



Wsparcie i aktywizacja seniorów

17

Rezydenci_tki historii

Pakiety wdrożeniowe innowacji społecznych zostały przygotowane w ramach projektu „Innowacje w samorządzie” realizowanego przez Fundację Fundusz Współpracy.



Pakiet wdrożeniowy **Rezydenci_tki historii** został opracowany na podstawie innowacji społecznej stworzonej w ramach inkubatora Generator innowacji. Sieci wsparcia 2.



Niniejszy materiał opublikowany jest na licencji CC BY 4.0 (Creative Commons-Uznanie autorstwa-4.0 Międzynarodowe (CC BY 4.0)). Szczegóły licencji znajdziesz pod adresem: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pl>

Projekt realizowany w ramach programu Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego 2021-2027 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego Plus.



Autorzy innowacji:

Zachodniopomorskie Stowarzyszenie Pilotów i Przewodników

- Maciej Dobromilski
- Joanna Wachnik

Autorzy pakietu wdrożeniowego:

FUTURI

- Natalia Kacprzyk
- Łukasz Szczęsny
- Marta Kuroszczyk
- Paweł Wyszomirski
- Magdalena Jochemczyk
- Maria Garus

Skład dokumentu:

- Agata Gancarczyk

Spis treści

01 Charakterystyka innowacji	5
1. Czym jest innowacja i jaki problem rozwiązuje?	6
2. Jakie jednostki mogą wdrażać innowacje?	15
3. Do jakich odbiorców jest kierowana innowacja?	18
4. Na czym polega wyjątkowość tego rozwiązania?	19
5. Co możecie zyskać wdrażając innowację?	20
6. Dlaczego Wasi odbiorcy będą zainteresowani innowacją?	21
02 Instrukcja wdrożenia	23
1. Na czym będzie polegało wdrożenie?	24
2. Jakich zasobów potrzebujecie do wdrożenia?	25
3. Jak przeprowadzić wdrożenie krok po kroku?	28
4. Na jakie potencjalne ryzyka należy uważać?	39
5. Harmonogram prac	42
6. Ramowy budżet wdrożenia innowacji	44
03 Lista załączników i źródeł	47
1. Lista załączników	48
2. Źródła	48

01

Charakterystyka innowacji



1. Czym jest innowacja i jaki problem rozwiązuje?

Czym jest rozwiązanie?

Innowacja „Rezydenci_tki historii” ma na celu aktywizację i przygotowanie starszych osób dorosłych do roli przewodników i przewodniczek po swoim miejscu zamieszkania lub miejscu, z którym były związane zawodowo.

To ich aktywne włączenie w przygotowanie i realizację produktów i usług turystycznych, takich jak wystawy, prezentacje, trasy turystyczne czy spacerzy po fabryce lub zakładzie pracy.

Podczas spotkań z turystami i mieszkańcami rezydenci_ki historii przekazują osobiste doświadczenia, ciekawostki z życia i emocje związane z danym miejscem.

Na jaki problem odpowiada?

Innowacja odpowiada na problemy samotności osób starszych, brak kontaktów interpersonalnych, utratę poczucia przynależności społecznej po zakończeniu kariery zawodowej oraz dalszą potrzebę samorealizacji.

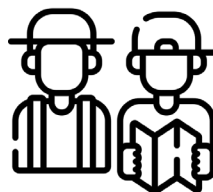


Do kogo jest kierowana?



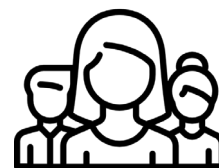
Starsze osoby przebywające na emeryturze

które są zainteresowane turystyką i własną miejscowością oraz chcą włączyć się w kreowanie produktów i usług turystycznych



Turyści

którzy będą finalnymi odbiorcami produktów i usług turystycznych



Mieszkańcy

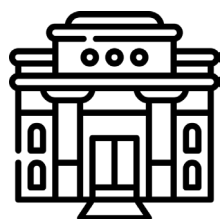
którzy są zainteresowani poszerzeniem wiedzy, edukacją i budowaniem lokalnej tożsamości

Kto może wdrażać?



Samorządy

które chcą budować integrację międzypokoleniową i przeciwdziałać wykluczeniu



Centra aktywności seniorów, rady seniorów

które chcą zapewnić swoim odbiorcom ciekawą aktywność



Instytucje kultury

które chcą poszerzyć swoją ofertę



Instytucje turystyczne

które chcą zwiększyć atrakcyjność turystyczną danej gminy, powiatu lub województwa

Jakie są najważniejsze funkcje?

- Aktywizacja społeczna, budowanie poczucia sensu i bycia potrzebnym wśród najstarszych mieszkańców.
- Integracja lokalnej społeczności.
- Tworzenie dialogu międzypokoleniowego poprzez umożliwienie bliższego kontaktu ze starszym pokoleniem i jego historią.
- Edukacja w atrakcyjnej i angażującej formie.
- Wzmacnianie lokalnej tożsamości i dumy z miejsca.
- Oferta turystyczna inna niż standardowe oprowadzanie.

Jak działa innowacja?



Rezydenci_tki historii (odbiorcy bezpośredni)

Pełnią rolę ekspertów i ambasadorów lokalnego dziedzictwa. Dzielą się doświadczeniami i wspomnieniami, np. poprzez udostępnienie ciekawych artefaktów z własnych zasobów jak zdjęcia, dyplomy, medale. Współtworzą ofertę kulturalno-turystyczną oraz oprowadzają wycieczki, wykonują prezentacje i opowiadają historie.



Turyści

Zwiedzają i są odbiorcami unikalnych doświadczeń. Poznają historię miejsca z perspektywy świadka. Angażują się w autentyczne przeżycie kulturowe.



Mieszkańcy lokalni, w tym dzieci i młodzież szkolna

Odbiorcy żywych lekcji historii i kultury. Uczestniczą w dedykowanych wydarzeniach, spotkaniach, prezentacjach i lekcjach, np. w spacerach z seniorami.



Starsza osoba opowiadająca innym ludziom.

Dlaczego to działa?

- **Wzmacnia kapitał społeczny** — seniorzy posiadają ogromny zasób wiedzy i doświadczeń, które z czasem stają się „niewidzialne”, natomiast program pozwala je wykorzystać i podzielić się nimi z mieszkańcami i turystami. W efekcie tworzy się przestrzeń dialogu międzypokoleniowego. Jest to też forma aktywizacji i przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu osób starszych.
- **Daje wartość edukacyjną i turystyczną** — zwiedzanie z kimś, kto autentycznie przeżył historię (pracował w danym zakładzie, był marynarzem, kolejarzem, hutnikiem) lub był świadkiem historii zmian i transformacji danego miejsca, daje inny wymiar doświadczenia niż wycieczka z tradycyjnym przewodnikiem. Podnosi atrakcyjność turystyczną miejsca, bowiem turyści dostają nie tylko fakty, ale i „żywe opowieści”. Samorządy mogą wykorzystać to jako element budowania marki lokalnej (na przykład „Miasto pamięci przemysłowej”, „Port pełen historii”), a wycieczki po lokalnej miejscowości to jeden z silnie rozwijających się trendów turystyki.
- **Wpisuje się w polityki senioralne i zdrowie publiczne** — aktywizacja seniorów poprzez takie inicjatywy to realne działanie w zakresie polityki senioralnej gmin i powiatów. Angażowanie osób starszych w działania społeczne poprawia ich kondycję psychiczną i fizyczną, daje poczucie sensu i przynależności oraz obniża ryzyko depresji i izolacji. Dzięki większej samodzielności i aktywności osób starszych, które pozytywnie wpływają na ogólny stan zdrowia, opóźnia się ich potrzebę korzystania z wsparcia systemu opieki społecznej.
- **Jest łatwe do wdrożenia** — istnieje możliwość pilotażowego wdrożenia w jednej placówce i stopniowego rozwijania w późniejszym czasie. Nie wymaga wielkich inwestycji infrastrukturalnych, ponieważ bazuje na ludziach i istniejących zasobach, jak muzea, zabytki, miejsca pamięci.

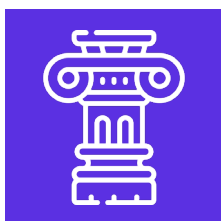
Jak wygląda przykładowy program?

Innowacja „Rezydenci_tki historii” to inkluzywny program skierowany do osób seniorskich, który pozwala im zaangażować się na trzech poziomach.



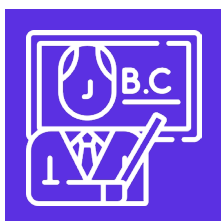
Poziom 1 „Świadek_ini historii”

- Dla tych, którzy chcą zostawić swój ślad w postaci historii, zdjęć, wywiadów, a którzy z różnych przyczyn nie mogą uczestniczyć w bardziej angażujących aktywnościach.
- Seniorzy i seniorki będą mogli porozmawiać z pracownikiem instytucji i przekazać swoje historie czy zdjęcia.
- W późniejszym czasie instytucja może je wykorzystać w materiałach edukacyjnych.



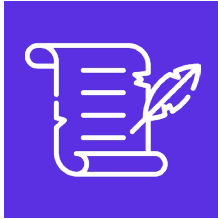
Poziom 2 „Żywa historia”

- Dla tych, którzy chcą okazjonalnie uczestniczyć w wydarzeniach, podczas których chcieliby przedstawić lub opowiedzieć o wybranych wydarzeniach ze swojej perspektywy.
- Może być to spotkanie w szkole, w muzeum, podczas świąt albo obchodów rocznicowych.



Poziom 3 „Przewodnik_czka”

- Dla tych, którzy chcą zostać przewodnikami, opowiadaczami i aktywnie działać.
- Seniorzy i seniorki przejdą specjalne szkolenia organizowane przez instytucję, które pozwoli im wdrożyć się w struktury organizacji oraz przygotować się do oprowadzania w terenie.



Poziom 1 „Świadek_ini historii”

Seniorzy i seniorki dzielą się własną historią i wspomnieniami o miejscach, dzielnicach miast czy zakładzie pracy, udostępniają pamiątki, takie jak zdjęcia lub artefakty.

Dla kogo?

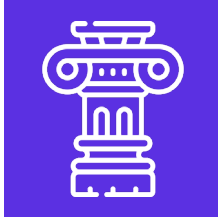
Najmniej wymagający poziom zaangażowania, dostępny dla wszystkich seniorów i seniorek.

Przykładowe formy udziału:

- **opowieść** — senior opowiada o swoim życiu (praca w stoczni, kopalni, na kolei, służba wojskowa, życie w danej dzielnicy, opowieści te mogą mieć formę pisemną, nagrania czy materiału wideo,
- **wywiad** — rozmowa nagrana przez wyznaczone osoby, na przykład pracowników muzeum, młodzież lub lokalne media, następnie publikowana w internecie lub materiałach edukacyjnych albo wyświetlana podczas zwiedzania muzeum czy prezentacji w szkole,
- **artefakty** — udostępnienie różnego rodzaju zdjęć, pamiątek, dokumentów na potrzeby wystawy w szkole, muzeum lub strony internetowej miasta.

Korzyści:

- zachowanie pamięci i osobistych historii dla młodszych pokoleń,
- możliwość uczestniczenia bez konieczności dużej aktywności fizycznej, emocjonalnej i mentalnej,
- pozwala ocalić od zapomnienia nieistniejące, bądź zapomniane już miejsca,
- wkład w budowanie tożsamości miejsca.



Poziom 2 „Żywa historia”

Seniorzy i seniorki biorą udział w planowaniu trasy wycieczek, mają możliwość dołączenia do wycieczki przy jednej atrakcji i podzielenia się swoją wiedzą i przeżyciami. To mniejsze działania lokalne.

Dla kogo?

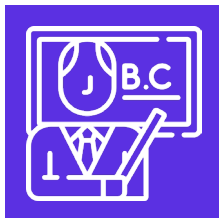
Dla rezydentów_tek historii, którzy chcą angażować się okazjonalnie.

Przykładowe formy udziału:

- **dni otwarte w szkole** — odwiedziny w placówkach, w których się kiedyś uczyli, spotkania z uczniami, dzielenie się wspomnieniami,
- **spotkania w przedszkolach** — czytanie i opowiadanie prostych historii, prezentacja dawnych zabaw czy zawodów,
- **wsparcie muzeum** — pełnienie dyżuru w sali, gdzie prezentowane są ich wspomnienia i pamiątki, rozmowa z odwiedzającymi,
- **wydarzenia specjalne** — udział w lokalnych świętach, piknikach, festiwalach (stoiska, krótkie prezentacje).

Korzyści:

- aktywizacja i kontakt z lokalną społecznością,
- możliwość zaangażowania się bez konieczności regularnych obowiązków,
- budowanie mostów międzypokoleniowych i budowanie tożsamości miejsca.



Poziom 3 „Przewodnik_czka”

Rezydenci_tki historii są współprowadzącymi turystów przewodnikami, biorą udział w całej wycieczce opowiadając o kilku miejscach lub oprowadzają po części wystawy.

Dla kogo?

To najbardziej wymagający poziom, dla osób chcących działać systematycznie, aktywnych i zaangażowanych społecznie.

Przykładowe formy udziału:

- **wspólne oprowadzanie** — rezydent_tka historii idzie „ramię w ramię” z przewodnikiem turystycznym, przewodnik podaje fakty, a senior dodaje osobiste wspomnienia i anegdoty,
- **tematyczne trasy** — np. „Moje życie w stoczni”, „Dzieciństwo w PRL-u”, „Ślady dawnego przemysłu w mieście”,
- **lekcje historii w terenie** — spacer z klasami szkolnymi prowadzone przez seniorów i przewodników,
- **stałe dyżury** — np. dwa razy w tygodniu oprowadzanie po konkretnym obiekcie, jak statek, muzeum, dzielnica.

Korzyści:

- seniorzy pełnią rolę ekspertów i ambasadorów pamięci,
- turystyka miejska zostaje wzbogacona o autentyczny, osobisty wymiar,
- budowanie marki miasta czy regionu jako miejsca z „żywą historią”.

2. Jakie jednostki mogą wdrażać innowacje?

W ramach grantów innowacje mogą być wdrażane przez Jednostki Samorządu Terytorialnego oraz ich jednostki organizacyjne. Jednak innowacje mogą być także wdrażane poza grantem w ramach własnych zasobów. W takim przypadku nie ma ograniczeń i istnieje możliwość samodzielnego wykorzystania dostępnych materiałów. Dodatkowo wyłoniono także możliwych partnerów lokalnych, którzy mogą stanowić istotne wsparcie podczas wdrażania innowacji.

Jednostki Samorządu Terytorialnego i jednostki organizacyjne JST

1. Wydziały polityki społecznej

Mogą traktować projekt jako narzędzie budowania więzi, integracji międzypokoleniowej i przeciwdziałania wykluczeniu.

2. Wydziały kultury

Wdrażają projekt jako element oferty kulturalnej.

3. Wydział promocji i turystyki

Podnoszą atrakcyjność turystyczną danej gminy, powiatu lub województwa.

4. Wydział edukacji

Włączają program w działania przedszkoli i szkół (edukacja historyczna).

5. Wydział współpracy z organizacjami pozarządowymi

Program może być elementem współpracy z NGO.

6. Centrum aktywności seniora / rada seniorów

Włączają w swoją działalność ciekawą aktywność skierowaną do seniorów, pomagającą w integracji międzypokoleniowej.

7. Instytucje kultury

Muzea miejskie, regionalne i branżowe, domy kultury, ośrodki animacji, centra tradycji i izby pamięci, biblioteki poszerzają swoją ofertę o nową, ciekawą inicjatywę, mogącą przyciągnąć więcej odbiorców.

8. Instytucje turystyczne

Regionalne i lokalne organizacje turystyczne, centra informacji turystycznej, podnoszą atrakcyjność turystyczną danej gminy, powiatu lub województwa

9. Jednostki edukacyjne

Przedszkola, szkoły i uczelnie, włączają do swoich działań nietypowe, angażujące zajęcia w zakresie edukacji historycznej.

Potencjalni partnerzy lokalni

1. Fundacje i stowarzyszenia

Mogą działać w obszarze senioralnym, edukacyjnym i turystycznym, związanym z rewitalizacją obiektów lub pamięcią lokalną, np. Uniwersytety Trzeciego Wieku, koła PTTK.

2. Stowarzyszenia zrzeszające pilotów wycieczek i przewodników

Mogą rozwijać swoje dotychczasowe działania o historie przekazywane bezpośrednio przez świadków.

3. Organizacje kombatanckie czy związane z określonym zawodem

Mają bezpośredni kontakt z osobami mogącymi włączyć się do programu (np. marynarze, hutnicy, kolejarze).

4. Kluby seniora i rady osiedli

Organizują różne formy ciekawego spędzania czasu dla seniorów.

5. Domy opieki i pomocy społecznej

Mogą angażować swoich podopiecznych w działania w ramach programu.

6. Firmy i przedstawiciele zajmujący się branżą turystyczną

Operatorzy wycieczek lokalnych itp. mogą po realizacji grantu włączyć współpracę z seniorami do swojej oferty.

7. Zakłady pracy z wieloletnią tradycją w danym regionie (lub które w wyniku restrukturyzacji zamknęły część działalności)

Mogą udostępniać przestrzeń do zwiedzania i inne zasoby wspierające program.

3. Do jakich odbiorców jest kierowana innowacja?

Jednym z istotniejszych zadań podczas wdrażania innowacji jest precyzyjne określenie grupy odbiorców. Pozwala to na lepsze zarządzanie wdrożeniem i realizacją zadań, a także bardziej precyzyjne działania komunikacyjne i rekrutacyjne.



Rezydenci_tki historii Seniorzy i seniorki przebywające na emeryturze

- Osoby od 60 roku życia, które nie chcą być jedynie biernymi odbiorcami oferty kulturalnej, ale wolą aktywną rolę.
- Osoby chcące włączyć się w kreowanie produktów i usług turystycznych.
- Seniorzy chcący aktywnie uczestniczyć w uatrakcyjnianiu oferty turystycznej, jako osoby, których opowieści i wspomnienia wzbogacą narrację profesjonalnego przewodnika turystyki.



Turyści z innego miasta, miejscowości, kraju

- Osoby odwiedzające miasto czy region, zainteresowane autentycznym doświadczeniem i „żywą historią”.
- Turyści z Polski i z zagranicy, zwłaszcza ci, którzy szukają czegoś więcej niż standardowe zwiedzanie.
- Rodziny, grupy zorganizowane, miłośnicy historii, pasjonaci kolejnictwa, wszelkiego rodzaju przemysłu.



Mieszkańcy lokalni, w tym dzieci i młodzież

- Dzieci i młodzież szkolna jako odbiorcy edukacyjnych wycieczek z seniorami, na przykład w formie lekcji żywej historii.
- Dorośli mieszkańcy jako uczestnicy wydarzeń kulturalnych, spacerów tematycznych.
- Osoby poszukujące atrakcji „po sąsiedzku”, które chcą wzmocnić lokalną tożsamość.

4. Na czym polega wyjątkowość tego rozwiązania?

Warto mieć świadomość, na czym polega wyjątkowość tego rozwiązania, i dbać o to, aby te aspekty nie umknęły w gąszczu zadań i terminów.

Innowacja łączy politykę społeczną, turystykę i edukację. Opiera się na autentyczności i międzypokoleniowym przekazie, żywej historii świadka i jego emocji, czego nie da się osiągnąć przez standardowe formy zwiedzania.

**Aktywizacja
seniorów_ek
przez rolę
ekspertką**

Silne włączenie seniorów w społeczność aktywnych mieszkańców danej miejscowości i społeczność branży turystycznej. Seniorzy nie są biernymi odbiorcami, ale twórcami wartości, pełnią rolę ambasadorów dziedzictwa lokalnego.

**„Żywa historia”
zamiast suchej
narracji**

Zamiast tradycyjnego przewodnika czy tablic informacyjnych, zwiedzający dostają osobiste wspomnienia i autentyczne emocje. Seniorzy, którzy „tam byli” – pracowali w stoczni, służyli w marynarce, obsługiwali parowozy, sprawiają, że opowieść jest unikatowa i niepowtarzalna, stają się „żywymi historiami”.

**Dialog
międzypokoleniowy**

Innowacja ta umożliwia budowanie więzi i przekazu międzypokoleniowego. Umożliwia poszerzanie wiedzy innych mieszkańców na temat poszczególnych dzielnic oraz integrację różnych pokoleń mieszkańców. Młodzi ludzie mają szansę poznać historię nie tylko z książek, ale przez rozmowę i doświadczenie spotkania z drugim człowiekiem. W rezultacie mówimy tu o tworzeniu kolektywnej pamięci i przekazie na temat danego miejsca i wydarzeń.

**Wzmacnianie
tożsamości lokalnej**

Podkreślenie znaczenia seniorów w kontekście tworzenia historii miasta czy miejscowości oraz przechowywania jej w pamięci. Współtworzą pozytywny wizerunek „zapomnianych” dzielnic.

5. Co możecie zyskać wdrażając innowację?

Wdrożona innowacja może służyć rozwiązaniu konkretnego problemu danego samorządu, ale także wpisywać się w szereg innych zadań i celów. Poniżej znajdują się korzyści dla samorządu wdrażających.

Korzyści społeczne

Samorząd zyskuje narzędzie aktywizacji biernych mieszkańców i wzmacnia ich udział w życiu społecznym. Wzmacnianie są więzi międzypokoleniowe: dzieci i młodzież uczą się historii od świadków wydarzeń, co buduje szacunek dla starszego pokolenia. Seniorzy czują się potrzebni, a mieszkańcy lepiej poznają swoje lokalne dziedzictwo.

Wpływ na zdrowie seniorów_ek

Innowacja stanowi skuteczne narzędzie profilaktyki zdrowotnej seniorów. Udział w oprowadzaniach, spacerach czy spotkaniach sprzyja utrzymaniu sprawności, przygotowywanie opowieści, uczenie się nowych umiejętności wspiera pamięć i procesy poznawcze, poczucie bycia potrzebnym i docenianym przeciwdziała samotności i depresji. Kontakty z innymi ludźmi wspierają dobrostan emocjonalny.

Wzmocnienie oferty edukacyjnej i kulturowej

Szkoły i muzea zyskują innowacyjną ofertę edukacyjną – żywą lekcję historii. Promowana jest lokalna tożsamość poprzez pokazanie historii miejsca w sposób unikalny, „od wewnątrz”. Rozwijana jest kultura pamięci, a samorząd wzmacnia przekaz o tradycjach, dziedzictwie i osiągnięciach społeczności.

Większa atrakcyjność turystyczna i wizerunkowa

Grupa seniorów i seniorek jako przewodników stanowi ciekawy i wartościowy zasób wizerunkowy miasta czy regionu. Przyciągają turystów poszukujących autentycznych doświadczeń, dane miasto lub region mogą dzięki nim wyróżnić się na tle innych ofert turystycznych. Możliwe jest budowanie pozytywnego PR samorządu jako miejsca, które troszczy się o seniorów i kreatywnie rozwija turystykę.

6. Dlaczego Wasi odbiorcy będą zainteresowani innowacją?

Podczas rekrutacji odbiorców do projektu ważne jest, aby mówić do nich językiem ich korzyści. Dzięki temu będą w stanie zrozumieć, czego mogą się spodziewać po uczestnictwie i zobaczyć, jak wpłynie to na ich życie.

Poniżej znajdziesz główne korzyści, które możesz przywołać, pozytywnie skusując różne grupy odbiorców dla wdrażanej innowacji.



Rezydenci_tki historii

- **Samorealizacja** — seniorzy i seniorki często dopiero na emeryturze mają czas i możliwości zająć się sobą, swoim hobby lub odkryć swoje pasje, a innowacja odpowiada na ich potrzebę rozwijania i dzielenia się swoją wiedzą, doświadczeniami, czy zainteresowaniami.
- **Przynależność społeczna** — program daje seniorom nowe poczucie wspólnoty i przynależności, zastępując utraconą rolę zawodową możliwością działania w grupie pasjonatów i przewodników.
- **Poczucie sprawczości i satysfakcji** — daje możliwość podejmowania ważnych aktywności społecznych, nadania istotności własnym wspomnieniom przy jednoczesnym poczuciu bycia docenionym i wartościowym.
- **Nowe kompetencje i umiejętności** — seniorzy rozwijają m.in. umiejętności prezentacji, obsługi grup, storytellingu, rozbudzają swoją kreatywność, co wspiera ich pamięć i procesy poznawcze.
- **Przebywanie wśród innych osób** — innowacja zaprasza do wyjścia z domu i spotkania ciekawych ludzi oraz poznawania ich historii, umożliwia integrację z osobami, które mają podobne zainteresowania oraz daje możliwość bezpośredniego włączenia się w aktywne życie młodszych pokoleń.

- **Wsparcie zdrowia fizycznego i psychicznego** — wszystkie wyżej wymienione korzyści przyczyniają się wspólnie do wzmocnienia fizycznego i psychicznego dobrostanu seniora.



Turyści

- Uatrakcyjnienie standardowej wycieczki z przewodnikiem.
- Poznanie perspektywy bezpośredniego świadka, uczestnika historii lub czasów, o których opowiada rezydent_ka historii.
- Poznanie osobistych historii pominiętych w książkach i typowych przewodnikach turystycznych.



Mieszkańcy

- Poszerzanie wiedzy na temat poszczególnych dzielnic, obiektów, danego okresu w historii miasta.
- Możliwość integracji międzypokoleniowej, o którą obecnie coraz trudniej.
- Odkrywanie dziejów miasta przez rozmowę i doświadczenie spotkania z drugim mieszkańcem.
- Nauka historii od bezpośrednich świadków wydarzeń buduje uznanie i szacunek dzieci i młodzieży wobec starszego pokolenia.

002

Instrukcja wdrożenia



1. Na czym będzie polegało wdrożenie?

Innowacja została podzielona na 5 etapów. Dodatkowo wyłonione zostały działania, które powinny zostać zrealizowane w trakcie realizacji grantu (etapy 1 i 2). Etapy 3 i 4 pozwalają rozwijać innowację, jednak nie są wymagane do rozliczenia grantu.

Przed napisaniem wniosku o grant

0

Rozpoznanie (2-3 miesiące)

Poznanie potrzeb seniorów, instytucji kultury i placówek edukacyjnych. Nawiązanie współpracy z partnerami. Wyłonienie tematów przewodnich dla innowacji. Przeanalizowanie kosztów działań i przygotowanie harmonogramu.

Realizacja grantu

01

Przygotowanie (6 miesięcy)

Nabór uczestników. Opracowanie koncepcji, materiałów i scenariuszy. Szkolenie i testowe aktywności seniorów.

02

Uruchomienie (6 miesięcy)

Rekrutacja odbiorców nowej oferty turystycznej. Realizowanie aktywności. Zbieranie informacji zwrotnych.

Rozwój rozwiązania po rozliczeniu grantu

03

Monitoring (1 rok)

Określenie wskaźników. Przeanalizowanie zebranych danych i opinii oraz finansowania projektu w celu dopracowania oferty.

04

Skalowanie (1 rok)

Rozszerzenie programu na nowe miejsca i rekrutowanie nowych rezydentów_ki historii. Zapewnienie finansowania programu.

2. Jakich zasobów potrzebujecie do wdrożenia?

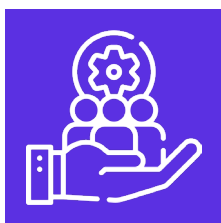
Do wdrożenia będziesz potrzebować różnego rodzaju zasobów, które zostały podzielone na kilka kategorii.

Zasoby ludzkie porządkują, jakie role są potrzebne do przeprowadzenia rozwiązania, i prawdopodobnie będą wymagały stworzenia nowych stanowisk pracy.

Zasoby organizacyjne wyznaczają listę działań, o które należy zająć się w ramach własnej organizacji.

Zasoby przestrzenne wskazują na to, jakiego rodzaju przestrzeń będzie konieczna do wdrożenia innowacji.

Zasoby ludzkie



- **kurator projektu (historyk, historyk sztuki, kulturoznawca)** — rola opcjonalna, w zależności od skali wdrożenia: opracowanie koncepcji merytorycznej programu, wsparcie w tworzeniu scenariuszy oprowadzania, materiałów edukacyjnych, materiałów informacyjnych; wskazanie obiektów i wątków historycznych o największym potencjale turystycznym i edukacyjnym; konsultowanie treści przekazywanych przez seniorów, dbałość o ich rzetelność i atrakcyjność
- **psycholog** — odpowiedzialny za wsparcie seniorów w pierwszych miesiącach projektu w obszarach radzenia sobie ze stresem, treścią, niepewnością, prowadzenie warsztatów budujących pewność siebie i poczucie własnej wartości oraz podejmowanie interwencji i rozmów indywidualnych w razie trudności emocjonalnych
- **koordynator rezydentów_ek historii** — odpowiedzialny za utrzymywanie bezpośredniego kontaktu z rezydentami historii (przypisanie osób do poszczególnych poziomów zaangażo-

wania, wsparcie podczas przygotowania do poszczególnych ról, podczas inauguracji projektu, w codziennych sprawach wynikających z innowacji), tworzenie grafików dyżurów, organizowanie spotkań integracyjnych i zebrań roboczych, monitorowanie potrzeb seniorów i reagowanie na trudności zdrowotne, organizacyjne mogące wpłynąć na realizowanie programu

- **trenerzy, edukatorzy** — odpowiedzialni za prowadzenie warsztatów z umiejętności miękkich (storytelling, autoprezentacja, obsługa grup), prowadzenie szkolenia z podstaw przewodnictwa, monitorowanie postępów seniorów i udzielanie indywidualnych wskazówek rozwojowych
- **specjalista ds. multimediiów (usługa)** — tworzenie materiałów audiowizualnych i dokumentowanie działań projektu, w tym wykonanie zdjęć rezydentom historii, nagrywanie i opracowywanie wywiadów z seniorami w formie audio i wideo oraz fotoreportaży (w szczególności dotyczy to seniorów zaangażowanych na poziomie 1), nagrywanie i opracowywanie krótkich form multimedialnych takich jak filmy czy fotoreportaże z oprowadzania (w szczególności dotyczy to seniorów zaangażowanych na poziomie 2 i 3)
- **grafik (usługa)** — opracowanie materiałów dostarczonych przez rezydentów historii takich jak albumy ze zdjęciami, katalog wspomnień seniorów, prace artystyczne, tworzenie na podstawie dostarczonych materiałów multimedialnych, prezentacji na potrzeby wystaw, prezentacji dla szkół i muzeów, opracowanie identyfikacji wizualnej, w szczególności uwzględniającej zasady dostępności (WCAG) przy tworzeniu materiałów dla dzieci i seniorów
- **przewodnicy turystyczni** — wspólne prowadzenie tras z seniorami, mentoring i wsparcie seniorów w roli przewodników, pomoc w budowaniu oferty turystycznej, np. włączenie programu innowacji do istniejących tras

Zasoby organizacyjne



- **koordynacja projektu** — zarządzanie całością wdrożenia i komunikacją z partnerami
- **komunikacja i informacja** — prowadzenie działań promocyjnych online i offline
- **osoba odpowiedzialna za bezpieczeństwo i BHP** — wsparcie w tworzeniu regulaminów dotyczących bezpieczeństwa i przepisów BHP
- **obsługa księgową** — rozliczenie
- **obsługa prawna** — zadbanie o wymogi formalne
- **pracownicy kultury oraz nauczyciele/pedagodzy** — organizowanie wydarzeń w szkołach, muzeach, przedszkolach i innych placówkach, dbanie o łączenie programu innowacji z edukacją formalną, wsparcie techniczne i logistyczne podczas oprowadzania (nagłośnienie, przygotowanie sal)
- **badacz** — przeprowadzenie diagnozy potrzeb odbiorców bezpośrednich programu, wsparcie w rekrutacji seniorów, opracowanie narzędzi monitoringu (ankiety, wywiady, obserwacja) pozwalających na dokonanie ulepszeń w programie w trakcie jego pilotażu, przygotowanie raportów z rekomendacjami zmian w programie
- **specjalista ds. promocji** — przygotowanie ulotek, plakatów, materiałów do internetu i na social media, wydruk opracowanych materiałów graficznych, weryfikowanie przekazu i czytelności materiałów w oparciu o standardy dostępności

Zasoby przestrzenne



- **miejsca szkoleń i spotkań z psychologiem** — odpowiednio wyposażone sale w domach kultury, bibliotekach, szkołach, świetlicach, urzędzie
- **miejsca spotkań roboczych** — odpowiednio wyposażone sale w domach kultury, bibliotekach, szkołach, świetlicach, urzędzie

3. Jak przeprowadzić wdrożenie krok po kroku?

Poniżej znajduje się szczegółowy opis propozycji działań, które warto zrealizować, aby skutecznie wdrożyć innowację.

Przed napisaniem wniosku o grant

Etap 0 Rozpoznanie

1. Przeprowadź analizę lokalnych potrzeb

Zorganizuj spotkania z seniorami i instytucjami kultury oraz placówkami edukacyjnymi. Na tym etapie warto, abyś zaangażował osobę doświadczoną w przeprowadzaniu badań jakościowych lub partycypacji, aby wspierała działania merytorycznie. Zebrane wnioski pozwolą Ci na określenie zakresu i kosztorysu projektu.

2. Zbuduj listę potencjalnych partnerów

Opracuj listę partnerów, z którymi należy porozmawiać o współpracy. Warto, abyś jak najszybciej zebrał informację o ich oczekiwaniach i możliwym zaangażowaniu. Włącz w te zadania koordynatora projektu.

3. Zidentyfikuj potencjalne miejsca i temat przewodni projektu

Określ potencjalne miejsca i obiekty do oprowadzania, uwzględniając różnorodne potrzeby seniorów. Spisz wstępne pomysły na działania lub tematy przewodnie dla innowacji. Na tym etapie warto zaangażować kuratora i koordynatora projektu.

4. Zaplanuj finanse, w tym dodatkowe źródła finansowania

Przeanalizuj swój budżet pod kątem własnego zaangażowania i ewentualnych kosztów nieobjętych grantem. Przeanalizuj strukturę kosztów nie tylko na czas trwania grantu, ale także w kolejnym jego roku.

5. Zbuduj partnerstwa

Rozmawiaj na przykład z muzeami, szkołami, organizacjami pozarządowymi, klubami seniora. Ustal zasady współpracy, omów aspekty organizacyjne. Dokonaj podziału zadań wśród pracowników. W to działanie powinien być zaangażowany koordynator projektu.

6. Opracuj koncepcję „Rezydentów_ek historii”

Wybierz temat przewodni nowej oferty i przygotuj jej koncepcję uwzględniającą różne warianty zaangażowania seniorów, co może mieć wpływ na ich rekrutację. Podziel zadania na te realizowane w trakcie grantu i po nim, ustal miejsca realizacji oraz minimalną liczbę rezydentów historii potrzebnych, aby projekt odniósł sukces. Na tym etapie powinni współpracować koordynator projektu, kurator projektu oraz badacz.

7. Złóż wniosek grantowy

Przygotuj pełny wniosek. Jest to zadaniem koordynatora projektu we współpracy z wydziałami odpowiedzialnymi za finanse.

Realizacja grantu

Etap 01 Przygotowanie

1. Uruchom nabór seniorów i senierek do programu

Przygotuj i rozdystrybuuj ulotki i plakaty w terenie oraz grafiki typu baner, post na swojej stronie internetowej i w social mediach z informacją o naborze do projektu. Opracuj formularz zapisów oraz ankietę rekrutacyjną dla seniorów.

2. Ustal poziom zaangażowania zrekrutowanych seniorów i senierek

Przeanalizuj zebrane ankiety rekrutacyjne. Zorganizuj spotkania i wywiady indywidualne lub grupowe z kandydatami. Rozpoznaj ich doświadczenie, zainteresowania, dostępność czasową, samopoczucie, energię i oczekiwania. Zorganizuj spotkanie wybranych seniorów z psychologiem. Ustal poziom zaangażowania każdego seniora.

3. Podpisz umowy z partnerami

Zamknij listy kluczowych instytucji i organizacji. Podpisz umowy i porozumienia ws. podziału obowiązków i zaangażowanych zasobów.

4. Wybierz finalną koncepcję

Wybierz finalną koncepcję w oparciu o zdefiniowane poziomy zaangażowania seniorów. Przypisz konkretne osoby do poszczególnych działań na danym poziomie, np. oprowadzanie po dzielnicy, lekcje w szkole czy przygotowanie reportażu w domu seniora. Ustal wstępny harmonogram aktywności.

5. Opracuj i podpisz dokumenty formalne z seniorami

Przygotuj regulamin uczestnictwa w projekcie, umowy, klauzulę RODO. Ponadto, zadbaj o ubezpieczenia OC i NNW dla rezydentów historii.

6. Rozpocznij współpracę z seniorami i seniorkami nad wybranymi aktywnościami

Poziom 1 „Świadek_ini historii”

Zaplanuj wizyty w domu seniorów lub wspólnie uzgodnionym miejscu. Ustal szczegóły realizacji danej aktywności, np. jeśli masz zaplanowany fotoreportaż, poinformuj seniora, jak będzie przebiegał i jak on musi się do niego przygotować. Jeśli będzie to wywiad, zadbaj, aby senior otrzymał pytania wcześniej, poinformuj kto z Twojego ramienia pojawi się w domu seniora, aby zebrać dany materiał, prześlij plan spotkania. Jeśli planowaną aktywnością jest zebranie artefaktów i informacji o nich, również poinformuj seniora, w jaki sposób to się odbędzie.

Poziom 2 „Żywa historia”

Zaplanuj spotkania z seniorami, aby omówić zakres i odpowiedzialność związaną z wybraną dla tego poziomu aktywnością. Zbierz niezbędne informacje o ich perspektywie i pomysłach realizacji danej aktywności, np. pomysł na lekcję w szkole lub prezentację w muzeum. Nagraj lub spisz historię, którą chcą się podzielić seniorzy, pomoże Ci to przygotować szczegółowe scenariusze dla danych aktywności. Zbierz udostępnione przez nich artefakty i zrób im zdjęcia, aby wykorzystać je w przygotowanych następnie materiałach edukacyjnych takich jak prezentacje czy katalogi opowieści.

Poziom 3 „Przewodnik_czka”

Zaplanuj spotkania z seniorami, aby omówić zakres i odpowiedzialność związaną z wybraną dla tego poziomu aktywnością. Zbierz niezbędne informacje o ich perspektywie i pomysłach realizacji danej trasy turystycznej. Nagraj lub spisz historię, którą chcą się podzielić seniorzy, pomoże Ci to przygotować szczegółowe scenariusze dla wybranej wycieczki. Zbierz udostępnione przez nich artefakty i zrób im zdjęcia, aby wykorzystać je w przygotowanych następnie materiałach edukacyjnych takich jak, np. prezentacje, plansze z trasą, ulotki.

7. Przeprowadź szkolenia dla rezydentów_ek historii

Zorganizuj warsztaty i spotkania z trenerami – edukatorami, przewodnikami turystycznymi i psychologiem.

Poziom 1 „Świadek_ini historii”

Zaplanuj i zrealizuj spotkania z psychologiem.

Poziom 2 „Żywa historia”

Zaplanuj i zrealizuj spotkania z psychologiem. Zorganizuj warsztaty ze storytellingu, wystąpień publicznych i obsługi grup.

Poziom 3 „Przewodniczka”

Zaplanuj i zrealizuj spotkania z psychologiem. Zorganizuj warsztaty ze storytellingu, wystąpień publicznych i obsługi grup. Zorganizuj warsztaty z przewodnikami turystycznymi nastawione na mentoring, ćwiczenia praktyczne w małych grupach (symulacje oprowadzania, prezentacji) oraz rozwijanie i ocenę nowych umiejętności.

8. Opracuj finalne materiały i scenariusze aktywności

Poziom 1 „Świadek_ini historii”

Opracuj finalne materiały dostarczone i zebrane podczas spotkań z rezydentami historii, np. w formie katalogu wspomnień seniorów, z ich pracami artystycznymi, zdjęciami z życia, zdjęciami artefaktów, lub w formie kolekcji krótkich materiałów wideo nagranych z nimi.

Poziom 2 „Żywa historia”

Opracuj końcowe scenariusze dla wybranych aktywności, w szczególności opisz ich przebieg, miejsce, czas trwania, artefakty, przedstawioną przez seniora historię lub jej skrót oraz określ, jakie materiały edukacyjne i artefakty są jej częścią. Opracuj materiały edukacyjne, np. prezentację do przedstawienia w szkole, w muzeum albo w byłym zakładzie pracy, oraz materiały pomocnicze takie jak album ze zdjęciami, notatki, krótką biografię seniora.

Poziom 3 „Przewodnik_czka”

Opracuj końcowe scenariusze wybranych tras turystycznych, w szczególności opisz ich przebieg, miejsca, atrakcje, czas trwania, przedstawioną przez seniora historię lub jej skrót oraz określ, jakie materiały edukacyjne i artefakty są jej częścią. Opracuj materiały edukacyjne, np. mapkę trasy z zaznaczonymi atrakcjami, zdjęcia i inne artefakty wykorzystywane podczas oprowadzania przez seniora takie jak stare zdjęcia, jego notatki lub krótką biografię.

9. Przeprowadź finalne symulacje aktywności z seniorami**Poziom 2 „Żywa historia” i Poziom 3 „Przewodnik_czka”**

Zaplanuj i zrealizuj przetestowanie przez seniorów wybranych aktywności w docelowych warunkach przed uruchomieniem programu, np. w gronie innych seniorów, ich bliskich czy pracowników i partnerów projektu. W ten sposób będą oni mieli możliwość sprawdzenia nowo zdobytych kompetencji w działaniu oraz zdobycia pierwszych realnych doświadczeń w tym obszarze, co pomoże im wzmocnić swoje poczucie wartości i nabrać pewności siebie.

10. Przygotuj się do uruchomienia programu

Zamieść informacje o starcie programu i poszczególnych aktywnościach na swojej stronie internetowej i w social mediach.

Skoordynuj swoje działania z partnerami projektu. Opracuj harmonogram aktywności według dostępności seniorów i ich możliwości. Nadal dbaj o wsparcie psychologiczne seniorów zaangażowanych na poziomie 2 i 3.

Realizacja grantu

Etap 02 Uruchomienie

1. Uruchom rekrutację odbiorców nowej oferty turystycznej dla zaplanowanych aktywności

Poziom 2 „Żywa historia”

Jeśli wybrałeś aktywności w muzeum, zakładzie pracy lub innym ciekawym miejscu, otwórz zapisy na wybrane dni prezentacji. Zadbaj, aby wielkość grupy była dobrana pod zadeklarowane możliwości seniora i jego kompetencje. Pamiętaj, że w tym okresie nadal warto, aby seniorzy korzystali ze wsparcia psychologa ze względu na nowe sytuacje i możliwe problemy podczas pracy. Jeśli miejscem aktywności będzie szkoła, porozmawiaj z nauczycielami i psychologiem, jaką grupę najlepiej dobrać na spotkanie z rezydentem historii.

Poziom 3 „Przewodnik_czka”

We współpracy z przewodnikiem prowadź aktywną rekrutację uczestników. Prowadząc rekrutację na dany termin, wspólnie z przewodnikiem i seniorem uzgodnijcie wielkość grupy. Jest to ważne ze względu na zakres kompetencji seniora oraz możliwe zmiany w jego stanie zdrowia. Pamiętaj, że możecie też kierować ofertą do wybranych grup: młodzieży, rodzin, dzieci czy innych seniorów. Wspólnie ustalajcie harmonogram oprowadzań. Także tutaj pamiętaj, że w tym okresie nadal warto, aby seniorzy korzystali ze wsparcia psychologa ze względu na nowe sytuacje i możliwe problemy podczas pracy.

2. Realizuj aktywności

Uruchom ofertę dla mieszkańców, szkół, turystów. Dokumentuj prowadzone działania, dbaj o dobrostan rezydentów historii oraz rozwiązuj pojawiające się problemy.

3. Testuj różne formaty działań

Możesz sukcesywnie uruchamiać i testować zaplanowane aktywności. Omawiaj pojawiające się wyzwania, które być może trudno było przewidzieć wcześniej. Wspólnie z zaangażowanymi osobami

wyciągajcie wnioski z prowadzonych działań, aby jak najsprawniej mogły być one realizowane w kolejnych odstępach. Zmiany, sugestie czy dobre praktyki uwzględniajcie w opracowanych wcześniej scenariuszach aktywności.

4. Zbierz informację zwrotną od odbiorców nowej usługi turystycznej, partnerów i seniorów

Mogą to być krótkie ankiety przeprowadzone z odbiorcami usług (uczniami, mieszkańcami, turystami), rozmowy z partnerami projektu albo spotkania z seniorami. Celem tych działań jest poznanie ich odczuć i potrzeb.

5. Dbaj o bezpieczeństwo, samopoczucie i energię rezydentów_ek historii

Dostosowuj harmonogram aktywności i stopień zaangażowania do realnego samopoczucia i energii rezydentów historii. Po wspólnej rozmowie z seniorami i psychologiem możecie podjąć decyzję o zmniejszeniu lub zwiększeniu wymiaru zaangażowania w danej aktywności. Pamiętaj, że zmiany w obszarze zdrowia seniorów mogą być gwałtowne, dlatego elastyczne dopasowanie harmonogramu działań, np. możliwość odpoczynku lub okresowej lub pełnej rezygnacji z aktywności w razie potrzeby, powinny być zawsze brane pod uwagę.

Rozwój rozwiązania po rozliczeniu grantu

Etap 03 Monitoring działań

1. Określ wskaźniki i miary sukcesu

Ustal jasne i mierzalne kryteria oceny programu oraz systematycznie je monitoruj. Ustal sposoby, w jaki dane będą zbierane i gromadzone, np. standardowa ankieta ilościowa lub jakościowa do wypełnienia po każdej wycieczce lub zajęciach w szkole.

Poniżej masz kilka przykładowych mierników:

- **liczba odbiorców (bezpośrednich i pośrednich)** — np. ilu turystów i mieszkańców faktycznie skorzystało z danych form aktywności,
- **poziom satysfakcji odbiorców pośrednich** — np. >80% ankietowanych odbiorców deklaruje zadowolenie z uczestnictwa w danej inicjatywie,
- **wzrost satysfakcji i poczucia sprawczości** — rezydentów historii związany z podejmowaniem ważnych aktywności społecznych, docenienie własnych osiągnięć w tej dziedzinie określone na podstawie deklaracji odbiorcy,
- **liczba wydarzeń** — ile działań i inicjatyw udało się zorganizować w ciągu miesiąca/roku,
- **współpraca** — ilu partnerów, np. NGO-sów, firm, przewodników aktywnie współpracuje w ramach tej innowacji,
- **liczba artykułów / komunikatów** — ile raz pojawiła się informacja, np. w mediach lokalnych na temat programu,
- **zwiększenie liczby nowych kontaktów** — określana na podstawie deklaracji rezydenta historii liczba osób, które pojawiły się w jego życiu w ramach testowania innowacji,
- **wzrost aktywności seniorów** — mierzony częstotliwością wychodzenia z domu w celach społecznych oraz podejmowaniem aktywności spoza codziennej rutyny (rodzaj nowych czynności).

2. Zbieraj opinie

Regularnie prowadź badania w formie krótkich ankiet, dzięki czemu powstanie lista działań, które działają dobrze i cieszą się popularnością oraz tych wymagających poprawy. Badanie powinno dotyczyć wszystkich odbiorców: rezydentów historii, turystów i mieszkańców.

3. Udoskonalaj program i wybieraj ajatrakcyjniejsze formy i aktywności

Wszelkie zebrane dane nie powinny tkwić bezczynnie w szufladach, a służyć jako podstawy do podejmowania decyzji i wprowadzania usprawnień. Analizuj więc zebrane informacje zwrotne i na ich podstawie ulepszaj proponowane usługi i program.

Warto wdrażać zmiany i szybko reagować na informacje zwrotne albo sprawdzać nowe pomysły. Przeprowadź analizę efektywności, dokonaj wyboru działań, które sprawdzą się najlepiej w dłuższej perspektywie.

4. Zarządzaj finansowaniem

Regularnie porównuj przychody, np. z biletów wstępu do muzeów, liczbę wykupionych wycieczek, z kosztami. To pozwoli Ci ocenić, jakie są realne wymagania programu, i lepiej planować budżet. Warto sprawdzać, czy któreś z zadań nie mogłoby być osobno biletowane, być może w miarę rozwoju tej inicjatywy powstanie na tyle dużo ciekawych działań i materiałów, że mogłyby one stanowić osobną atrakcję.

5. Raportuj

Prowadź okresowe raporty, np. co kwartał, podsumowujące dotychczasowe działania. Raport może być podstawą do rozmów o dalszym finansowaniu i rozwoju programu w dłuższej perspektywie. Pokazanie efektów zwiększa transparentność i szansę na dalsze wsparcie.

Rozwój rozwiązania po rozliczeniu grantu

Etap 04 Upowszechnianie

1. Zweryfikuj gotowość na skalowanie

Przeanalizuj dotychczasowe raporty, w szczególności ocenę kondycji i dyspozycyjności seniorów, ustal, czy ich zaangażowanie można zwiększyć, czy raczej trzeba wzmacniać grupę nowymi osobami. Określ stabilność organizacyjną, partnerstwa, jakość materiałów edukacyjnych. Zweryfikuj plan finansowy i kadrowy. Obiektywnie spójrz na możliwość skalowania programu.

2. Rozszerz program na nowe miejsca i instytucje

Stwórz listę potencjalnych nowych lokalizacji (muzea, szkoły, domy kultury, miejsca pamięci, szlaki turystyczne), oceń dostępność przestrzeni, skontaktuj się z osobami zarządzającymi tymi jednostkami. Zaangażuj się w przygotowanie programu w nowej lokalizacji i przetestowanie wybranych działań przed pełnym wdrożeniem.

3. Włączaj kolejnych rezydentów_ki historii

Przeprowadź rekrutację i zorganizuj spotkania integracyjne z istniejącą grupą seniorów. Trzymaj wypracowane do tej pory standardy i pamiętaj o zapewnieniu nowym osobom podstawowych szkoleń (storytelling, praca z grupą) oraz opieki psychologa. Możesz pomyśleć o rozwijaniu systemu mentoringu wśród rezydentów historii – doświadczeni seniorzy mogą wspierać nowo-przyjętych rezydentów.

4. Pozyskaj dodatkowe środki finansowe

Monitoruj konkursy grantowe, przygotuj ofertę sponsorską dla firm, uwzględniając w niej korzyści wizerunkowe i społeczne. Postaraj się o wpisanie programu w lokalne strategie rozwoju kultury, turystyki czy senioralnej polityki społecznej, rozważ współpracę z innymi samorządami lub crowdfunding.

4. Na jakie potencjalne ryzyka należy uważać?

Każde wdrożenie projektu niesie za sobą bariery, które mogą się pojawiać w trakcie prac. Poniżej znajduje się lista barier oraz sposoby radzenia sobie z nimi, które pozwolą na lepsze przygotowanie się do działania.

Bariera	Sposób poradzenia sobie z nią
<p>Ryzyko prawne — brak ubezpieczenia OC i NNW rezydentów historii podczas działań, brak zgód na wykorzystanie zdjęć i nagrań</p>	<p>Wykupienie grupowego ubezpieczenia OC i NNW dla seniorów biorących udział w przedsięwzięciu. Przygotowanie klauzul RODO. Współpraca z prawnikiem JST w zakresie umów, w tym regulaminu projektu.</p>
<p>Niedopasowanie miejsc — nie każdy obiekt jest przyjazny rezydentom historii (schody, brak wind, brak toalety)</p>	<p>Wybór obiektów przyjaznych seniorom i osobom z ograniczoną mobilnością. W razie potrzeby – wsparcie wolontariuszy w poruszaniu się.</p> <p>Włączenie „Rezydentów_ek historii online” w formie webinarów lub spotkań online, nagranie historii seniorów w formie filmów dostępnych na stronie internetowej.</p>
<p>Stopień zaangażowania a wynagrodzenie — niektórzy rezydenci historii mogą oczekiwać wynagrodzenia (po pilotażu), np. osoby „na stałe” świadczące usługi w muzeum, inni być może chętnie potraktują to jako wolontariat</p>	<p>Jasne określenie oczekiwań, możliwości oraz form współpracy: wolontariat, umowy-zlecenia, umowy o dzieło odpowiadające stopniowi zaangażowania w projekcie.</p>

więcej na następnej stronie ↓

Bariera	Sposób poradzenia sobie z nią
Niewystarczające przygotowanie rezydentów historii do pełnionej funkcji — brak odpowiednio zbadanych potrzeb szkoleniowych oraz brak praktyki nowo zdobytych umiejętności	Wstępna diagnoza potrzeb szkoleniowych w formie ankiet i rozmów. Szkolenia praktyczne w małych grupach - ćwiczenie wystąpień publicznych, próbné oprowadzanie, wsparcie przewodnika.
Niespójność narracji — rezydenci historii mogą opowiadać zbyt osobiste, kontrowersyjne lub jednostronne historie, które mogą być trudne dla odbiorców lub odbiegać od prawdy historycznej	Warsztaty ze storytellingu - wspólne opracowanie scenariuszy. Uzgodnienie zasad: co można, a czego nie należy opowiadać podczas oficjalnych oprowadzań. Możliwość opowieści osobistych w wyznaczonej formule (np. spotkania w klubie, wywiady wideo).
Nierealistyczne oczekiwania co do kondycji zdrowotnej i dyspozycyjności rezydentów historii — zbyt duże obciążenie dla aktywnych seniorów może spowodować ich wypalenie	Elastyczny grafik, możliwość udziału w mniejszym zakresie. Zasada „nie ma obowiązku, jest wybór” – każdy senior sam decyduje o formie zaangażowania w danym momencie. Stałe monitorowanie kondycji uczestników przez koordynatora rezydentów historii.
Zbyt ambitne podejście — trudności w zrealizowaniu grantu ze względu na zbyt dużą liczbę różnych działań	Priorytetyzacja działań poprzez wybór 2-3 formatów pilotażowych zamiast wielu. Stopniowe wdrażanie nowych aktywności dopiero po sprawdzeniu pierwszych.

Bariera	Sposób poradzenia sobie z nią
<p>Brak przekonania o własnej wartości wśród starszych osób dorosłych — ryzyko związane z tym, że ktoś może być chętny, ale ma poczucie, że nie ma swoich historii wartych do opowiedzenia</p>	<p>Zaangażowanie psychologa podczas rozmów rekrutacyjnych.</p> <p>Spotkania motywacyjne i wsparcie psychologa/coacha.</p> <p>Pokazywanie przykładów, np. nagrania innych seniorów, którzy dzielą się historiami. Podkreślanie wartości nawet małych wspomnień, np. codzienne życie, lokalne zwyczaje, wspomnienia z dzieciństwa.</p>
<p>Brak długofalowego modelu — ryzyko, że projekt skończy się na pilotażu i nie przejdzie w trwałe rozwiązanie systemowe po zakończeniu finansowania</p>	<p>Już w trakcie grantu, planowanie finansowania po jego zakończeniu (sponsoring, budżet JST, biletowanie).</p> <p>Szukanie instytucji „właściciela” programu (np. muzeum miejskie, Centrum Aktywności Seniora).</p> <p>Rozszerzanie stopniowe oferty – od pilotażu w jednym miejscu do kilku obiektów lub tras.</p>

5. Harmonogram prac

Zadanie	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Etap 01 Przygotowanie													
1. Uruchomienie naboru seniorów i senierek do programu													
2. Ustalenie poziomu zaangażowania zrekrutowanych seniorów													
3. Podpisanie umów z partnerami													
4. Wybór finalnej koncepcji													
5. Sformalizowanie współpracy z seniorami													
6. Rozpoczęcie współpracy z seniorami nad wybranymi aktywnościami													
7. Szkolenia dla rezydentów historii													
8. Opracowanie finalnych materiałów i scenariuszy aktywności													
9. Finalne symulacje aktywności z rezydentami historii													
10. Przygotowanie do uruchomienia programu													

- szacunkowy czas etapu

- optymalny czas

- margines czasowy

Zadanie	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12				
Etap 2: Uruchomienie							■									
1. Uruchomienie rekrutacji odbiorców nowej usługi turystycznej							■		■							
2. Realizacja aktywności							■									
3. Testowanie różnych formatów działań							■		■							
4. Zbieranie informacji zwrotnych od odbiorców nowej usługi turystycznej, partnerów i seniorów									■							
5. Czuwanie nad bezpieczeństwem i dobrym samopoczuciem rezydentów historii							■									

■ - szacunkowy czas etapu

■ - optymalny czas

■ - margines czasowy

6. Ramowy budżet wdrożenia innowacji

W ramowym budżecie zawarto wyłącznie koszty kwalifikowalne możliwe do sfinansowania w ramach grantu. Katalog ten nie jest zamknięty – jest wyjściową propozycją wynikającą z opisanego powyżej planu wdrożenia. Docelowy budżet powinien zostać dopasowany do skali wdrożenia i warunków organizacyjnych w jednostce wdrażającej innowację.

Budżet został podzielony na zakres podstawowy i poszerzony, zawierający koszty opcjonalne. Do zakresu podstawowego zostały przyporządkowane koszty uznane za niezbędne do wdrożenia innowacji. Zakres poszerzony zawiera natomiast koszty opcjonalne – ocenione jako ważne, bez których jednak innowacja jest możliwa do wdrożenia.

1. Wynagrodzenia osób bezpośrednio zaangażowanych						
pozycja	jednostka	liczba	cena od	cena do	koszt od	koszt do
zakres podstawowy						
1.1 Wynagrodzenie dla koordynatora rezydentów historii (¼ etatu x 12 miesięcy)	miesiąc	12	2 000	3 000	24 000	36 000
1.2 Wynagrodzenie psychologa za warsztat budowanie pewności siebie i poczucie własnej wartości	godziny/ grupa	8	150	350	1 200	2 800
1.3 Catering kawowy i obiadowy na warsztat: budowanie pewności siebie i poczucie własnej wartości. (1 dzień, 15 osób)	osoba	15	93	115	1 395	1 725

więcej na następnej stronie ↓

Ze względu na zaangażowanie rezydentów_ek historii, zaangażowanie zostało obliczone dla jednego seniora_ki. Kwotę można multiplikować w zależności od decyzji co to liczby uczestników projektu.

„Świadek historii”						
Wynagrodzenie psychologa (10os x 3h)	godziny/ osobę	30	120	200	3 600	6 000
„Żywa historia”						
1.5 Wynagrodzenie psychologa_żki (6os x6)	godziny/ osobę	36	120	200	4 320	7 200
1.6 Wynagrodzenie trenera	godziny/ grupę	24	150	350	3 600	8 400
1.7 Catering kawowy i obiadowy (3 dni, 6 os)	osoba	18	93	115	1 674	2 070
„Przewodnik_czka”						
1.8 Wynagrodzenie psychologa (3 os x 12h)	godziny/ osobę	36	120	200	4 320	7 200
1.9 Wynagrodzenie trenera	godziny/ grupę	40	150	350	6 000	14 000
1.10 Catering kawowy i obiadowy (5 dni, 3 os)	osoba	15	93	115	1 395	1 725
1.11 Wynagrodzenie przewodnika turystycznego	godziny/ grupę	40	70	150	2 800	6 000
suma kosztów podstawowych					54 304	93 120
zakres poszerzony (koszty opcjonalne)						
1.12 Wynagrodzenie dla kuratora projektu (1/4 etatu x 12 miesięcy)	miesiąc	12	1 450	1 750	17 400	21 000
suma kosztów opcjonalnych					17 400	21 000

więcej na następnej stronie ↓

2. Narzędzia, urządzenia i zakupy bezpośrednio związane z wdrożeniem						
pozycja	jednostka	liczba	cena od	cena do	koszt od	koszt do
zakres podstawowy						
2.1 Opracowanie graficzne materiałów edukacyjnych i merytorycznych wraz z kosztami wydruku	zlecenie	1	3 000	8 000	3 000	8 000
2.2 Materiały audiowizualne Usługa zrealizowania multimedialnych materiałów merytorycznych	zestaw	1	3 000	6 000	3 000	6 000
2.3 Koszt udostępnienia sal na szkolenia	godzina/ grupa	64	100	200	6 400	12 800
2.4 Koszt udostępnienia przestrzeni na spotkania seniorów z psychologiem	godzina	36	100	200	3 600	7 200
2.5 Koszt ubezpieczenia seniorów - OC i NNW (na czas uczestniczenia w projekcie - 6 miesięcy)	osoba	1	1 500	2 500	1 500	2 500
suma kosztów podstawowych					17 500	36 500
łącznie koszt (zakres podstawowy)					71 804	129 620
łącznie koszt - zakres poszerzony (koszty podstawowe + opcjonalne)					89 204	150 620

03

Lista załączników i źródła



1. Lista załączników

Wdrożenie innowacji wspierają materiały dodatkowe, które można ściągnąć ze strony www.innowacjewsamorzadzie.pl

1. Matryca autooceny kandydatów na rezydentów_ki historii
2. Ankieta autodiagnozy oczekiwań i predyspozycji kandydatów na rezydentów_ki historii

2. Źródła

1. Zdjęcia pochodzą z serwisów:
Freepik, www.freepik.com;
Adobe Stock, www.stock.adobe.com
2. Ikony pochodzą z serwisu Flaticon, www.flaticon.com

