywności odpowiedzieli negatywnie bądź nie odpowiedzieli wcale). Pełne wyniki indeksu aktywności ilustruje poniższa tabela. Analizując wyniki należy wspomnieć, że z punktu widzenia badania interesuje nas wyrażana aktywność, dlatego też przy analizie danych wykluczono grupę 127 respondentów, którzy nie wskazali żadnej z wymienionych form aktywności.

Indeks aktywności społecznej	N	%	Indeks aktywności społecznej	N	%
jedna aktywność	75	13,1	siedem aktywności	19	3,3
dwie aktywności	110	19,2	osiem aktywności	7	1,2
trzy aktywności	155	27,1	ogółem	573	100,0
cztery aktywności	102	17,8	0	127	bd
pięć aktywności	59	10,3	<b>Ogółem</b>	<b>700</b>	<b>100,0</b>
sześć aktywności	46	8,0			

Z przedstawionych danych wynika, że największa liczba wskazanych aktywności wynosi 8, jednak tak liczny wskaźnik indeksu aktywności społecznej wskazał tylko 1,2% aktywnych respondentów (7 osób). Najczęściej występującą ilością wskazań były trzy (27,1%), potem dwa wskazania (19,2%) oraz cztery wskazania (17,8%). Z wyliczeń wynika, że średnia liczba wskazywanych aktywności wśród aktywnych respondentów wynosi 3,37 wskazania. Daje to pewien obraz o stopniu aktywności gdańskich seniorów. Nie można powiedzieć, że nie są aktywni, bo dotyczy to tylko 18,1%. Gdańscy seniorzy są aktywni obywatelsko i społecznie, jednak w umiarkowanym stopniu i w specyficzny sposób.

W generalnym ujęciu z indeksu aktywności społecznej wynika, że seniorzy są aktywni w umiarkowanym stopniu. Analizując częstość wskazywanych form aktywności widać, że im większe zaangażowanie potrzebne jest do jej realizacji, tym ilość wskazań spadała. Najczęściej wskazywane były aktywności w klubach seniora czy na Uniwersytecie III Wieku, a najczęstsze uczestnictwo w wyborach. Istnieje więc tendencja osób starszych do interesowania się polityką i chęć współdecydowania o wyglądzie sceny politycznej. Wynikiem bardzo istotnym okazuje się trzecie, najczęstsze wskazanie dotyczące pomocy sąsiedzkiej. Z badania jasno wynika, że seniorzy mają silne poczucie więzi sąsiedzkich opartych na wzajemnej wymianie „usług”. Stanowi to potencjał i wskazówkę dla przedstawicieli organizacji pozarządowych oraz instytucji publicznych, działających na rzecz aktywizacji seniorów. To, co istotnie różnicuje aktywność społeczną gdańskich seniorów to przede wszystkim wykształcenie, wiek, sytuacja materialna oraz doświadczenie społeczne związane z działalnością w związkach zawodowych. W ostatnim wniosku warto zwrócić też uwagę na kwestię aktywności seniorów w różnorodnej formie. W ostatnim czasie w dyskursie organizacji pozarządowych pojawia się refleksja na temat seniorów jako osób z roszczeniowym podejściem, które nie chcą angażować się w aktywność na rzecz innych, a tylko korzystać z bezpłatnych zajęć, warsztatów, wyjazdów. Sprzyja temu także sytuacja na „rynku trzeciego sektora”, ponieważ dzięki m.in. funduszom z ministerstwa na rzecz aktywności społecznej seniorów (dwie kolejne edycje ASOS) oferta dla seniorów jest bardzo rozległa: bezpłatne warsztaty, zajęcia, wydarzenia itd. Jednak jak wynika z powyższych badań, jakkolwiek aktywność seniorów wpływa na aktywność społeczną w ogóle. Atrakcyjne warsztaty czy wyjazdy dla seniorów mogą być skuteczną zachętą do dalszego angażowania się seniorów, już nie tylko jako biernych konsumentów, ale także aktywnych kreatorów.

## 2.3. WIZYTY STUDYJNE

Ostatnim elementem przeprowadzonej diagnozy było zrealizowanie 9 wizyt studyjnych w dużych miastach w Polsce takich, jak: Elbląg, Kielce, Suwałki, Warszawa, Poznań, Wrocław, Katowice, Kraków, Lublin. W ramach badania odwiedzono następujące ośrodki, centra, organizacje pozarządowe działające i animujące aktywność społeczną seniorów:

- ▶ Stowarzyszenie Centrum Wolontariatu w Warszawie
- ▶ Stowarzyszenie Centrum Wolontariatu w Lublinie
- ▶ Centrum Wolontariatu w Suwałkach
- ▶ Regionalne Centrum Wolontariatu w Katowicach
- ▶ Regionalne Centrum Wolontariatu w Kielcach
- ▶ Regionalne Centrum Wolontariatu w Elblągu
- ▶ Centrum Seniora we Wrocławiu
- ▶ Regionalne Centrum Wolontariatu w Poznaniu
- ▶ Regionalne Centrum Wolontariatu w Krakowie



Celem wizyt było przeprowadzenie wywiadów z osobami współpracującymi z seniorami, w tym w szczególności pozyskanie informacji na temat kształtu i regionalnych innowacji w prowadzeniu wolontariatu seniorów. Wyniki wywiadów oraz dobre praktyki odzwierciedlają stworzone w projekcie „Gdański Model Wolontariatu Seniorów” standardy.

### **Czy w centrach wolontariatu jest prowadzony dedykowany program dla seniorów ?**

Tylko w 50% odwiedzonych centrach/organizacjach prowadzony jest program dedykowany dla seniorów. Zarządzający uzasadniają to specyfiką, jaka towarzyszy współpracy z osobami 60+ („tu liczy się głównie podejście podmiotowe- rozmowa indywidualna, umiejętność słuchania... a my nie mamy specjalnego pracownika...”). Wszyscy wskazywali podstawową różnicę między wolontariatem seniorów a osób młodszych. Osoby młodsze mają większą zdolność do wpisania się w zaplanowany mechanizm wolontariatu, program. Osoby starsze same tworzą sobie ofertę i jest to długi proces -od uzyskania zaufania do działania. Dwa centra korzystały ze wsparcia programu ASOS, a ich projekty miały na celu badanie potrzeb i wdrożenie nowych narzędzi współpracy z osobami 60+.

### **Uwaga, wchodzi senior. Co robicie jak przychodzi do was osoba 60+ ?**

Większość miejsc traktuje seniora jak zwykłego wolontariusza. Kieruje na stronę internetową, zaprasza na spotkanie informacyjne. Średni czas rozmowy z seniorem o wolontariacie po przekroczeniu progu to kilka minut. Zaczyna się od pytania kierowanego przez seniora: „Co tu u państwa można zrobić, uzyskać?”, potem rozmowa przechodzi w dyplomację: „Można u nas zostać wolontariuszem...” Po krótkiej rozmowie senior wychodzi. Czy wraca po ofertę? Część z centrów/ organizacji ma przygotowaną ścieżkę współpracy z seniorem - specjalne spotkania informacyjne dla grupy 60+, spotkania integracyjne dla seniorów celem aktywizacji do aktywności, pierwsza rozmowa trwa dłużej, mają gotowe oferty specjalnie dla seniorów.

### **Czy wolontariat wśród innych seniorów czy międzypokoleniowy ?**

Analizując wypowiedzi i praktykę pracowników centrów /organizacji wnioskujemy, że są dwie kategorie osób -seniorów. Jedni zgłaszają się do centrów i mają silną potrzebę integracji międzypokoleniowej- są to indywidualiści, którzy szukają ciekawego zajęcia, nie uzależniając go od wieku współpracowników -wręcz zaznaczają, że chcieliby działać w młodym zespole. »



Druga grupa to seniorzy nastawieni na współpracę w wolontariacie z osobami o podobnym wieku . Nie chodzi tu o wolontariat na rzecz seniorów, tylko wolontariat grupowy seniorów na rzecz organizacji/ instytucji. Osoby te rzadko chcą podejmować inicjatywy indywidualnie, wolą w grupie, w parze. Statystyka wolontariuszy w centrach jest na korzyść tych drugich .

### **Od aktywności do wolontariatu.**

Do najważniejszych problemów seniorów można zaliczyć samotność, chorobę, inwalidztwo, życie w ubóstwie, poczucie nieprzydatności. Wszystkie te problemy wskazują na istniejącą marginalizację osób starszych jako zbiorowości, czego przykładem może być stopniowe eliminowanie ich z aktywnego życia zawodowego i społecznego w momencie przekraczania granicy wieku emerytalnego. Starość jest okresem trudnym, człowiek musi zostać do niej odpowiednio przygotowany. Na to, jak jest ten okres przeżywany, mają wpływ różne czynniki zarówno indywidualne, jak i społeczne. Wszystkie centra /organizacje jednym głosem twierdzą, że rozpoczęcie działań społecznych w tym przypadku wolontariatu musi być poprzedzone procesem aktywizacji życiowej. Może być to edukacja , działania kulturalne , szkolenia, warsztaty artystyczne, aktywności sportowe. Na bazie wzrostu samooceny , odwagi życiowej, seniorzy w drugim etapie zaczynają wchodzić w interakcje z otoczeniem nieznanym , nowym – oferty wolontariatu. Co istotne, programy wolontariatu seniorów powinny składać się z komponentu integracyjno-rozrywkowego oraz z komponentu właściwego wolontariatu.

### **Cienka linia. Z perspektywy orła do perspektywy żaby .**

Jak to jest z tą współpracą w praktyce ? Centra mają często do czynienia we współpracy z seniorami z przejściem od partnerstwa wspólnych celów do postawy roszczeniowej. Broniąc interesów każda ze stron próbuje pozycjonować swoją rolę. Senior chce coraz więcej robić , coraz więcej wymagając od swojego partnera- centrum. Centrum pomimo wstępnej ekscytacji , początkowej fazy podmiotowego traktowania seniora chce usamodzielnienia się go w wolontariacie. W każdym z odwiedzonych organizacji miał miejsce taki przypadek. Złota rada to cierpliwość, jasne zasady ,dystans, ale nie ignorancja.

# 3. STANDARDY KOMUNIKACJI I EDUKACJI SENIORÓW

## 3.1. JAK KOMUNIKOWAĆ DO SENIORÓW?

### SENIOR MUSI BYĆ LEPIEJ POINFORMOWANY

Głównym celem Miejskiego Centrum Wolontariatu jest złożenie oferty, możliwie szerokiej grupie seniorów, dotyczącej możliwości zaangażowania się w działania wolontaryjne. Jest on częścią szerszego spojrzenia na rozwój i podejmowania wyzwań przez całe życie. Wymaga od nas dokładnego sprecyzowania zadań, jakie stają przed tymi, którzy chcą poświęcić swój czas dla dobra wspólnego, rozwoju idei czy pomocy świadczonej firmom, instytucjom, organizacjom, administracji oraz osobom fizycznym.

### SPRZYMIERZEŃCY I ŹRÓDŁA WSPARCIA

Naszym sprzymierzeńcem mogą być instytucje i organizacje, które prowadzą działalność na rzecz seniorów lub w swojej ofercie o nich nie zapomniały. Niedocenianymi w tym zakresie są również instytucje religijne, które zbudowały prawdziwą sieć włączającą w zaangażowanie na rzecz rozwijania swoich celów. Wsparcia szukać będziemy zatem w miejscach, w których seniorzy realizują swoje potrzeby. Włączająca otwartość firm, organizacja i grup nieformalnych będzie dla nas doskonałą przestrzenią do realizacji zakładanego przez nas celu możliwie szerokiego dotarcia z ofertą działania wolontaryjnego.

### PROBLEMY ZAMIENIĆ W WYZWANIA

Zbyt łatwo poddajemy się w realizacji społecznych celów. Zniechęcają nas opinie pojawiające się na temat osób angażujących się w nieodpłatne działania. Planując naszą strategię spróbujemy przekuć to w wyznacznik jakościowy rozwoju współczesnego człowieka, który w myśl określonych kompetencji kluczowych uczy się przez całe życie. Jeżeli jednocześnie zaspokajają potrzeby pomocy innym, świetnie się przy tym bawi oraz spędza czas w towarzystwie, nie będąc izolowanym w czterech ścianach mieszkania, to sukces beneficjenta, powinien stać się naszą główną marką.

### JAK DOTRZEMY DO 'ZAJĘTEGO' SENIORA?

Nasz plan zakłada budowę strategii komunikacyjnej wraz z kanałami informacyjnymi i narzędziami, które pozwolą osiągnąć zakładane cele. Działania te różnią się w etapach procesu dotarcia do beneficjenta PROMOCJA – INFORMACJA – REKRUTACJA. Muszą być dobrze przemyślane, spójne i zaplanowane, możliwie zweryfikowane w grupie docelowej.

Schemat komunikowania NADAWCA – KOMUNIKAT – ODBIORCA musi uwzględniać fazy kodowania i dekodowania przekazu, a także wszelkie aspekty wprowadzania szumu informacyjnego, który pojawi w procesie. Dlatego tak ważne jest sprawdzenie, jak komunikat odczytywany jest w grupie docelowej. Informacja zwrotna w fazie planowania i wdrażania będzie kluczowym elementem powodzenia całej kampanii.



W budowaniu strategii komunikacji musimy pamiętać o tym:

- do kogo kierujemy przekaz
- że treść i identyfikacja procesu musi być spójna
- jakie mamy narzędzia i zasoby
- że planowanie pozwoli weryfikować to, co osiągnęliśmy
- że warto poddać projekt ewaluacji przed kolejnym sukcesem.

### **Kto, gdzie, kiedy i dlaczego?**

Miejskie Centrum Wolontariatu posiada oferty dla różnego typu odbiorców. Planując strategię musimy wiedzieć, kto ma być beneficjentem zadania. Pozwoli to na uniknięcie rozczarowania zaangażowanego seniora, jak i pośredniczącego w zleceniu zadania Centrum.

### **Jak dotrzeć do aktywnych seniorów?**

Analizując zakres zadania, możemy rozpocząć badanie rynku seniorów. Gdzie ich znajdziemy? Dość prosta sytuacja dotyczy tych, którzy zrobili krok naprzód i wyszli z domu. W tym celu należy dotrzeć do:

- ▶ Listy klubów seniora w twojej gminie
- ▶ Wykazu organizacji NGO senioralnych i działających na rzecz seniora (wykaz organizacji w danej gminie).
- ▶ Oferty parafii i instytucji religijnych (koła pomocy i wsparcia, strony www parafii, gazetki parafialne).
- ▶ Ośrodków zdrowia
- ▶ Bibliotek i saloników prasowych
- ▶ Kół i klubów przy spółdzielniach mieszkaniowych i domach kultury.
- ▶ Domów sąsiedzkich
- ▶ Uniwersytetów III Wieku i ośrodków szkolących seniorów np. wykluczenie cyfrowe.
- ▶ Klubów sportowych, fitness, kawiarni i dancinów mających specjalne oferty z myślą o seniorach.
- ▶ Sklepów i punktów oferujących rabaty dla seniorów.
- ▶ Rad dzielnic i osiedli, w których aktywnie działają seniorzy.
- ▶ Nie zapominać o Internecie, choć przekonują nas, że seniorzy wolą kontakty offline, to w sieci jest bardzo dużo ciekawych profili, blogów, których autorami lub stałymi bywalcami są seniorzy.
- ▶ Co pominęliśmy?.....



### Jak dotrzeć do nieaktywnych seniorów?

Trudniejsza sytuacja dotyczy osób, które nie wychodzą poza obręb czterech ścian. Zakładając, że spowodowane jest to tylko brakiem dotarcia z odpowiednią ofertą, a nie przyjętym stylem życia, warto pokusić się o badanie, gdzie spotkamy najszersze środowiska seniorów w swojej gminie, by później dopasować do tego kanał informacyjny.

Sprawdź:

- ▶ Sytuację demograficzną osiedli w twojej gminie. Gdzie mieszka najwięcej seniorów? (najstarsze osiedla, najtańsze osiedla, ścisłe centrum, 'zielone osiedla', analizy gmin co do struktury wieku).

Prowadzone badanie pozwoli wyodrębnić grupy docelowe. Np. mieszkaniowe spółdzielnie nauczycielskie, osoby aktywne fizycznie, osoby dbające o samorozwój, a także ze względu na strukturę wieku, itp.

### WIEMY GDZIE SĄ, JAK ZDOBYĆ ICH ZAUFANIE?

Wielokrotnie w mediach słyszymy o próbach wykorzystania seniorów przez nieuczciwych ludzi, organizacje i firmy. Mając na uwadze transparentność naszego działania i potrzebę zbudowania silnej więzi z marką i działaniem, musimy dotrzeć do liderów grup seniorów lub zdobyć dla naszej akcji osobę, która stanie się jej twarzą i jest akceptowana przez seniorów.

### REKOMENDACJA

Sugeruje się ukierunkowanie działań na wyszukiwanie potencjalnych uczestników wśród seniorów zagrożonych tzw. śmiercią społeczną czyli zawieszenia i rozmycia się więzi społecznych. Przyjmuje się, że właśnie w takim celu powstała idea aktywnej starości.

### REKOMENDACJA

Jako narzędzia rekrutacyjne stosować formuły spotkań towarzyskich. Seniorzy wykazują większe zainteresowanie rekreacyjnymi formami spędzania czasu, aniżeli tematycznymi warsztatami.

### NARZĘDZIA I ZASOBY

Liczyć siły na zamiary to podstawowa zasada prowadzenia biznesu. W przypadku budowania naszej strategii pewnie większą wagę położymy na osobiste zaangażowanie, innowacyjność i pomysłowość niż na duże fundusze. Koncepcja musi zatem opierać się na przejrzystości i odwoływaniu się bezpośrednio do potrzeb beneficjenta oraz trafiać celnie do grupy docelowej.

### REKOMENDACJA

Położenie akcentu w stosowanych strategiach komunikowania na tradycyjne formy, oparte przede wszystkim na komunikacji bezpośredniej.

## Jakie kanały są w naszym konkretnym przypadku dostępne?

### Partnerzy i miejsca:

- ▶ Gmina – w każdej gminie działa osoba, która wspiera działania na rzecz seniorów. Standardem są też różnorakie rady konsultacyjne.
- ▶ Domy Seniorów, instytucje wsparcia, ośrodki pomocy społecznej
- ▶ Biblioteki publiczne – seniorzy chętnie czytają drukowane książki.
- ▶ Szkoły – bardzo często pomijany niesłusznie kanał dotarcia do seniorów. Seniorzy często są częstszymi gośćmi w szkołach niż zapracowani rodzice dzieci. Chętnie też uczestniczą w zajęciach, które organizowane są na terenie szkół.
- ▶ Wspólnoty mieszkaniowe i spółdzielnie to doskonałe kanały informacyjne.
- ▶ Kościoły dysponują zarówno miejscem do wywieszenia informacji, jak i sprawdzonym od stuleci przekazem ‘ogłoszeń parafialnych’.
- ▶ Przychodnie zdrowia. Seniorzy dbają o swoje zdrowie i często odwiedzają przychodnie czy specjalistyczne placówki szpitalne.
- ▶ Oddziały pocztowe różnych operatorów, lokalne sklepiki to miejsca w które prędzej czy później trafi każdy mieszkaniec.
- ▶ Miejsca publiczne np. przystanki i place, musimy pamiętać, że są świetnym miejscem informacyjnym, jednak wymagają zgody na umieszczenie naszych materiałów.

### Media:

- ▶ Telewizja – planując kampanię trzeba pamiętać o wysokich kosztach przygotowania materiałów i ich emisji. Łatwiej zainteresować konkretnym wydarzeniem, które przekażą dalej reporterzy stacji. Ciekawym rozwiązaniem na mniejszą skalę są telewizje kablowe i osiedlowe.
- ▶ Radio – warto zaprzyjaźnić się z redaktorami prowadzącymi programy interwencyjne i przygotowującymi reportaże. O wiele taniej przygotować spot radiowy i zapłacić za jego emisję.
- ▶ Gazety codzienne płatne – powierzchnie reklamowe to nadal droga inwestycja. Można jednak zdobyć je organizując wydarzenie pod patronatem lokalnego modułu gazety (podobnie, choć trudniej z wyżej przywołanymi kanałami).
- ▶ Gazetki osiedlowe, parafialne, szkolne – to najprostsze w dotarciu z materiałami nośniki. Często redaktorzy sami wyszukują tematy i proponują tematy, gdyż nie posiadają dużych redakcji i opłacanych współpracowników. Efektem jednak są dobrze poinformowani, mieszkający na danym obszarze mieszkańcy.
- ▶ Organy gminy – strona internetowa, miejska gazeta, profil internetowy, biuletyny – to doskonałe kanały dotarcia do osób, które interesują się swoim miastem i komentują zachodzące w nim zmiany.
- ▶ Gazetki aptek, firm, materiały sponsorów – to dobre, wysokonakładowe materiały. Problem w tym, że polityka sprzedażowa nie musi do końca odpowiadać profilowi naszej działalności.
- ▶ Profil społecznościowy, blog, strona internetowa. Seniorzy coraz częściej korzystają z nośników online.
- ▶ O czym zapomnieliśmy?.....

### REKOMENDACJA

W projektach ukierunkowanych na aktywizację społeczną seniorów powinno się realizować kampanie informacyjne w lokalnej prasie, radiu i telewizji.

## 3.2. JAK EDUKOWAĆ SENIORÓW?

Niezwykle istotnym wnioskiem z przeprowadzonych badań była zdiagnozowana potrzeba edukowania seniorów z zakresu aktywności wolontariackiej i aktywności prospołecznej w ogóle. Jak wynika z badań, mało seniorów identyfikuje siebie jako wolontariusza czy siebie jako kreatora, współtwórcę oddolnych inicjatyw. Nie mniej jednak 42,8% gdańskich seniorów deklaruje, że w przeciągu ostatnich 6 miesięcy pomagało nieodpłatnie swoim sąsiadom. Taki wynik wskazuje, że seniorzy nie potrafią odnaleźć się w nowej nomenklaturze zjawisk prospołecznych, ale nie znaczy to, że takich działań nie podejmują. W związku z tym należy przy współpracy i moderowaniu aktywności prospołecznej seniorów mieć na uwadze element edukacyjny dający niezbędne kompetencje i narzędzia do poznawania i pogłębiania możliwości aktywności, czy to społecznych czy prospołecznych.

W ramach działań edukacyjnych nie można zapomnieć także o korzystających ze świadczeń wolontariuszy – seniorów, którzy także deklarują w ramach przeprowadzonych badań potrzeby kształcenia ze współpracy z wolontariuszem, a także wolontariuszem – seniorem.

### 3.2.1. JAK EDUKOWAĆ SENIORÓW Z ZAKRESU WOLONTARIATU I INICJATYW SENIORALNYCH?

Szkolenie dla wolontariuszy seniorów 60+ pt. „Aktywizacja osób 60+ w zakresie wolontariatu” oraz szkolenie dla seniorów liderów pt. „Podniesienie kompetencji, dostarczenie narzędzi aktywnym seniorom, seniorkom, w celu aktywizacji przez nich innych seniorów”

- 1) Promocja szkolenia  
Ogłoszenie powinno zawierać: opis warsztatu, tytuł, cele, zakres tematyczny, wymiar czasowy, grupę odbiorców, miejsce i termin oraz dane kontaktowe organizatora.  
Informacja o warsztacie powinna być zamieszczana minimum na dwa tygodnie przed planowanym warsztatem. Kanały komunikacji (patrz rozdz. 3.1.)
- 2) Rekrutacja  
Osoby zainteresowane warsztatem są zobowiązane do powiadomienia organizacji o chęci uczestnictwa telefonicznie lub osobiście. Ważne, aby nie stosować formularzy zgłoszeniowych ani innych sformalizowanych metod rekrutacji.
- 3) Przeprowadzenie szkolenia  
Zaplecze techniczne szkoleń – sala na szkolenie powinna przede wszystkim mieć możliwość otworzenia okna, powinna być jasna, a praca powinna odbywać się przy stole (stołach). Czas trwania szkolenia: 8-16 godzin szkoleniowych, rekomenduje się dostosowanie czasu trwania szkolenia do potrzeb uczestników.

#### REKOMENDACJA

Zróżnicowanie oferty szkoleniowej poprzez wprowadzenie różnych stopni zaawansowania.  
W obrębie oferty szkoleniowej dla seniorów należy uwzględnić częściowe nasycenie kompetencjami.

**Program szkolenia „Aktywizacja osób 60+ w zakresie wolontariatu” obejmuje:**

1. terminologię wolontariatu,
2. historię wolontariatu,
3. aspekty prawne wolontariatu w Polsce,
4. rodzaje działań wolontariackich,
5. podstawowe informacje o NGO,
6. zjawisko stereotypizacji,
7. komunikację interpersonalną.

#### REKOMENDACJA

Sugeruje się wprowadzenie do standardu wolontariatu osób starszych, przygotowania do pracy „z ludźmi”.

**Program szkolenia „Podniesienie kompetencji, dostarczenie narzędzi aktywnym seniorom, seniorkom w celu aktywizacji przez nich innych seniorów” obejmuje:**

1. terminologię wolontariatu, rodzaje wolontariatu,
2. podstawowe informacje o NGO,
3. tworzenie indywidualnego programu dla wolontariuszy,
4. rekrutacja wolontariuszy,
5. komunikacja z wolontariuszami,
6. prawne aspekty wolontariatu w Polsce, zadania koordynatora względem wolontariuszy,
7. stereotypy związane z osobami starszymi,
8. strukturę pisania małych grantów,
9. pozyskiwanie informacji dotyczących pozyskiwania grantów senioralnych

### 3.2.2. JAK EDUKOWAĆ ORGANIZACJE POZARZĄDOWE I INSTYTUCJE PUBLICZNE Z ZAKRESU WOLONTARIATU I INICJATYW SENIORALNYCH?

Niezbędne jest prowadzenie działań edukacyjnych dla samych organizatorów wolontariatu senioralnego, który kompleksowo przygotowuje organizacje pozarządowe oraz instytucje samorządowe do długofalowej współpracy z seniorami.

#### REKOMENDACJA

Organizowanie szkoleń dla grup seniorskich wprowadzających w sferę działań publicznych, zasad finansowania i ubiegania się o granty oraz uwarunkowań prawno-instytucjonalnych.

- 1) Promocja szkolenia  
Ogłoszenie o szkoleniu powinno zawierać: opis: tytuł, cele, wymiar czasowy, grupę odbiorców, program, miejsce i termin szkolenia oraz dane organizatora. Informacja o szkoleniu powinna być zamieszczana minimum na dwa tygodnie przed planowanym szkoleniem. Zalecane jest, aby ogłoszenie o konkursie szło między innymi takimi kanałami, jak: listy mailingowe organizacji prowadzącej szkolenie, umieszczenie ogłoszenia na stronie www. ngo.pl, na stronie organizatorów szkolenia, portalach społecznościach.

- 2) Rekrutacja  
Osoby zainteresowane warsztatem są zobowiązane do dostarczenia deklaracji uczestnictwa za pomocą formularza rekrutacyjnego minimum 5 dni przed szkoleniem.
- 3) Przeprowadzenie szkolenia  
Czas trwania szkolenia: 8- 16 godzin szkoleniowych.

## REKOMENDACJA

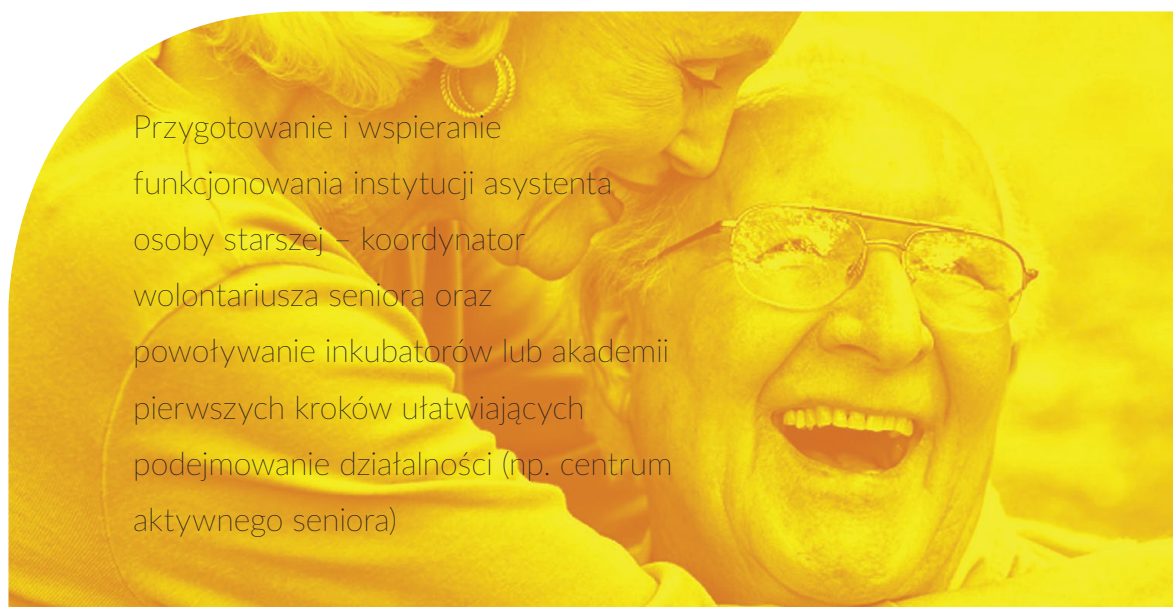
**Uruchomienie w instytucjach publicznych programu szkoleń z zakresu efektywnego pozyskiwania klienta seniorskiego poprzez stosowanie aktywnych form docierania i motywowania osób starszych.**

### **Program szkolenia „Aktywizacja i przygotowanie organizacji do współpracy z wolontariuszem 60+”:**

1. terminologię wolontariatu, rodzaje wolontariatu,
2. tworzenie indywidualnego programu dla wolontariuszy,
3. rekrutacja wolontariuszy, prowadzenie rozmów kwalifikacyjnych z wolontariuszami,
4. wzajemny kontrakt oczekiwań, porozumienie o współpracy między korzystającym, a wolontariuszem,
5. komunikacja z wolontariuszami,
6. sposoby nagradzania wolontariuszy, rozwiązywanie sytuacji problemowych,
7. prawne aspekty wolontariatu w Polsce, zadania koordynatora względem wolontariuszy,
8. stereotypy związane z osobami starszymi.

## REKOMENDACJA

**Szkolenie pracowników i wolontariuszy, instytucji i organizacji do kontaktów i współpracy z osobami starszymi oraz z zakresu radzenia sobie z różnicami międzypokoleniowymi.**



Przygotowanie i wspieranie funkcjonowania instytucji asystenta osoby starszej – koordynator wolontariusza seniora oraz powoływanie inkubatorów lub akademii pierwszych kroków ułatwiających podejmowanie działalności (np. centrum aktywnego seniora)

Szczegółowy standard szkoleń wraz z załącznikami dostępny na [www.kiwi.org.pl](http://www.kiwi.org.pl)

## 4. JAK WSPÓŁPRACOWAĆ Z SENIORAMI?

W ramach tej części publikacji odpowiemy na pytania, jak powinna przebiegać modelowa współpraca organizacji (w tym miejskich centrów wolontariatu) i instytucji publicznych z osobami starszymi w zakresie wolontariatu i wdrażania inicjatyw senioralnych.

### **Pamiętaj, że:**

Dla osób starszych to co robią, to „po prostu pomaganie sąsiadom”, nie wolontariat.

### **4.1. WOŁONTARIAT SENIORÓW W ORGANIZACJACH POZARZĄDOWYCH I INSTYTUCJACH** *(niezbędny przewodnik dla organizacji pozarządowych i instytucji publicznych korzystających lub chcących bezpośrednio korzystać z działań wolontarystycznych seniorów)*

Działania na rzecz wolontariatu seniorów w organizacjach i instytucjach ze względu na swą specyfikę powinny być przeprowadzane w sposób przemyślany, zorganizowany i systematyczny.

W tym celu powinien zostać wyznaczony koordynator wolontariatu w organizacji lub instytucji (osoba posiadająca wiedzę na temat wolontariatu) odpowiedzialny za:

- ▶ stworzenie profilu wolontariusza seniora w organizacji lub instytucji,
- ▶ stworzenie oferty wolontariackiej,
- ▶ wypracowanie metod i kanałów skutecznej promocji owej oferty,
- ▶ rekrutację wolontariuszy seniorów,
- ▶ wdrożenie wolontariusza w działania organizacji lub instytucji,
- ▶ przeszkolenie,
- ▶ motywowanie,
- ▶ zarządzanie.

#### **PROFIL WOŁONTARIUSZA SENIORA W ORGANIZACJI LUB INSTYTUCJI**

Chcąc rozpocząć współpracę z wolontariuszami seniorami należy na początku stworzyć profil pożądanego wolontariusza w danej organizacji lub instytucji oraz zastanowić się:

- ▶ do czego wolontariusz będzie potrzebny,
- ▶ jakie umiejętności i cechy powinien posiadać,
- ▶ kiedy powinien być dyspozycyjny (warto pamiętać o tym, że seniorzy prowadzą inny rytm dnia aniżeli np. osoby pracujące zawodowo, dlatego czas działań wolontariackich powinien być dostosowany do ich rytmu dnia).

Po przeanalizowaniu powyższych informacji i stworzeniu profilu kandydata na wolontariusza kolejnym krokiem jest stworzenie oferty wolontariackiej.



## OFERTA WOLONTARIACKA

Przygotowując listę elementów koniecznych do uwzględnienia przy tworzeniu oferty wolontariackiej, należy przede wszystkim wziąć pod uwagę różnorodność postaw, jakie prezentują osoby starsze wobec działalności wolontariackiej, bariery wynikające ze stanu zdrowia i ogólnej mobilności oraz motywacje, jakie kierują do tego typu działalności.

Mając na uwadze powyższe czynniki warto pamiętać również o tym, że treść i forma oferty dostosowana powinna być do możliwości odbiorców.

Oferta wolontariacka skierowana do seniorów powinna być także zróżnicowana pod względem czasu trwania. Bazując na wymienionych powyżej czynnikach nie można zapomnieć o tym, że ze względu na stan zdrowia i wydajność seniorzy stosunkowo rzadko chcą się angażować w oferty długotrwałe, bojąc się długotrwałych zobowiązań.

Oferta wolontariacka dla seniora powinna być przejrzysta, a jej treść wyczerpująca, aczkolwiek stosunkowo krótka, aby nie zniechęcić potencjalnych zainteresowanych do jej przeczytania), a także usystematyzowana.

Oferta powinna składać się z następujących części:

- ▶ krótka informacja na temat tego, czego dotyczy oferta,
- ▶ opis zadań dla wolontariusza,
- ▶ wymagania, jakie musi spełniać wolontariusz,
- ▶ opis korzyści dla wolontariusza (co oferujemy),
- ▶ miejsce wykonywania działań wolontarystycznych,
- ▶ czas (data i godzina).

### REKOMENDACJA

Oferta skierowana do osób starszych powinna być dopasowana do kondycji osób starszych, kompetencji komunikacyjnych oraz możliwości przemieszczania się w przestrzeni miasta.

### REKOMENDACJA

Projektowane działania wolontariackie mają umożliwić angażowanie się „z doskoku, na chwilę”, jak i te długotrwałe, związane z rozbudzeniem nierozpoznanego potencjału wolontariuszy.

## METODY I KANAŁY PROMOCJI OFERTY WOLONTARIACKIEJ

Biorąc pod uwagę specyfikę grup senioralnych, dla których korzystanie z komputera oraz internetu niejednokrotnie jest barierą nie do pokonania, należy położyć nacisk na takie formy komunikacji, które będą przystępne dla osób starszych; należą do nich przede wszystkim:

- ▶ komunikacja bezpośrednia,
- ▶ tzw. „poczta pantoflowa”,
- ▶ zaproszenia indywidualne,
- ▶ kontakty środowiskowe,
- ▶ materiały drukowane: ulotki, broszury, plakaty,
- ▶ kampanie informacyjne w prasie, radiu i telewizji.

Szersze informacje patrz rozdział 3.1.

## REKRUTACJA

Proces rekrutacji wolontariuszy seniorów powinien być uproszczony, jak najmniej sformalizowany i instytucjonalizowany. Uwzględniając wymienioną powyżej barierę, jaką może stanowić brak umiejętności korzystania z komputera i internetu, należy pamiętać, aby zapewnić inne możliwości zgłaszania się.

Aktywna rekrutacja wolontariuszy seniorów powinna składać się z dwóch części poprzez:

- ▶ kontakt telefoniczny w celu umówienia się na rozmowę indywidualną,
- ▶ spotkanie indywidualne, na którym przedstawiona zostanie oferta.

## WDROŻENIE WOLONTARIUSZA W DZIAŁALNOŚĆ ORGANIZACJI/INSTYTUCJI

Wdrożenie wolontariusza w działalność, czy to organizacji czy to instytucji, powinno się zacząć od przeszkolenia pracowników placówki z dziedziny wolontariatu. Każda osoba, z którą przyszedł wolontariusz będzie miał w danej organizacji lub instytucji styczność, powinna zostać poinformowana o jego obecności, zakresie działania oraz korzyściach związanych z pracą wolontariusza w danej placówce.

Wolontariusz powinien zostać poinformowany o specyfice działalności organizacji lub instytucji, zapoznany z miejscem swojej działalności wolontariackiej oraz z osobami, z którymi będzie współpracował. Konieczne jest również poinformowanie wolontariusza o jego prawach i obowiązkach wynikających zarówno z Ustawy o Pożytku Publicznym, jak i o Wolontariacie, a także statutu organizacji/instytucji, w ramach, której wykonywał będzie świadczenia wolontariackie.

## SZKOLENIA

Każdy wolontariusz przed rozpoczęciem wolontariatu powinien przejść szkolenie stanowiskowe. Aby wzmocnić potencjał wolontariuszy seniorów należy też wprowadzić cykl szkoleń wzmacniających ich wiedzę tak, aby czuli się komfortowo w konkretnej dziedzinie, a tym samym czuli się zmotywowani do wolontariatu w danej organizacji/instytucji.

Szerzej o przygotowaniu seniorów do wolontariatu patrz rozdział 2.2.

## MOTYWOWANIE

Motywowanie wolontariuszy seniorów powinno się skupić przede wszystkim na zaspokojeniu potrzeby uczucia „bycia potrzebnym” oraz zaspokojeniu potrzeby czynnego udziału w życiu społecznym. Warto, zatem pamiętać, że satysfakcja z możliwości dzielenia się swoją wiedzą, doświadczeniem lub/i pasją sama w sobie jest już czynnikiem motywującym seniorów, dlatego też należy dać możliwość dalszego rozwoju.

## REKOMENDACJA

Ukierunkowanie działań wspierających podnoszących poczucie sprawstwa wśród osób starszych.

Ponadto wolontariat seniorów powinien być dla osób starszych szansą na spotkanie i spędzanie czasu w gronie osób posiadających podobne zainteresowania – bez względu na wiek, co daje możliwość szerokiej wymiany i współpracy międzypokoleniowej.

## ZARZĄDZANIE

Zarządzanie koordynatora wolontariatu powinno się skupiać na wyznaczaniu i delegowaniu zadań wolontariuszom seniorom, monitorowaniu przebiegu wolontariatu, reagowaniu w sytuacjach „trudnych” oraz służeniu pomocą.

## 4.2. WOLONTARIAT SENIORALNY DLA MIEJSKIEGO CENTRUM WOLONTARIATU *(dla organizacji pozarządowych lub instytucji publicznych pełniących rolę miejskiego centrum wolontariatu – pośrednika aktywności wolontariackiej)*

Centrum Wolontariatu jako organizacja profesjonalnie zajmująca się wolontariatem, w ramach swojej działalności powinna wyodrębnić dziedzinę, jaką jest wolontariat seniorów.

Ze względu na specyfikę grupy, narzędzia i metody współpracy z seniorami powinny być dostosowane do ich potrzeb i możliwości.

Proces współpracy z wolontariuszami seniorami powinien składać się z następujących elementów:

- ▶ selekcja i dobór ofert pod kątem grupy odbiorców,
- ▶ promocja wolontariatu w kręgach senioralnych,
- ▶ organizacja spotkań informacyjnych dotyczących wolontariatu skierowanych wyłącznie do osób starszych,
- ▶ świadczenie doradztwa w zakresie zagadnień związanych z wolontariatem oraz ofert wolontariackich,
- ▶ wspomaganie procesu rekrutacji w organizacjach lub instytucjach współpracujących,
- ▶ doradztwo i monitoring.

### **SELEKCJA I DOBÓR OFERT POD KĄTEM GRUPY ODBIORCÓW - SENIORÓW**

Prowadząc selekcję i dobór ofert pod kątem grupy odbiorców, jaką są seniorzy należy uwzględnić:

- ▶ różnorodność postaw, jakie prezentują osoby starsze wobec działalności wolontariackiej,
- ▶ bariery wynikające ze stanu zdrowia i ogólnej mobilności,
- ▶ rytm dnia osoby starszej,
- ▶ motywacje decydujące o podejmowaniu tego typu działalności.

Szczególnym elementem, o którym należy pamiętać jest konieczność zróżnicowania oferty wolontariackiej dla seniorów pod względem czasu trwania działania. Należy wziąć pod uwagę fakt, że ze względu np. na stan zdrowia seniorzy dość rzadko chcą podejmować się długotrwałych zobowiązań.

Treść oferty wolontariackiej dla seniora powinna być przejrzysta i wyczerpująca, jednakże stosunkowo krótka, tak, aby nie zniechęcić potencjalnych zainteresowanych do jej przeczytania.

Seniorzy odwiedzający Centrum Wolontariatu powinni mieć łatwy i bezpośredni dostęp do ofert, co oznacza:

- możliwość bezpośredniej konsultacji z pracownikiem Centrum i uzyskania oczekiwanych informacji,
- możliwość indywidualnego zapoznania się z ofertami poprzez skorzystanie z informacji zamieszczonych np. na osobnych przeznaczonych do tego celu tablicach ogłoszeniowych, oddzielnych segregatorach zawierających oferty wyłącznie adresowane do seniorów,
- możliwość zabrania ze sobą oferty w formie drukowanej.

### **PROMOCJA WOLONTARIATU W KRĘGACH SENIORALNYCH**

Promocja wolontariatu jako takiego oraz ofert wolontariackich powinna odbywać się za pośrednictwem form komunikowania dostępnych seniorom.

Wykorzystanie nowoczesnych nośników i promocja internetowa są niezbędne, jednakże uwzględniając ich niską popularność wśród osób starszych, należy ograniczyć ich wykorzystanie do minimum. W działaniach komunikacyjnych i informacyjnych obejmujących osoby starsze nacisk należy położyć na promocję bezpośrednią, taką jak np. wizyty promocyjne w klubach seniorach, związkach i stowarzyszeniach kombatanckich i innych organizacjach zrzeszających seniorów. Wskazaniem jest wykorzystanie istniejących kanałów komunikacyjnych np.:

- ▶ ogłoszeniach i gazetkach parafialnych,
- ▶ promocji za pośrednictwem spółdzielni lub wspólnot mieszkaniowych: podczas spotkań grup członkowskich, zamieszczaniu ogłoszeń na klatkach schodowych, itp.
- ▶ ulotkach, broszurach, plakatach wydawanych cyklicznie lub okazjonalnie, dedykowanych seniorom.

## **ORGANIZACJA SZKOLEŃ DOTYCZĄCYCH WOLONTARIATU SKIEROWANYCH WYŁĄCZNIE DO OSÓB STARSZYCH**

Istotnym elementem w procesie zwiększenia udziału seniorów w działalności wolontariackiej jest organizacja szkoleń skierowanych do tej konkretnej grupy.

Szkolenia mogą odbywać się zarówno w Centrum Wolontariatu, jak i przede wszystkim w okolicach miejsca zamieszkania seniorów, np. w salkach katechetycznych, dzielnicowych domach kultury, w siedzibach lokalnych stowarzyszeń, fundacji, klubów seniora, itp.

Szczegółowy zakres szkoleń patrz rozdział 3.2.

## **ŚWIADCZENIE DORADZTWA DLA SENIORÓW W ZAKRESIE ZAGADNIEŃ ZWIĄZANYCH Z WOLONTARIATEM ORAZ OFERT WOLONTARIACKICH**

Punkt informacji wolontaryjnej dla seniorów powinien zostać uruchomiony w ramach działalności Centrum Wolontariatu. Godziny otwarcia powinny być jasno określone tak, aby każdy odwiedzający to miejsce senior mógł uzyskać konkretną i rzetelną informację. Doradztwo w dziedzinie wolontariatu i ofert świadczyć powinien pracownik Centrum Wolontariatu posiadający zarówno wiedzę z zakresu wolontariatu, jak i doświadczenie w pracy z seniorami.

## **WSPOMAGANIE PROCESU REKRUTACJI W ORGANIZACJACH I INSTYTUCJACH WSPÓŁPRACUJĄCYCH**

Centrum Wolontariatu w ramach swej działalności wspiera proces rekrutacji u organizatorów wolontariatu poprzez:

- ▶ prowadzenie bazy ofert skierowanych do seniorów (patrz: selekcja i dobór ofert pod kątem grupy odbiorców - seniorów),
- ▶ prowadzenie wstępnych rozmów z kandydatami na wolontariuszy (wolontariusz senior powinien być zaproszony na rozmowę do Centrum Wolontariatu w godzinach swojej dyspozycyjności, rozmowa przeprowadzona powinna być przez osobę prowadzącą punkt informacji wolontarystycznej dla seniorów i posiadać konkretne informacje o ofercie, którą dana osoba jest zainteresowana),
- ▶ umawianie spotkań rekrutacyjnych z organizatorem wolontariatu (wskazane jest, aby rozmowy rekrutacyjne z organizatorem odbywały się w siedzibie organizatora przy jednoczesnym uczestnictwie wspomnianego wcześniej pracownika Centrum Wolontariatu).

## DORADZTWO I MONITORING

### Doradztwo

W zakresie obowiązków Centrum Wolontariatu należeć powinno doradztwo dla tzw. organizatorów wolontariatu tj. organizacji i instytucji zgłaszających swoje zapotrzebowanie na wolontariuszy.

Doradztwo powinno obejmować:

- ▶ zakres pozyskiwania i koordynacji wolontariuszy seniorów,
- ▶ zakres praw i obowiązków wolontariusza,
- ▶ dokumentację związaną z angażowaniem wolontariuszy (porozumienie wolontariackie, ubezpieczenie, karta czasu pracy wolontariusza itd.),
- ▶ kwestie prawne związane z wolontariatem w nawiązaniu do Ustawy o Pożytku Publicznym i Wolontariacie.

Doradztwo dla organizacji i instytucji prowadzone powinno być w ramach działalności Centrum Wolontariatu i dostępne w godzinach otwarcia biura.

### Monitoring

Monitoring przeprowadzany przez Centrum Wolontariatu u organizatorów wolontariatu powinien obejmować:

- ▶ sprawdzanie dokumentacji związanej z angażowaniem wolontariuszy seniorów (porozumienia wolontariackie, ubezpieczenia itp.)
- ▶ sprawdzanie poziomu zadowolenia z wolontariatu zarówno wśród seniorów, jak i organizacji i instytucji.

## 4.3. WDRAŻANIE FUNDUSZU INICJATYW SENIORALNYCH

Wyniki badań wskazują, że seniorzy najwięcej czasu spędzają na terenie swojego miejsca zamieszkania. Dodatkowo są na swoich dzielnicach aktywni, szczególnie w rozumieniu tzw. pomocy sąsiedzkiej - aż 42,8% gdańskich seniorów w przeciągu ostatnich 6 miesięcy pomagało swoim sąsiadom. W związku z tym jedną z najlepszych formuł wykorzystania ich potencjału jest wdrożenie stałego funduszu inicjatyw senioralny, który zakładałby realizację inicjatywy przez lidera – seniora, który do realizacji swoich działań zachęca innych seniorów. Inicjatywy muszą mieć charakter oddolny, wynikają z realnych potrzeb seniorów, a przy tym angażują innych seniorów w ramach tzw. pomocy sąsiedzkiej, rówieśniczej.

### REKOMENDACJA

Projektując działania aktywizacyjne na rzecz seniorów trzeba uwzględnić ich lokalny charakter. Potwierdza to fakt, że seniorzy najwięcej czasu spędzają w dzielnicy i miejscu swojego zamieszkania (53,3%).

### REKOMENDACJA

Budując zaangażowanie wolontariackie seniorów należy uwzględnić aspekt lokalny oparty na więziach sąsiedzkich. Jak wynika z badania, aż 42,8% gdańskich seniorów w przeciągu ostatnich 6 miesięcy pomagało swoim sąsiadom.



Organizując Fundusz Inicjatyw Senioralnych, tworząc narzędzia i metody współpracy, należy mieć na uwadze specyfikę grupy z którą pracujemy, dostosowując je do potrzeb i możliwości seniorów. Proces wdrażania Funduszu Inicjatyw Senioralnych powinien składać się z następujących elementów:

- ▶ promocja funduszu w kręgach senioralnych
- ▶ organizacja szkoleń dotyczących funduszu inicjatyw senioralnych skierowana wyłącznie do osób starszych
- ▶ opracowanie dokumentacji konkursowej wraz z regulaminem i metodą wyboru inicjatyw
- ▶ świadczenie doradztwa w zakresie zagadnień związanych z przygotowaniem i realizacją inicjatyw oraz monitoring.

### **PROMOCJA FUNDUSZU INICJATYW SENIORALNYCH**

Promocja funduszu powinna odbywać się za pośrednictwem form komunikowania dostępnych seniorom. Wykorzystanie nowoczesnych nośników i promocja internetowa są niezbędne, jednakże uwzględniając ich niską popularność wśród osób starszych, należy ograniczyć ich wykorzystanie do minimum. W działaniach komunikacyjnych i informacyjnych obejmujących osoby starsze nacisk należy położyć na promocję bezpośrednią.

Szersze informacje patrz rozdział 3.1.

### **ORGANIZACJA SZKOLENIA DOTYCZĄCEGO REALIZACJI INICJATYW SENIORALNYCH**

W ramach szkoleń przygotowujących do składania wniosków na inicjatywy należy uwzględnić podstawowe dwa aspekty:

- formalna wiedza o tym, czym jest fundusz, jakie są jego zasady, jakie można składać wnioski, jak się je rozlicza itd.
- wiedza dotycząca angażowania innych seniorów w działania i inicjatywy seniorskie.

Szersze informacje patrz 3.2.

### **FORMALNE PRZYGOTOWANIE FUNDUSZU INICJATYW SENIORALNYCH**

W ramach opracowanych dokumentów do wdrażania funduszu inicjatyw senioralnych powinny znaleźć się:

- instrukcja funduszu
- regulamin funduszu
- podanie o dofinansowanie inicjatywy
- sprawozdanie z realizacji inicjatywy
- karta oceny
- oświadczenie lidera



Wszystkie te dokumenty powinny być dostępne zarówno w formie papierowej, jak i elektronicznej. Zgłaszanie projektów o dofinansowanie powinno dopuszczać zgłaszanie pomysłów przez wypełniony komputerowo wniosek (podpisany odręcznie) lub wypełniony pisemnie. W siedzibie realizatora funduszu powinna znajdować się osoba, która w trakcie przeprowadzania i wdrażania funduszu będzie pomagała przy wypełnianiu wniosków. Wszystkie te dokumenty powinny być proste, jasne i czytelne. Ponadto należy zwrócić uwagę, że są one uproszczone tak, aby uniknąć niezbędnych formalności i nie zniechęcać seniorów do korzystania z funduszu.

## REKOMENDACJA

Rozwiązania wdrażane w ramach współpracy i aktywizacji społecznej seniorów powinny być oparte o zasadę minimalnej formalizacji i instytucjonalizacji.

## DORADZTWO I MONITORING FUNDUSZU

### Doradztwo

W zakresie obowiązków podmiotu wdrażającego fundusz powinno leżeć doradztwo dla tzw. liderów inicjatyw.

Doradztwo powinno obejmować:

- ▶ zakres pozyskiwania środków na realizację inicjatywy senioralnej
- ▶ pomoc w wypełnianiu i rozliczaniu wniosków
- ▶ pomoc w poszerzaniu zakresu inicjatywy np. poprzez pozyskiwanie partnerów, wsparcia rzeczowego, technicznego

Doradztwo dla liderów senioralnych powinno być w ramach działalności operatora funduszu i dostępne w godzinach otwarcia biura.

### Monitoring

Monitoring przeprowadzany przez operatora funduszu powinien obejmować:

- ▶ sprawdzenie realizacji inicjatywy
- ▶ sprawdzenie i przechowywanie sprawozdań z realizacji inicjatyw

## 5. GDAŃSKIE DOBRE PRAKTYKI

### 5.1. WOLONTARIAT SENIORÓW

Wolontariat seniorów to nic innego jak bezpłatne dobrowolne i świadome działanie na rzecz innych. Zgodnie z tą definicją postanowiono zaangażować społeczność seniorską do aktywności na rzecz innych zapośredniczoną przez gdańskie organizacje pozarządowe. Do współpracy zaprosiliśmy więc 10 gdańskich organizacji pozarządowych –OPERATORÓW WOLONTARIATU SENIORALNEGO - działających w różnorodnych obszarach tj. kultura, sztuka, pomoc społeczna, ekologia, społeczność lokalna. W każdej organizacji działało 10 wolontariuszy seniorów przez okres 1,5 miesiąca. Cały przebieg procesu wolontariatu seniorów zrealizowany został w oparciu o wypracowane wcześniej standardy. Koordynatorzy wolontariatu z wybranych organizacji zostali przeszkoleni ze współpracy z wolontariuszami seniorami. Sami seniorzy otrzymali także wsparcie edukacyjne, ubezpieczenie od NNW w trakcie działania, zwrot kosztów dojazdów na wolontariat, ale także ciągłe wsparcie od koordynatorów wolontariatu. Poniżej prezentujemy kilka dobrych praktyk z wolontariatu seniorów.





## Wolontariat na Rzecz Stowarzyszenia Morena – „STARSZA MŁODZIEŻ”

*Kilka słów o stowarzyszeniu:* Stowarzyszenie Morena prowadzi działania w Gdańsku od 2002 r. i od tego czasu stale rozwija się, obejmując rocznie wsparciem już ponad 100 gdańskich grup, organizacji oraz kilkuset mieszkańców. Projekty Stowarzyszenia zdobywają uznanie ekspertów i są ważnym elementem promocji Gdańska. Tylko w ciągu ostatnich 12 miesięcy prezentowane były na kilkunastu seminariach w kraju i kilku za granicą. Innowacyjne modele wsparcia młodzieży i organizacji młodzieżowych np. Pomorski Fundusz Młodzieżowy trafiły do programów rządowych i są wdrażane w całej Polsce.

*Oferta wolontariatu senioralnego:* W ramach działań prowadzonych przez Stowarzyszenie Morena jest organizacja corocznych targów młodzieżowych pod nazwą „Czas na młodzież”. Formułą targów jest, że są wystawcy i grupy proponujące warsztaty różne oraz uczestnicy, czyli uczniowie zwiedzający targi i biorący udział w proponowanych warsztatach. W ramach ich organizacji potrzebna była pomoc w zorganizowaniu stoiska z warsztatami i rękodziełem. Tutaj niezbędna okazała się pomoc seniorów. Ideą Wolontariuszek było pokazanie młodym ludziom, że można z prostych rzeczy zrobić coś fajnego i że jest to przyjemna aktywność i alternatywa spędzania czasu wolnego. Podczas trwania targów młodzieżowych „Czas na Młodzież” panie seniorki wolontariuszki miały swoje stanowisko, które samodzielnie ozdobiły. Przy dwóch stolikach trwały warsztaty artystyczne m.in. z quillingu, origami i robienia koralików.

*Zdjęcia udostępnione dzięki Stowarzyszeniu Morena.*



## Wolontariat na rzecz Stowarzyszenia Seniorów „Starsi” WYGINAJ ŚMIAŁO CIAŁO CZYLI SENIORZY – SENIOROM

*Kilka słów o stowarzyszeniu:* Stowarzyszenie Seniorów „Starsi” powołane zostało z inicjatywy seniorów, najpierw działających jako Klub Seniora. Stowarzyszenie „Starsi” zrealizowało dwa projekty. Jeden z nich - kulturalny - razem ze Stowarzyszeniem „E” z Warszawy. Opracowali sztukę pt. „Sanatorium”. To taki żartobliwy spektakl opowiadający o życiu codziennym w sanatorium. Sztuka powstała na podstawie opowieści osób, które bywają w różnych uzdrowiskach, znają tamtejsze realia. Premierę odbyła się na koniec lutego 2013 r. Drugi projekt, który rozpoczęliśmy jako Stowarzyszenie Seniorów „Starsi”, nazywa się „Impuls”. Zrealizowaliśmy go przy wsparciu Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej, a polega on na aktywizacji starszych osób. Objął ok. 100 osób. W grudniu rozpoczęliśmy kurs komputerowy, zapisało się 16 seniorów. Następnie zorganizowano cykl szkoleń uświadamiających ludziom starszym, że bez względu na wiek warto się zrzesać, spotykać, wspólnie coś robić, tworzyć. Dlaczego warto? Bo to daje poczucie sensu.

*Oferta wolontariatu senioralnego:* W ramach działań wolontariackich seniorzy, niegdyś wykwalifikowani nauczyciele wychowania fizycznego zorganizowali zajęcia sportowe dla innych seniorów. W ramach działania wolontariackiego opracowali tematy i program zajęć, pozyskali bezpłatnie salę do ćwiczeń, a prowadzili cykliczne zajęcia sportowe: na hali, siłowni czy w terenie. Zajęcia sportowe trwają pomimo zakończenia działań projektowych, a zainteresowanie nimi jest coraz większe.

*Zdjęcia udostępnione dzięki Stowarzyszeniu Seniorów „Starsi”.*





## Wolontariat na rzecz Fundacji MIKI Centrum

### SENIORZY NA RZECZ OSÓB Z NIEPEŁNOSPRAWNOŚCIĄ

*Kilka słów o stowarzyszeniu:* Międzynarodowe Centrum Spotkań i Rehabilitacji Młodzieży - MIKI Centrum to organizacja, która powstała w 1993 roku. Działamy na rzecz osób niepełnosprawnych mieszkających na terenie województwa pomorskiego, organizując dla nich wyjazdy terapeutyczno - rehabilitacyjne, rehabilitację w domu, wycieczki i imprezy integracyjne - turniej w kręgle, prowadzimy zajęcia popołudniowe. Pomagamy rodzinom i osobom, które znalazły się w trudnej sytuacji życiowej. Prowadzimy aktywizację zawodową i integrację społeczną osób niepełnosprawnych. Propagujemy działania na rzecz ochrony i promocja zdrowia. [www.fundacjamc.pl](http://www.fundacjamc.pl)

*Oferta wolontariatu senioralnego:* Oferta wolontariacka dotyczyła wsparcia działań fundacji w jej codziennych działaniach i pracy z osobami niepełnosprawnymi. W ramach aktywności wolontariusze seniorzy asystowali osobom niepełnosprawnym w trakcie rehabilitacji, zorganizowali spotkania integracyjne dla podopiecznych wykorzystując także okres przedświąteczny na wspólne prace plastyczne: wykonywanie kartek i ozdób, a także zorganizowali wspólną Wigilię dla podopiecznych fundacji. Ta aktywność wolontariacka była świetnym przykładem łamania stereotypowego myślenia o osobach starszych tym razem nie jako potrzebujących pomocy, ale ją świadczących. We wspólnych działaniach nie zabrakło także momentów na opowieści, tańce i wspólną integrację.



Zdjęcia udostępnione dzięki Fundacji MIKI Centrum.



## 5.2. GDAŃSKI FUNDUSZ INICJATYW SENIORALNYCH

Gdański Fundusz Senioralny to koncepcja wykorzystania nieformalnego potencjału społecznego gdańskich seniorów. Idea ta w realizacji jest dość prosta. Seniorzy przychodzą ze swoim pomysłem, który spisują w formie prostego podania. Wybrane przez kapitułę najlepsze pomysły otrzymują dofinansowanie w ustalonej kwocie ( w ramach projektu było to 600 zł). Podczas całego procesu od złożenia pomysłu, po jego realizację i zakończenie mają możliwość indywidualnego doradztwa. Zostają także przeszkoleni zgodnie ze standardem edukacyjnym z zakresu wolontariatu, aktywności społecznej jak i zasad funduszu. Środki wydają zgodnie z założeniami, a do operatora funduszu przynoszą faktury. Na koniec należy zawsze przedstawić spisane, jednostronne sprawozdanie i załączyć zdjęcia.

W ramach projektu dofinansowaliśmy 10 pomysłów – inicjatyw realizowanych przez seniorów przy wsparciu innych seniorów. Inicjatywy miały różnorodny charakter: prowadzenie zajęć i warsztatów artystycznych np. z filcowania, decoupage dla osób z niepełnosprawnością, mieszkańców dzielnicy, poprzez spotkania integracyjne, międzykulturowe np. z kulturą rosyjską, po wydanie zeszytu o zabytku Dolnego Miasta i wystawę prac artystycznych „vintage”. Łącznie w realizację 10 inicjatyw włączyło się 116 seniorów. Poniżej prezentujemy kilka dobrych praktyk ze zrealizowanych inicjatyw.

### SENIORKI TEŻ FILCUJĄ – inicjatywa artystyczna

Pani Maria to liderka inicjatywy na rzecz innych senierek i seniorów z jednej z gdańskich dzielnic – Biskupiej Górki. Pani Maria to „dusza artystyczna”, uwielbia dziergać, haftować, filcować, ozdabiać, gotować. Zawsze dba o każdy element – tak, aby wszystko było dopracowane w każdym calu. W ramach spotkań „Klubu s Seniora”, który spotyka się w siedzibie stowarzyszenia „Waga” postanowiła zrealizować swój pomysł –przeprowadzić cykl warsztatów z filcowania. Seniorki przychodziły co tydzień na prowadzone przez panią Marię zajęcia. Poznawały technikę filcowania, robiły piękne przedmioty, ćwiczyły swoje umiejętności manualne. Spotkania te miały także ogromny atut aktywizacyjny – na spotkanie przychodziły Panie, które dotąd nie wychodziły z domu, a cotygodniowe zajęcia były traktowane jak coś wyjątkowego. Jak mówi pani Maria: „Najbardziej cenna wydaje się jednak radość, zadowolenie i satysfakcja uczestniczek z własnoręcznie wykonanych rzeczy. Te spotkania były też okazją do miłych rozmów, do snucia wspomnień i dzielenia się wiedzą”



Zdjęcia udostępnione przez  
Stowarzyszenie „WAGA”



## „POZNAJEMY ZABYTKI DOLNEGO MIASTA – WYDANIE I. KRÓTKI SZKIC O DOLNYM MIEŚCIE”

*Pani Basia sama o sobie:* „Jestem osobą – niespokojnym duchem. Bardzo lubię pracować z ludźmi, teraz oczywiście głównie z seniorami. Ale też lubię się uczyć, poznawać nowe możliwości, w których mogłabym się wykazać. Oprócz inspirowania koleżanek i kolegów do działań, do zmiany ich stosunku do nich samych i otaczającej nas rzeczywistości, chciałabym jeszcze zaistnieć jako mieszkanka miasta Gdańska, do którego przyjechaliśmy z rodziną w 1956 roku. Zamieszkaliśmy w gościnnej i jeszcze w miarę zadbanej dzielnicy Dolne Miasto. Natychmiast też urzekła mnie uroda Głównego Miasta, które stale ulegało zmianom, przebudowom”

Pani Basia jest inicjatorką opracowania i wydania zeszytu o zabytkach Dolnego Miasta. W ramach swojego działania wraz z innymi seniorami zgromadziła informacje o mieszczących się tam zabytkach architektonicznych. Seniorzy dokumentowali to zdjęciami, opisami, wyszukаныmi dokumentami, relacjami prasowymi, spisanyimi wspomnieniami. Następnie dzięki wsparciu finansowemu w ramach inicjatywy mogli poddać to profesjonalnemu złożeniu graficznemu i wydaniu w formie 18 stronicowego zeszytu.

Inicjatywa ta wynikała z kilku potrzeb. Pierwszą było wykorzystanie potencjału osób starszych. Ich wyczulony zmysł obserwacji, krytyki można ukierunkować i wykorzystać w dobrym celu. Kolejnym aspektem było zaspokojenie naturalnej potrzeby bycia pomocnym i użytecznym. Inicjatywa ta była także odpowiedzią na potrzebę budowania i uczestniczenia w życiu lokalnej społeczności oraz rozwijaniu swojej osobowości.

*Zdjęcia udostępnione dzięki Pani Barbarze, część autorstwa Pana Andrzej Górki.*







Gdańsk, 2013





**REGIONALNE  
CENTRUM  
WOLONTARIATU  
W GDAŃSKU**