



nr 1 (41), styczeń 2023 | issn 2658-1507

Bezpłatny miesięcznik ogólnopolski dla środowiska senioralnego

AKTYWIZACJA SENIORÓW NA WSI

Podczas finałowej gali
projektu seniorzy pokazali
swoje umiejętności sceniczne



#SENIOR_MOTYWACJA

**TO, CO
NAZYWAMY
RUTYNĄ, JEST
PEŁNE NOWYCH
MOŻLIWOŚCI,
ALE NIE WIEMY,
ŻE KAŻDY DZIEŃ
JEST INNY NIŻ
POPRZEDNI.
WSZYSTKO SIĘ
ZMIENIA.**

PAULO COELHO

SUPER Senior
AKTYWIZACJA I KOMUNIKACJA 60+



SPIIS TREŚCI



04

Aktywizacja seniorów na wsi

05

Projekt wzMOCnieni wesprze seniorów i edukatorów

06

Poznaj historię, by budować tolerancyjną przyszłość

08

Wywiad: Seniorzy nadal mają swoje potrzeby i swoje zdanie. Nie zabierajmy im tego!

10

Przygotowujesz zajęcia dla seniorów mało aktywnych? Spróbuj tego!

12

Do diabła z dziadurzeniem!
Felieton Barbary Górnickiej-Naszkiewicz

13

Felietonowy dwugłos:
Seniorzy trenują... liczebniki

14

Poetyckie klisze pamięci
Wiesława Janickiego

15

W jodze twarzy zakochała się na emeryturze. Z cyklu Seniorzy z pasją

16

Jak dotrzeć do dojrzałego odbiorcy? Silver content w pigułce

OD REDAKCJI

*W każdym wieku
możesz być super!*

Moje motto przyciąga jak magnes osoby z całej Polski, którym zależy na lepszej jakości życia ludzi starszych. Stale powtarzam, że jest to wyzwanie dla całego społeczeństwa, ale przede wszystkim dla mediów, organizacji społecznych i podmiotów srebrnej gospodarki, które mają duży, realny wpływ na dobrostan polskich seniorów.

Zauważenie ogromnych potrzeb środowiska senioralnego było impulsem do wydania ogólnopolskiego magazynu. Moją misją jest dostarczanie wartościowych treści nie tylko osobom starszym, ale także animatorom, opiekunom, terapeutom, podmiotom społecznym i gospodarczym.

Jestem przekonana, że takie holistyczne ujęcie tematu przełoży się na lepsze postrzeganie i przeżywanie starości.

Barbara Górnicka-Naszkiewicz

DR BARBARA GÓRNICKA-NASZKIEWICZ
REDAKTOR NACZELNA

WYDARZENIA

Aktywizacja seniorów na wsi

5 grudnia w Miejskim Ośrodku Kultury w Głubczycach odbyła się gala finałowa projektu „Aktywizacja seniorów na wsi”.



W ramach Marszałkowskiego Budżetu Obywatelskiego jesienią ubiegłego roku realizowany był projekt „Aktywizacja seniorów na wsi”. Zadanie kierowane przez Dom Dziennego Pobytu w Głubczycach (woj. opolskie) polegało na organizowaniu spotkań z terapeutami zajęciowymi w świetlicach wiejskich.

Głównym celem projektu było przygotowanie oferty aktywizacyjnej zbliżonej do tej, jaką mają seniorzy w mieście. To bardzo ważne dla podniesienia jakości życia na wsi.

– Druga część projektu „Aktywizacja seniorów na wsi” ma pokazać, jak projekt wpłynął na ich życie. Starość nie musi być smuta, nie musi być byle jaka, ale może nieść jakość, może być jakaś – fajna.

LILIANA DĄBROWA, KIEROWNIK DDP W GŁUBCZYCACH

Podczas gali finałowej podsumowano działania projektu. Każda grupa biorąca w nim udział mogła realizować swoje pasje. Klub Seniora „Azalia” z Bogdanowic ćwiczył występy artystyczne, seniorki z Widoku i Debrzyc przygotowywały potrawy i ciasta, a panie z Bernacic Górnych w ramach zajęć terapeutycznych wykonywały okolicznościowe stroiki.

Finał projektu był czasem prezentacji efektów pracy twórczej. Głównym punktem programu był śpiew i taniec seniorów z Klubu „Azalia”, a jego zwieńczeniem – występ kabaretowy.

– Chciałabym podziękować wszystkim, którzy przyczynili się do tego, że senior na wsi jest aktywny, jest kreatywny, wesoły, spełnia swoje marzenia, hobby, pasje, może się wykazać w tym klubie. Proszę z niego nie rezygnować, bo naprawdę jest potrzebny. Widzę, ile jest uśmiechu i radości w osobach, które przechodzą do tego klubu. Kiedy zbliża się ta data i ten dzień, biegną i się spotykają – to też jest jakaś terapia, nie tylko artystyczna!

KRYSZYNA ZIÓŁKOWSKA Z KLUBU SENIORA „AZALIA”

DOBRE PRAKTYKI I PROJEKTY

Projekt wzMOCnieni wesprze seniorów i edukatorów

Fundacja Via Salutis zainaugurowała Projekt „WzMOCnieni” konferencją zorganizowaną w Wyższej Szkole Bankowej w Opolu.



Głównym tematem spotkania był dobrostan polskich seniorów. Eksperci zastanawiali się, jak pomóc osobom starszym go budować i podnieść kompetencje edukatorów w tym zakresie. Przedstawiono także szczegóły i harmonogram działań.

Projekt „wzMOCnieni” zapowiada się bardzo obiecująco. Fundacja Via Salutis wraz ze Stowarzyszeniem Praktyków Dramy STOP KLATKA oraz Stowarzyszeniem Ós Pressan będzie przeciwdziałać marginalizacji seniorów oraz uruchomi proces budowania dobrostanu i podnoszenia kompetencji osób działających w obszarze senioralnym.

To ciekawe przedsięwzięcie będzie realizowane na terenie województwa dolnośląskiego i opolskiego poprzez działania skierowane do seniorów i edukatorów. Mają one wzmocnić ukryty potencjał poprzez zwrócenie uwagi na moc rezyliencji, dobrostanu, równowagi, spokoju oraz radości. Taka wielopłaszczyznowa koncepcja jest nie tylko bardzo ambitna, ale również nowatorska i – co najważniejsze – odpowiada na potrzeby środowiska senioralnego.

— To co masz wystarczy, trzeba się skoncentrować na sobie. [...] Jak myślimy, tak żyjemy, dlatego ważne jest unikanie ruminacji, czyli nieustannego opowiadania o problemach. Trzeba przepracować wszystkie traumy.

DR JADWIGA KWIEK, PRELEGENCKA

Właśnie z tego powodu dbałość o dobrostan jest ważna szczególnie dziś, gdy seniorzy przez długi okres żyli w strachu oraz izolacji spowodowanej pandemią. Teraz wielu z nich czuje zagrożenie związane z wojną na Ukrainie, odczuwa skutki inflacji, boryka się z samotnością i osobistymi problemami. Stale zatem trzeba seniorów aktywizować, bo to bardzo istotne dla ich równowagi psychicznej.

Nikt nie chce być stary, ale można do starości się przygotować. Należy też przygotować kadry. Dobrostan to może być dla każdego coś zupełnie innego – wysypujemy karty i każdy wyciąga swoją.

ALICJA PRZEPÍÓRSKA-UŁASZEWSKA,
FUNDACJA VIA SALUTIS

W ramach projektu ekspertki wypracują, przetestują i upowszechnią program „wzMOCnieni” wśród edukatorów senioralnych. A tymi ekspertkami będą: dr Joanna Wawrzyniak, Agnieszka Buśk, Alicja Przepiórska-Ułaszewska, Ewa Marcinek oraz Pálína Jónsdóttir. Już podczas konferencji odbyły się pierwsze zajęcia warsztatowe z ich udziałem.

Innowacyjny projekt z pewnością podniesie jakość życia osób starszych, a edukatorów zaopatrzy w nowatorskie techniki i metody pracy. Już dziś można powiedzieć, że jego wartość dla dobrostanu seniorów jest nie do przecenienia.

DZIAŁANIA MIĘDZYPOKOLENIOWE

Poznają historię, by budować tolerancyjną przyszłość

Uczniowie Zespołu Szkół w Kietrze zakończyli w grudniu polską część międzynarodowego projektu pn. „Ucząc się na błędach przeszłości, budujemy tolerancyjną rzeczywistość”.



Międzynarodowy projekt Erasmus+ realizowany jest przez uczniów Zespołu Szkół w Kietrze wspólnie ze szkołami partnerskimi z Włoch, Niemiec i Portugalii. Młodzież biorąca w nim udział poznała bliżej tragiczną historię II wojny światowej i podjęła trudną tematykę holocaustu.

— „Ucząc się na błędach przeszłości, budujemy tolerancyjną rzeczywistość” to projekt o charakterze historycznym, jak i spo-

łecznym. Uczniowie zapoznali się z tą trudną częścią historii Polski i Europy związaną z II wojną światową, zwiedzili obóz koncentracyjny w Auschwitz-Birkenau i Kraków, by wspólnie pracować nad projektem, znaleźć momenty w historii, które były trudne i ciężkie. Wszystko po to, by historia z przeszłości nigdy się nie powtórzyła.

ANNA LUDWIKOWSKA-WIERZCHOWIEC,
DYREKTOR ZESPOŁU SZKÓŁ
W KIETRZU

Oprócz wycieczek edukacyjnych w ramach międzynarodowego projektu Erasmus+ nauczyciele i uczniowie ze szkół partnerskich z Niemiec i Włoch zwiedzili miejsca związane z wojenną historią Kietrza: „Welur”, miejsce dawnego Cmentarza Żydowskiego oraz Obóz Przymusowej Pracy dla Polaków.

W projekcie chcieliśmy podkreślić, że pokazanie tego, co się stało w Auschwitz jest bardzo istotne chociażby w kontekście dzisiejszej wojny w Ukrainie, która pokazuje, że mimo iż żyjemy w XXI wieku, tego typu rzeczy mogą się zdarzyć.

ANNA ALEKSIEJEWICZ,
KOORDYNATORKA PROJEKTU.

Ważnym punktem projektu było spotkanie z naocznym świadkiem historii. Do szkoły zaproszono Grzegorza Tomaszewskiego, byłego więźnia niemieckiego obozu koncentracyjnego w Birkenau. Przywołał on wiele poruszających historii i obozowych wspomnień, które młodzież zapamięta na długo.

Niemniej istotnym aspektem projektu była integracja i przełamywanie barier językowo-kulturowych. Wspólne wycieczki, warsztaty i imprezy zacieśniły więzi między uczestnikami. Było również miejsce na spotkanie tradycji kulinarnych, kiedy goście z Portugalii, Włoch i Niemiec mogli skosztować specjałów kuchni polskiej: pierogów, bigosu, barszczu i grochówki.

Tak ciekawy i wieloaspektowy projekt z pewnością zaowocuje w przyszłości. Jego kolejnym etapem będzie wyjazd uczniów i nauczycieli z Kietrza na Sycylię.

BARBARA GÓRNICKA-NASZKIEWICZ





SENIORZY MAJĄ NADAL SWOJE POTRZEBY I SWOJE ZDANIE. NIE ZABIERAJMY IM TEGO!

W jaki sposób można poprawić dobrostan osób starszych? Czy pomoc w tym może wirtualna rzeczywistość? O tym rozmawiam z Anną Jarosińską, założycielką Instytutu Psychogerontologii.

– Kondycja psychiczna seniorów pozostawia wiele do życzenia. Jakie są największe bolączki dotyczące opieki psychologicznej i psychiatrycznej w Polsce?

– Bardzo często spotykałam się w swojej praktyce w pracy z seniorami, gdzie stereotypy i brak dostatecznej edukacji społecznej – to główne problemy osób, które opiekowały się seniorami oraz samych seniorów. Nierzadko opieka przerasta realne potrzeby opiekunów, a aby dbać o kogoś, najpierw trzeba zacząć dbać o siebie.

Seniorzy mają swoje potrzeby, między innymi takie jak: potrzeba bezpieczeństwa psychicznego, potrzeba przynależności do grupy, potrzeba życzliwości i przyjaźni, uznania, zachowania niezależności, emocjonalnego wsparcia oraz wiele innych. Często, a nawet bardzo często, te potrzeby są niespełniane. Senior podupada na zdrowiu psychicznym, nie dość, że musi sobie radzić z procesem starzenia, zmagając się z trudną starością, z przejściem na emeryturę, to często przestaje pełnić rolę

„głowy rodziny” i wtedy może dotknąć go depresja. Najczęściej wynika ona np. z braku akceptacji rzeczywistości, dlatego niezwykle ważne jest wsparcie seniora w tym czasie.

– W jaki sposób psychogerontolog może poprawić dobrostan osób starszych?

– *Psychogerontolog swoją pomoc kieruje do osób w wieku późniejszej dojrzałości oraz ich najbliższego otoczenia, ale to także edukacja od najmłodszych lat, czyli „przygotowanie do starości”. Psychogerontologia to dziedzina, która łączy wiedzę z zakresu geriatry, psychologii, seksuologii, fizjoterapii, prawa, komunikacji, dietetyki. Dzięki tej wiedzy psychogerontolog wspiera zarówno seniorów oraz ich bliskich, jak również opiekunów.*

Psychogerontolog w trakcie przeprowadzania rozmowy terapeutycznej prowadzi działania mające na celu wykorzystanie wszystkich możliwych zasobów osoby wymagającej pomocy tj:

- kształtowanie właściwych postaw seniorów,
- odkrycie potencjału, osób starszych do podjęcia nowych zadań, ról i realizacji się w nich takich jak wolontariat, reaktywacja zawodowa,
- pomoc w akceptacji, zrozumieniu zmian jakie zaszły i znalezieniu pozytywnych walorów,
- pomoc w wejściu w nowe relacje międzyludzkie,
- organizacja czasu wolnego,
- pomoc najbliższym w stworzeniu strategii opieki nad niesamodzielną osobą starszą,
- pomoc w odkrywaniu swojego potencjału na każdym etapie życia,
- pomoc w wypracowaniu całościowej strategii radzenia sobie z trudnymi zmianami.

I wiele innych, ale najtrudniejsza to ta końcowa, czyli towarzyszenie i podejście do śmierci. Koniec, jakiego wszyscy doświadczymy, u różnych osób wywołuje inne emocje: u jednych jest cierpienie i spustoszenie, u innych strach, a jeszcze inni czują ulgę.

– Jak wspiera Pani seniorów na co dzień?

– Przez 5 lat pracowałam jako kierownik w Dziennym Domu Pobytu i tam wypracowałam sobie pokorę, wiele nauczyłam się od Seniorów. Moje codzienne motto, kiedy szłam do pracy było – i nadal mi towarzyszy w życiu – „DAJ LUDZIOM TO, CO SAMA CHCIAŁABYŚ DOSTAĆ W ICH WIEKU”.

Pracując warsztatowo z seniorami, podchodzę do każdej grupy indywidualnie, nawet jeśli jest to ten sam temat. Staram się pokazać inne aspekty życia, przełamać stereotypy i pokazać, że życie mimo chorób i cierpień może być kolorowe. Oczywiście przemycam to poprzez różne zabawy, gry, warsztaty manualne. Ale podstawa to słuchanie seniorów i tutaj muszę się pokusić o pewne słowa śp. Pana Bronka.

Zapytałam kiedyś podopiecznych jak im się podobał rok, który minął, a co im się nie podobało, co powinnam zaplanować w większej ilości, a co może wyrzucić z planu. Odpowiedź padła taka: „Pani zawsze pyta, a nas w tym wieku już raczej nikt o zdanie nie pyta, zazwyczaj to inni wiedzą co jest dobre dla nas”.

Musimy pamiętać, że Seniorzy mają nadal swoje potrzeby i swoje zdanie. Nie zabierajmy im tego! Praca w tym zawodzie to przede wszystkim empatia, umiejętność słuchania, pokora.

– Czy Wirtualna Rzeczywistość może podnieść jakość życia?

– Tak, jak najbardziej. Jest to rozwiązanie medyczne i ma wspomóc pracę innych specjalistów tj: rehabilitantów, psychologów, terapeutów. VR TierOne z powodzeniem pomoże zadbać o dobrostan psychiczny zarówno zestresowanych pracowników, jak i podopiecznych domów opieki. Jeżeli senior będzie miał motywację, energię i wiarę w siebie, poprawi się jego jakość życia. Będzie bardziej samodzielny, chętny do wykonywania różnych ćwiczeń, zadań, będzie radosny. Czyli wracając do początku, do stanu psychicznego – jeśli będzie tu szczęście, radość, obniżony poziom lęku, stresu to nasz senior będzie oddalał się od depresji.

– Jak wygląda i jakie rezultaty daje terapia VR TierOne?

– Tak jak wspomniałam wcześniej, urządzenie medyczne pozwala pacjentowi na przejście do wirtualnego Ogrodu Odrodzenia.

W ogrodzie mamy zaszyty pewien program terapeutyczny, terapeuta wypowiada pewne sugestie terapeutyczne przy czym snuje pewną opowieść. Zaszyte są w nią pewne zadania aktywizujące pacjenta poprzez namalowanie joystickiem, zadania pamięciowe, sprawnościowe, gdzie po udarach aktywizuje się chorą rękę. Łącząc różne elementy, pomaga się wrócić do zdrowia, podnieść motywację. Terapia złożona z cyklu 8 sesji i poprawia kondycję psychiczną pacjenta. Zestaw specjalnie przygotowanych zadań uaktywnia pacjenta do współpracy, wykreowany Wirtualny Ogród pozwala mu na pełne zanurzenie i odseparowanie od warunków szpitalnych. Opowieść terapeutyczna pełna metafor uruchamia wyobraźnię. Wszystko to sprawia, że pacjent dąży do zdrowia i osiąga lepsze wyniki zdrowotne.

Badania naukowe potwierdzają skuteczność w redukcji poziomu depresji aż o 37% (wg skali GDS), obniżaniu poziomu stresu o 28% (wg PSQ), obniżaniu poziomu lęku o 37% (wg skali HADS). Ale przede wszystkim pacjent ma motywację do dalszych działań. VR to bezpieczna terapia, skuteczna, przyjemna, zaplanowana, nefarmakologiczna.

dziękuję za rozmowę

BARBARA GÓRNICKA-NASZKIEWICZ

Artykuł powstał w ramach ogólnopolskiej akcji Senior to (nie)brzmi dumnie. Głos w dyskusjo o stereotypach, ageizmie i wyzwaniach starzejącego się społeczeństwa

Przygotowujesz zajęcia dla seniorów mało aktywnych? Spróbuj tego!

Terapeutyczne i aktywizacyjne zajęcia dla seniorów to cały wachlarz możliwości rozwoju zainteresowań i pasji. Niestety, wciąż dużo osób starszych jest mało aktywnych. Jeśli odpowiednio je zmobilizujemy, będą miały większą motywację, by zaangażować się w różne działania. Ale jak to zrobić?

Aktywizacja seniorów w domu. Od tego warto zacząć

Seniorzy to osoby, które mają już wypracowany styl życia oraz własne nawyki. Trudno zachęcić do aktywności społecznej, gdy ktoś całe życie był domatorem. I odwrotnie: trudno zatrzymać w domu seniora będącego całe życie w ruchu. Czy to musi oznaczać nihilizm terapeutyczny i skazywać osoby starsze z tej pierwszej grupy na trwanie w bierności?

Uważam, że nie, ale świadomość takiego stanu rzeczy jest bardzo ważna. To ona pozwala inaczej spojrzeć na osoby mało aktywne i przemyśleć sposób dotarcia do nich. Przede wszystkim inicjowanie działań musi zacząć się w bezpiecznym i oswojonym dla nich środowisku: w domu. To tam mogą stawiać pierwsze kroki, np. tworząc poezję, rozwijając talent plastyczny czy podejmując trening umysłu. A jeśli za tym pójdzie również pokazywanie dobrych praktyk na łamach mediów, łatwiej będzie im się przełamać. Nie bez znaczenia jest również postawa osób z najbliższego otoczenia, szczególnie znajomych rówieśników.

„Żywe dowody” na to, że warto działać, dadzą motywację i odwagę do wyjścia na zajęcia proponowane przez UTW czy Domy Dziennego Pobytu.

Oswajaj, przygotuj i angażuj

Każdy terapeuta zajęciowy i animator wie, że na zajęciach grupowych zawsze znajdzie się ktoś, kto podejmuje zadania niechętnie lub z nieśmiałością. Takie osoby zwykle szukają alibi do tego, by być tylko obserwatorami. Na przykład mówią, że nie mają talentu, że nigdy tego nie robiły, że to nie dla nich itp.

Nie namawiajmy seniorów do podjęcia działań, nie zmuszajmy ich na siłę! To, że coś zrobią pod naszą presją wcale nie daje gwarancji, że do tego wrócą. Wprost przeciwnie – w obawie przed naciskiem szybko się zniechęcą i będą unikać takich stresujących sytuacji. Stres jest naturalną reakcją człowieka przed nieznanym, to paraliżująca obawa czy podołamy zadaniu. Nikt nie chce ponieść porażki, a przecież podejmując pierwszy raz aktywność nie ma gwarancji sukcesu. Co zatem zrobić?



Po prostu poprośmy o pomoc – najpierw w rzeczach trywialnych, takich jak przygotowanie stołu przed zajęciami czy rozłożenie przyborów. To też aktywność! Dziękujmy za wsparcie i pokazujmy, że ono też jest bardzo ważne. Bycie potrzebnym i fachowym pomocnikiem to dla większości osób sposób oswajania, bezpiecznego zaangażowania. Taka funkcja będzie dla niektórych wręcz no-bilitacją!

Jak aktywizować osoby starsze? Metoda małych kroków

Pamiętaj, że nikłe zaangażowanie seniora w zajęcia nie jest wynikiem braku Twoich kompetencji. Oswojenie się człowieka z nową przestrzenią i innymi osobami po prostu wymaga trochę czasu – jednym przychodzi szybko, innym nieco wolniej. Dyskretne angażowanie sprawi, że osoby starsze przełamią lęk.

Same będą chciały same spróbować tych pozytywnych doświadczeń, które cieszą ich rówieśników. Bo aktywizacja to nie tylko działanie, ale także emocje mu towarzyszące.

Wobec osób wycofanych warto zastosować zasadę małych kroków. Polega ona na stopniowym angażowaniu seniora w różnego rodzaju prace – adekwatnie do możliwości. Warto najpierw zaproponować coś nieskomplikowanego, np. kolorowanki mindfulness-art lub zajęcia kreatywne z wykorzystaniem szablonów, a z czasem stawiać coraz większe wyzwania.

Zajęcia dla seniorów – tu liczy się proces, nie efekt!

Każdy terapeuta i animator wie, że liczy się proces, a nie efekt. Ale czy wiedzą to jego podopieczni? Warto ten fakt podkreślać, rozmawiać z seniorami, pytać otwarcie: co im to daje. Odpowiedzi mogą Cię zaskoczyć! Zmiana podejścia do pracy zawsze przekłada się na zwiększenie przyjemności z wykonywanych działań. A to jest najważniejsze!

Powodzenia!

BARBARA GÓRNICKA-NASZKIEWICZ

REKLAMA



Dom Seniora SALUTARIS

Złoty Stok ul. Spacerowa 5

ZAPEWNIAMY

- profesjonalną opiekę nad osobami starszymi
- rodzinną atmosferę
- możliwość pobytu stałego, kilkudniowego, świątecznego



wolne miejsca

tel. 605 100 638

SPOKOJNA Przysiań



PLACÓWKA CAŁODOBOWEJ OPIEKI DLA OSÓB STARSZYCH

Chomiąża 46a, 48-100 Chomiąża

ul. Powstańców 3, 48-120 Baborów

ZAPRASZA DO BEZPŁATNEGO UDZIAŁU W PROJEKCIE

KTO MOŻE SKORZYSTAĆ

- osoby w podeszłym wieku oraz niepełnosprawne
- osoby po hospitalizacji opuszczające szpital wymagające wsparcia w opiece
- osoby zamieszkujące w jednoosobowym gospodarstwie domowym
- osoby ze skalą sprawności i samodzielności (skala Barthel) na poziomie 0-80 punktów

ZAPEWNIAMY:

- opiekę lekarską i pielęgniarską
- rehabilitację
- terapię zajęciową
- terapię logopedyczną
- opiekę psychiatry
- pełne wyżywienie
- transport

NABÓR JUŻ TRWA

- ▶ Chomiąża
tel. 77 403 41 39
lub 661 405 233
- ▶ Baborów
tel. 77 485 74 47
lub 697 740 213



www.mapadotacji.gov.pl

FELIETON

Do diabła z dziadurzeniem!

Młodziutka pielęgniarka ściska rękę starszej pani. „Babciu, będzie dobrze” – mówi. Uśmiecha się, prowadząc ją do sali. Seniorka idzie z ufnością, na jej twarzy jednak pojawia się rumieniec zdziwienia i jakiś niesmak. Dlaczego?

Jest uśmiech, wsparcie, miłe słowa, gesty. Tylko marzyć o takiej opiece, powie przeciętny Kowalski. Rzeczywiście, piękny obrazek, każdy chciałby być traktowany z taką serdecznością. Diabeł jednak tkwi w szczególe. Bo czy faktycznie starsza pani jest babcią pielęgniarki? Co takiego się wydarzyło, że tak się do niej zwraca? Za chwilę kolejna pani będzie jej babcią, a i dziadek się pewnie po drodze znajdzie...

„Niech przyjdzie”

„Zjedzcie obiadek”.

„Babcia poczeka na korytarzu”.

„Nie wychodźcie, dziadku, zaraz podamy leki”.

„Szybciutko, przebieramy się”.

Wiecie, co to jest? To piekielnie denerwujące dziadurzenie. Słyszę je w przychodni, autobusie, urzędzie, sklepie, szpitalu. Co gorsza, mówią tak nawet opiekunowie, terapeuci i lekarze. Wszyscy się uwzięli na tę babcię! I teraz ta babcia rzeczywiście czuje się jak dziecko we mgle. Dostała „łatkę” babci, kiedy skończyła 60 lat. Babcia i koniec. Nic więcej. Zawsze i wszędzie. Z dziadkiem jest dokładnie tak samo. Czy naprawdę musimy „niańczyć” tymi słowami seniorów? Czy oni tego chcą? I wreszcie najważniejsze pytanie, które trzeba wypowiedzieć głośno: jak się ma język wobec starości? W moim odczuciu bardzo źle, tragicznie wręcz.



Stereotypowe krzywdzące dziadurzenie to brak społecznej świadomości, że to język dyskryminacji, ageizm. Bo czy naprawdę nie słyszymy/nie czujemy, że zwracamy się do starszych jak do bezradnych dzieci? Czy taka mowa nie sugeruje niepełnosprawności intelektualnej, potrzeby kierowania osobami starszymi?

Zamiast „pani” słyszymy „babciu” lub w trzeciej osobie „niech poczeka” albo zgola bezosobowo! Gdzie podział się szacunek dla drugiej osoby? Chyba poszedł do diabła...

BARBARA GÓRNICKA-NASZKIEWICZ



ZAPISZ SIĘ DO NEWSLETTERA!

- Wsparcie i aktywizacja seniorów,
- Pomysły na zajęcia terapeutyczne i aktywizacyjne,
- Projekty i przedsięwzięcia podnoszące jakość życia osób starszych,
- wywiady, felietony, recenzje,
- opinie, rekomendacje usług, produktów, projektów.

WWW.SUPERSENIOR.STUDIOB24.PL

felietonowy dwugłos

SENIORZY TRENUJĄ... LICZEBNIKI



Inflacja zafundowała seniorom prawdziwy trening umysłu. Wysokie ceny sprawiły, że codziennie muszą nieźle się nagłówkować, by starczyło im emerytury na bieżące wydatki. Jak przeżyć od pierwszego do pierwszego? To dopiero łamiągówka!

O tym, że seniorzy trenują liczebniki wiadomo już od dawna. Z jednej strony słyszymy, że emeryci są atrakcyjni dla srebrnej gospodarki, bo to grupa o stałych dochodach, z drugiej zaś kryzys gospodarczy depcze im po piętach.

Wystarczy sięgnąć do wydanego niedawno raportu SeniorApp pn. Ocena potrzeb w zakresie wsparcia dla Seniorów w Polsce. Co trzecia osoba starsza stwierdza, że jej sytuacja finansowa pogorszyła się w ciągu ostatniego roku, a prawie 16% badanych ocenia ją jako złą lub bardzo złą. Jak można się było spodziewać, inflacja dotknęła przede wszystkim najbiedniejszych.

Co o całej tej sytuacji myślą sami zainteresowani? By się tego dowiedzieć pytam Michała, redakcyjnego kolegę, autora tytułowej ironii.



A ja droga koleżanko Barbaro podpowiadam, jak praktycznie można trudną sytuację finansową przekuć w sukces zdrowotny. Badania naukowców wskazują, że prawidłowa praca mózgu decyduje o sprawności całego organizmu człowieka. Jeśli tak, to poza grą w planszówki oraz zabawy ćwiczące zwoje mózgowe, wizyty w sklepie, aptece, a także opłaty rachunków mogą przywrócić funkcje mózgowe seniorów do poziomu wręcz młodzieżowego.

Już wychodząc do sklepu głowa musi pracować na wysokich obrotach, analizując stan posiadania do stanu zapotrzebowania. Trzeba też przewidzieć, jak 17% inflacja (w tym są ujęte ceny parowozów, które tanieją) a rzeczywisty wzrost około 40% na podstawowe artykuły ma się do posiadanych aktywów w portfelu.

I tu pojawiają się ćwiczenia ruchowe. Wprzód spacer do sklepu, a tam cała gama ćwiczeń fitness: wkładamy, wyjmujemy, liczymy, cofamy się z wózkiem do początku drogi i znowu – licząc w pamięci – wkładamy do kosza. Tak postępują nieprzygotowani do zakupów, czyli ci którzy zaniżają stan czytelnictwa. Przygotowani mają zaliczoną lekturę gazet reklamowych i na bieżąco spisane promocje i obniżki znane z reklam TV i Radia. To właśnie ten przygotowany senior najbardziej zadba o swoją aktywność ruchową, bo nie będzie robił leniwie zakupów w jednym sklepie, tylko obleci wszystkie możliwe sieci i bazarki.

Można się złośliwie przyczepić do takiej aktywności ze względu na nienajlepszą jakość powietrza, ale zawsze można wybrać dzień wietrzny i miło spędzić dzień na spacerach z wózkiem od marketu do marketu. Wózek nie będzie ciężki, bo za te 100 PLN nie zapełni się go w całości, natomiast przysłużymy się klimatowi, bo i opakowań do wyrzucenia będzie mniej...

Więcej na podlaskisenior.pl

RECENZJE, OPINIE, REKOMENDACJE

Poetyckie klisze pamięci Wiesława Janickiego

15 grudnia w Centrum Kultury i Sportu „Tkalnia” odbyła się premiera tomiku poetyckiego „Jak trudno utracić” autorstwa Wiesława Janickiego.



Wiesław Janicki to człowiek realizujący się na różnych płaszczyznach. Znany w lokalnym środowisku harcerz, polonista i animator kultury ma wiele zainteresowań. Biega, pielgrzymuje, śpiewa, gra na gitarze i żyje poezją. Nie tak dawno pisałam przecież, że piosenka to jego sposób na życie (gdy wydał „Sto piosenek i dwa wiersze”). Dziś mam przed sobą tomik o znamienym tytule „Jak trudno utracić. Wierszowane obrazy z Kietrza”.

Kietrz – jako miasto rodzinne – jest szczególnie bliski Wiesławowi Janickiemu. Autor z niezwykłą wrażliwością i skrupulatnością wędruje w miejsca (nie)zwykłe. Przelewa na papier nie tylko obrazy, ale klisze pamięci, na których zapisała się wyjątkowa, wręcz mityczna, czasoprzestrzeń.

**Reminiscencja przywołuje
również zapachy, dźwięki
i emocje – jakby poeta od dziecka
chłonął kietrzański mikrokosmos
wszystkimi zmysłami.
We wspomnieniowej topografii
Kietrza autor umieścił
subiektywnie ważne punkty.
Znaczenie tym miejscom nadało
ludzkie życie – jego życie.**

Dla małego Wiesia osią świata były klatka schodowa, bloki i podwórka, gdzie spędzał czas na codziennych zabawach. Do szczęścia wystarczyła mu skórzana piłka i blaszany kubek. Z wiekiem na kliszach pamięci zaczynały być rejestrowane też wydarzenia: wesele w stodole, festyn strażacki, wędrowki po klubach „Włóknierz” i „Welur”, a nawet zjedzone na plebani pączki. Mapa miasta staje się tożsama z mapą wspomnień. Bo Kietrz to nie tylko malowniczy krajobraz i tradycje tkackie – to codzienność oraz setki małych „wielkich” historii, z których utkana jest egzystencja.

Osobiste historie ubrane w utwory poetyckie (wiersze, ballady, piosenki) doskonale współgrają ze zdjęciami Ludwika Brzyskiego. Pochodzący spod Lwowa mężczyzna objął w 1964 roku zakład fotograficzny w Kietrze. Codziennie uchwycił krajobraz miasta w kadry, by zachować go dla potomnych. Tak jak Wiesław Janicki wędrujący „w poprzek czasu” z właściwym sobie wdziękiem oraz okiem czułego obserwatora. W tej podróży wewnętrznej wraca nawet do słowiańskich i piastowskich korzeni, pyta o swój kresowy rodowód. Jego przodkowie w „bydłym wagonie” przemierzali pół świata, by trafić właśnie tu.



Parafrazując stare powiedzenie można by rzec, że wszystkie drogi prowadzą do Kietrza...

Trzeba przyznać, że każdy wiersz niesie ogromny ładunek emocjonalny. Nie jest to jednak naiwny sentyment. Mimo iż dla Janickiego „mała ojczyzna” to sacrum, zdaje on sobie sprawę z faktu, że Kietrz żyje własnym życiem. To zamknięty – choć fascynujący – rozdział.

Dawniej miasto miało swój kolor i klimat – jak sam pisze w czasie przeszłym w wierszu „Pocztówka z Kietrza”. Dziś już pagórki się spłaszczyły, a drogi skróciły. Tomik jest zatem próbą odnalezienia „tamtego domu, tamtego świata i tamtego siebie”. (Nie) codziennej czasoprzestrzeni, której autor już nigdy nie odnajdzie, ale też i nie utraci.

SENIORZY Z PASJĄ - AKCJA SUPER SENIORA

W jodze twarzy zakochała się na emeryturze

Iwona Lalik-Kozień od dziecka wykazywała zdolności do pomagania ludziom w utrzymaniu zdrowia i ogólnego dobrostanu. Zawsze interesowała się naturalnymi metodami i radami zdrowotno-pielęgnacyjnymi. Jej pasją na emeryturze jest joga twarzy, do której z sukcesem zachęca kobiety z całej Polski.

Iwona Lalik-Kozień z zawodu jest dyplomowaną nauczycielką języka angielskiego. Jako wieloletni pedagog i wychowawca została uhonorowana dwukrotnie nagrodą Prezydenta miasta Krakowa. Po przejściu na emeryturę nadal jest aktywną propagatorką zdrowego stylu życia i naturalnych metod troski o siebie. Prowadziła warsztaty wolontariackie dla seniorek z DDP „Aktywny Senior” fundacji „Leonardo” oraz dojrzałych pań z 42 CAS-ów w Krakowie pod auspicjami Urzędu Miasta Krakowa, które cieszyły się ogromnym zainteresowaniem. Jej 28-letnie doświadczenie w pracy jako nauczyciel okazało się bardzo pomocne w metodycznym przekazywaniu wiedzy.

Zainteresowanie dojrzałym pięknem przerodziło się w pasję, która doprowadziła do uzyskania Certyfikatu Instruktorki Naturalnego anti-agingu Jogi Twarzy i Szyi w duecie z automasażem.

— Pragnę zmotywować kobiety do codziennej troski i dbania o siebie bez wyrzutów sumienia, by chwile w pełni dla siebie niezależnie od wieku przyniosły poprawę samopoczucia, wyglądu i zdrowia.

IWONA LALIK-KOZIEN



Joga twarzy to połączenie ćwiczeń mięśni twarzy, rozluźniania, automasażu twarzy, akupresury z dbaniem o ogólny dobrostan. Jest terapią, gdyż pobudzanie punktów akupresurowych twarzy i szyi oraz receptorów narządów wewnętrznych ma ogromne znaczenie dla holistycznego działania jogi na cały organizm. Wskazania do ćwiczeń są zatem nie tylko estetyczne, ale również zdrowotne.

„Dojrzałe piękno – joga twarzy” to przede wszystkim włączenie regularnych ćwiczeń i treningów mięśni twarzy dla kobiet w każdym wieku, dla poprawy zdrowia i dobrego samopoczucia, by wydobyc i utrwalić piękno każdej z nas.

IWONA LALIK-KOZIEN

Swoją postawą Pani Iwona dowodzi, że nigdy nie jest za późno, aby zadbać o siebie. Trzeba tylko odświeżyć swoje myśli, bo one tworzą „tu i teraz”...

BARBARA GÓRNICKA-NASZKIEWICZ

SREBRNA GOSPODARKA, SILVER CONTENT MARKETING

Jak dotrzeć do dojrzałego odbiorcy? Silver content w pigułce

Starzenie się społeczeństwa staje się faktem, ale polski rynek jeszcze nie w pełni docenia potencjał Srebrnego Pokolenia. Choć liczba osób po pięćdziesiątce sięga aż 40% populacji naszego kraju, wciąż niewiele firm wie, jak do nich dotrzeć. Sprawdzonym rozwiązaniem jest silver content, czyli treści dla dojrzałych konsumentów. Jak je tworzyć, by przynosiły korzyści? O tym w artykule.

Srebrne tsunami i nieubłagana demografia

Lansowany dotąd kult młodości powoli uginą się pod wpływem demografii. Koncentrowanie się na młodych ludziach przestaje bowiem mieć racjonalne uzasadnienie, gdy liczba osób dojrzałych stale wzrasta. Długość życia wydłuża się, a zmiana struktury społeczeństwa skutkuje potrzebą dostosowania usług do potrzeb srebrnej generacji. Trend ten można zaobserwować na całym świecie.

Również w Polsce potrzeby i oczekiwania konsumentów 50+ mają wpływ na gospodarkę. Dużym wyzwaniem jest dziś zapewnienie opieki medycznej i socjalnej oraz tworzenie różnego typu usług skierowanych do dojrzałych odbiorców. Ale demografia determinuje nie tylko rozwój gałęzi srebrnej gospodarki związanej z zagadnieniem starości. „Silveri” w najbliższej perspektywie staną się największą grupą konsumentów, więc niemal każdy produkt czy usługę można do nich skierować.

Nie bez znaczenia jest również fakt, że w wiek emerytalny wkracza pokolenie powojennego wyżu demograficznego, czyli Baby Boomers. Aby nie pozostać obojętnym na tak olbrzymią siłę nabywczą, trzeba wiedzieć, jak się komunikować z silver generation.

Czym jest silver content?

Zainteresowanie marketingowców pokoleniem 50+ jest w Europie obserwowane od dawna. Starzejące się społeczeństwo bogatego zachodu dało impuls do stworzenia nowego profilu konsumenta i wypracowania sposobu komunikacji z nim. Szybko bowiem zauważono, że ma on nieco inne potrzeby, oczekuje czegoś więcej niż usługi czy produktu. Do zakupu przekonują go zupełnie inne przesłanki, dlatego zasługuje na szczególną uwagę i specjalną ofertę.

W Polsce osoby dojrzałe i starsze nie wydają się być dla firm tak atrakcyjnymi klientami. To jednak zaczyna się powoli zmieniać.

Naocznie staje się zapotrzebowanie na produkty i usługi dla tej grupy wiekowej i to ono w głównej mierze wymusza podążanie za trendem i dążenie do znalezienia sposobu efektywnej komunikacji. Treści kierowane do dojrzałego odbiorcy określa się jako silver content, a sposób komunikacji marketingowej ze srebrnym pokoleniem – silver content marketingiem. To właśnie marketingowcy przyjęli wiek 50 lat za cezurę będącą głównym wyznacznikiem w definiowaniu silver generation. Choć do tej grupy można zaliczyć kilka pokoleń, łączy je jedno – dojrzałość, która determinuje percepcję.

Jak dotrzeć do dojrzałego odbiorcy i klienta? 3 żelazne zasady tworzenia silver contentu

W odniesieniu do generacji 50+ komunikaty kierowane do ogółu społeczeństwa bywają nieskuteczne. Nieumiejętne tworzenie contentu dla tej grupy wiekowej może nawet powodować zniechęcenie.

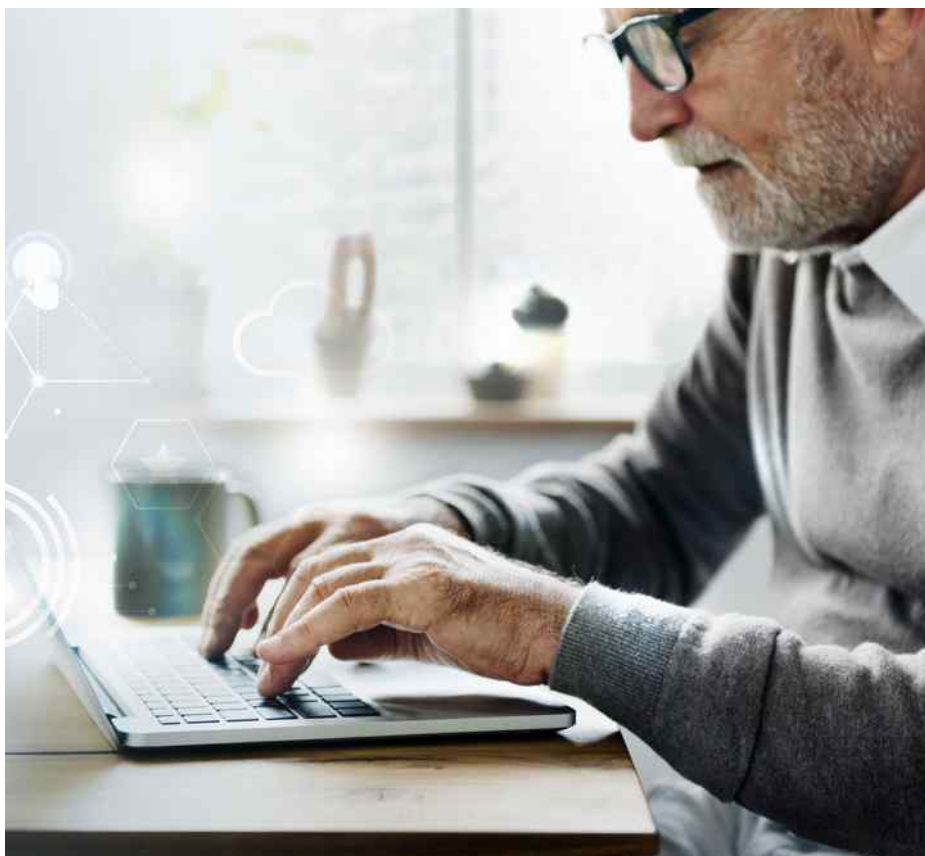
Aby dotrzeć do dojrzałego odbiorcy treści, warto zapamiętać trzy najważniejsze zasady, które szerzej zostaną tu omówione.

Poznanie srebrnej generacji

Zanim rozpoczniesz komunikację, musisz dogłębnie poznać „silvers”. W przypadku generacji 50+ ważne jest krytyczne spojrzenie na funkcjonujące w społeczeństwie stereotypy. Jednym z przykładów może tu być powielany mit, że „silwersi” nie są atrakcyjni dla reklamodawców, bo to osoby bierne, które nie robią zakupów w Internecie i niechętnie wydają pieniądze. Nic bardziej mylnego! Dziś osoby 50+ to grupa, do której można skierować każdy produkt, a nie tylko leki, ubezpieczenia czy usługi medyczne, jak dotąd uważano. Skonfrontuj znane Ci przekonania z aktualnymi badaniami przedstawiającymi twarde dane, korzystaj z analiz i raportów przygotowanych przez rzetelne źródła. Takie merytoryczne spojrzenie pozwoli Ci dostrzec potencjał zakupowy osób starszych.

Targetowanie osób dojrzałych i starszych jako konsumentów

Jeśli chcesz dotrzeć do osoby dojrzałej i starszej, musisz odpowiedzieć dokładnie na jej potrzeby i oczekiwania. Srebrne Pokolenie wciąż nie odnajduje w przekazie treści skierowanych bezpośrednio do siebie, nie utożsamia się z kreowanym przez media obrazem dojrzałości i starości. Co więcej, cały czas styka się z wieloma wspomnianymi wcześniej stereotypami. Taki komunikat jest krzywdzący i upokarzający, a więc już z góry skazany na porażkę. Tylko odpowiednie targetowanie „silversów” jako konsumentów ma szansę spotkać się z pozytywną reakcją.



Zastanów się: jakie konkretne problemy rozwiązuje Twój produkt/usługa? W jaki sposób to pokazujesz? W przypadku seniorów lepiej pokazywać dobre praktyki, dawać motywację i eksponować ludzi o podobnych problemach. Uważaj, aby nie przesadzić, bo przerysowany obraz dojrzałego odbiorcy może prowadzić do groteski!

Autentyczność i jakość treści

Wbrew powszechnej opinii osoby dojrzałe i starsze to wymagający klienci, na których nie działają marketingowe sztuczki ani okazje. To kolejny stereotyp mający swe źródło w oszustwach „na wnuczka” z udziałem seniorów.

Faktem jest, że percepcja działań marketingowych Srebrnego Pokolenia jest zupełnie inna niż pozostałych grup wiekowych. Są przecież bardziej doświadczeni i mniej emocjonalnie reagują na przekaz. Zamiast podążać za modą, bardziej cenią sobie jakość i komfort. Lubią proste komunikaty, ale szybko wychwytują naiwne treści. To właśnie autentyczność przekazu i jakość treści stanowią klucz do zdobycia ich zaufania, które stoi u podstaw relacji.

Jeśli zatem kierujesz swoją ofertą do osób 50+, stwórz bloga z treściami przyjaznymi w odbiorze – odpowiedziami na ich potrzeby oraz pytania. I najważniejsze: pamiętaj o zasadach SEO, zawsze na pierwszym miejscu postaw człowieka!

Pułapki silver contentu. Tego nie rób!

Słabej jakości content może powodować zniechęcenie lub nawet zrodzić bunt wobec przekazu. Aby się przed tym uchronić, zapamiętaj poniższe wskazówki:

- nie pisz w 1. os. liczby mnogiej, gdy nie należysz do tej grupy wiekowej (lubimy, spacerujemy itp.),
- nie załączaj do tekstu zdjęć młodych osób – seniorzy nie będą identyfikować się z osobami, dla których ich problemy są obce,
- nie strasz negatywnymi konsekwencjami wynikającymi z nieużywania Twojego produktu/usługi,
- nie przypisuj osobom starszym ich ról rodzinnych, np. używając słowa „babcia” zamiast dojrzała kobieta (jest to tzw. dziadurzenie),
- nie nazywaj osób 50+ seniorami – nikt w tym wieku tak o sobie nie mówi,
- nie opisuj oferty przydomkiem „dla seniorów” – wiele osób nigdy nie będzie utożsamiać się z tym terminem,
- nie komplikuj przekazu zbędnymi treściami i chaosem grafik, komunikuj prosto, ale nie naiwnie,
- nie wkładaj wszystkich do „jednego worka” – osoba po pięćdziesiątce ma zupełnie inne potrzeby i motywacje niż ta po osiemdziesiątce.

Podsumowanie

Starzejące się społeczeństwo to ogromne wyzwanie, ale i szansa dla gospodarki. Zainteresowanie potencjałem Srebrnego Pokolenia rodzi pytanie – jak dotrzeć do osób dojrzałych i starszych? Coraz więcej się o tym mówi, a marketing i komunikacja 50+ prężnie się rozwijają, czego efektem jest docenienie ogromnej roli silver contentu. By był on skuteczny, należy przestać patrzeć na pokolenie „silversów” przez pryzmat stereotypów, umiejętnie targetować ich jako klientów oraz postawić na jakość i autentyczność treści. Te trzy złote zasady to podstawa procesu komunikacji z dojrzałym klientem.

BARBARA GÓRNICKA-NASZKIEWICZ
OPUBLIKOWANO NA PORTALMARKETINGOWY.PL

AUTOPROMOCJA



SUPER Senior
AKTYWIZACJA I KOMUNIKACJA 60+

**ZNAJDŹ
WSPÓLNY
JĘZYK**

z odbiorcą 60+

ZAMÓW SILVER CONTENT

www.supersenior.studiob24.pl

Silver
Content

Media
senioralne

Aktywizacja
i komunikacja

W każdym wieku możesz być **super!**

Sprawdź!

www.supersenior.studiob24.pl



OGÓLNOPOLSKI BLOG

- wsparcie i aktywizacja seniorów
- pomysły na zajęcia terapeutyczne i aktywizacyjne, karty pracy, książki
- projekty i przedsięwzięcia podnoszące jakość życia osób starszych
- wywiady, felietony, recenzje, rekomendacje

Czytaj teraz >



SUPER Senior
AKTYWIZACJA I KOMUNIKACJA 60+

Redaktor naczelna

dr Barbara Górnicka-Naszkiewicz
super.senior@op.pl
tel. 791-015-382

Biuro reklamy: tel. 795- 057-295
ssenior.reklama@op.pl

Źródła zdjęć: Studio B, materiały nadesłane, freepik.

Redakcja nie odpowiada za treść reklam umieszczanych na jej łamach.

Korekta i skład: Studio B

Wydawca: Studio B, ul. Kościuszki 8
48-100 Głubczyce, NIP 7481529857

Materiały zamawiane i teksty prasowe prosimy wysłać do 5. każdego miesiąca na adres: super.senior@op.pl

Redakcja zastrzega sobie prawo do adiestacji i skracania tekstów oraz odmowy publikacji.

Wszelkie prawa zastrzeżone, kopiowanie, cytowanie i rozpowszechnianie bez zgody wydawcy zabronione.

KARTY PRACY A4

MOC KORZYŚCI

SUPER Senior
AKTYWIZACJA I KOMUNIKACJA 60+

- ➔ wygoda użytkowania
- ➔ oszczędność czasu na przygotowanie do zajęć
- ➔ gotowe materiały do wykorzystania od zaraz
- ➔ zróżnicowany poziom trudności zadań - możliwość indywidualizacji



KUPUJESZ RAZ

DRUKUJESZ ILE CHCESZ!

www.supersenior.studiob24.pl