

סיכום מפגש היועצות עם מומחים אנשי שטח ויועצים

בנושא קהילות משולבות לאזרחים ותיקים

23.12.2020

מגפת הקורונה הציבה אתגר חדש לאזרחים ותיקים עצמאיים. קבוצה זו של אזרחים ותיקים, שעד לפרוץ המגפה התאפיינה בפעילות ובמעורבות רבה במעגלים המקיפים אותה, מצאה עצמה רחוקה ואף מנותקת ממעגלים אלו כתוצאה מהנחיות הריחוק החברתי.

על אף הסרת חלק מההגבלות על מפגשים חברתיים, נראה כי לאזרחים ותיקים רבים קושי להסתגל ל"שגרת הקורונה" וניכרת עליה מתמדת בשחיקת מנגנוני התמיכה החברתיים. שגרת החירום המתמשכת החריפה את בדידותם של האזרחים הוותיקים והביאה לעליה בכמה מדדים המצביעים על מצב נפשי ירוד. לאור האמור, האגף לאזרחים ותיקים במשרד לשוויון חברתי מגבש בחודשים האחרונים תכניות שמהותן העלאת החוסן האישי והרחבת המעגל החברתי במטרה לצמצם את תחושת הבדידות של אזרחים ותיקים עצמאיים.

אחת היוזמות המתגבשות, הינה תכנית להקמת קהילות של אזרחים ותיקים, אשר חבריהן ייפגשו באופן משולב, מקוון ופנים-מול-פנים, במטרה להגדיל את מעגלי ההשתייכות של חבריהן ולסייע בהפגת הבדידות, תוך שמירה על מגבלות הריחוק החברתי.

ב-23.12.20 התקיים מפגש היועצות מקוון עם מומחים, אנשי שטח ויועצים לאזרחים ותיקים אשר ביקש להעמיק בתוכנית המתגבשות ובשאלות מהותיות העולות בשלב זה. במפגש לקחו חלק כ-36 משתתפים מהמגזרים הציבורי, החברתי והעסקי וממגוון של תחומי ידע.

השאלות המרכזיות סביב התמקד המפגש:

1. מה יגרום לאזרחים ותיקים ולאזרחיות ותיקות להצטרף לקהילות? ואיך נגיע לאזרחים ותיקים שאינם נמצאים "תחת הפנס"?
2. מה יגרום לאזרחים ותיקים לחוות שייכות ומעורבות משמעותית בקהילות?
3. כיצד נתגבר על חסמים הקשורים באוריינות ובשימושים דיגיטליים?

להלן עיקרי התובנות שעלו:

כללי:

1. שימוש ביוזמות קיימות ובגופים שמפעילים כבר עתה קהילות - "יש הרבה ארגונים מהמגזר השלישי (עמותות ומתנדבים ופעילים חברתיים) שפועלים למען אזרחים ותיקים וכדאי לשלב אותם בתכנית הזו ואף לתת להם לנהל את הקהילות". "שימוש במותג קיים ומוכר שנותן שירותים לאזרחים ותיקים". "התפעול של קהילה שמגייסים אותה עצמאית שונה מאוד מתפעול של קהילה קיימת".

2. מתן כלים לרשויות מקומיות להוביל את היוזמה -

"אם יפותח כלי שישורת רשויות מקומיות ויתן מענה גיאוגרפי כולל מנעד של כלים מובנים לניהול קהילה מקוון ופרונטלי, כלי מידענות, פרסום ודיגיטל מתקדמים, ידע מתקדם וזיהוי מומחים בתחום - זה יעזור מאוד".

"מאוד חשוב וחכם יותר להתבסס על תשתיות קיימות, אבל יחד עם זאת להוסיף עומס על רשויות מקומיות זה לא חכם. הרשויות היום נמצאות בעומס מטורף ובלי משאבים חדשים אין להם יכולת לקדם דברים חדשים".

3. מינוף הקיים ("גם אם לא קוראים לזה קהילה") -

"נדרש לחבר לפעילויות קיימות ופיזיות ולא לקרוא לזה הקמת קהילה. להכניס עקרונות של קהילות לדברים קיימים ולא להגיד הקמת קהילה".

4. דיוק אוכלוסיית היעד ומיפוי צרכים מעמיק -

"יש לעשות מיפוי אמיתי לעומק של אוכלוסיית הוותיקים העצמאיים החדשים כדי לדעת להתאים להם את המענים; כל הטיפולוגיה של הגיל השלישי כבר מיושנת ולא מתאימה לאוכלוסייה עליה אנו מדברים".

"חשוב לדייק כי קהל היעד הוא אנשים במצב של "בדידות מצבית" ולא אנשים ב"בדידות כרונית" (שהם אנשים עם קושי ביצירת קשרים בין אישיים)".

5. ניהול והובלת הקהילה -

"הנסיון מראה שצריך 'מוביל קהילה' שיוביל ויכוון את הקהילה... מישהו שיתניע את ההובלה, שיעסוק בשיווק, שיתזכר וידאג שאנשים יגיעו, שיעביר קצת תוכן וכו'. אח"כ כבר נוצרים קשרים וחברויות".

"אפשר להניע תהליך באמצעות מתנדבים, אבל לפחות בהתחלה צריך מישהו בשכר שיתניע ויקדם את זה".

"חשוב לתת תמיכה למנהלי הקהילות".

מה יגרום לאזרחים וותיקים להצטרף לקהילות וכיצד נעשה זאת?

1. מטרה מוגדרת העונה על צורך אמיתי -

"אנשים ישתייכו לקבוצה הזו רק אם אספק צרכים חיוניים שהתחדדו בתקופת הקורונה".

"חשוב למנף את המהלך כמהלך קבוע ולרתום אנשים שהיו מנותקים עד כה. הדבר הנכון הוא להיכנס לא מתוך מצוקת הקורונה אלא מתוך רצון לחדש ולראות מה אפשר למנף מהתקופה האחרונה".

2. תחושת נחיצות, פעילויות תרומה והתנדבות -

"חשוב לייצר מיקוד של משימה משותפת - שיהיה ברור למה אנשים באים".

"מאוד יעזור אם אנשים ירגישו יצרנים, לדוגמה - שכל הקבוצה תתנדב באופן קבוע ביחד".

"לנסות לייצר 'פעילויות' בהן מראים לאדם שהוא/היא יכולים לעזור לאדם אחר בהצטרפות שלהם (תצטרפי, אנחנו עוזרים אחד לשני בקהילה ב... הידע שלך בתחום הזה זה יכול מאוד לעזור)".

3. מיתוג יוקרתי ואיכותי המלווה בשיווק לאזרחים הותיקים וכן לבני משפחה, נכדים ומכרים בשאיפה להגיע אל אזרחים ותיקים שאינם נחשפים לפרסומים באופן ישיר.

"יש לחשוב היטב על מיתוג היוזמה"
"בלי להעליב - המיתוג לא צריך להיות 'עוד קבוצת פיזיותרפיה של קופת חולים'."

4. תוכן איכותי -

"התוכן יכול להיות הגורם הראשון שימשוך אנשים לקהילה - תוכן שמעניין את האוכלוסיה כמו תרבות, פעילות גופנית וכו'".

5. קבוצת השווים -

"אם לא נביא אוכלוסיה שדומה לאותם אנשים בגיל לא נצליח לחבר אותם. עם כל הרצון והתוכן הטוב שנביא".

6. הנגשה תרבותית - יצירת קבוצות דוברות ערבית, רוסית, אמהרית ופעילויות מותאמות תרבותית-

"יש דוברי ערבית, רוסית וחייבים לזכור את כולם."
"יש להתגבר על מחסום השפה ולייצר מרחבים בשפה הרוסית שמאפשרים לאזרחים ותיקים דוברי רוסית להצטרף. הדבר רלוונטי גם לאלו שיודעים עברית ברמות שונות אבל מעדיפים ביומיום ובהיבטים חברתיים להתנהל בשפת האם שלהם."

7. הנגשה דיגיטלית -

"אם לא ננגיש את האוריינות הדיגיטלית, תהיה בעיה להגיע לאזרחים עם קשיים בשפה, היעדר חיבור לאינטרנט, היעדר ציוד (כגון - טאבלטים) ולא נצליח להגיע לכולם."
"ללכת על אלו שמחוברים דיגיטלית זה קל יותר, אבל למעשה לא סיפקתי את השירותים האלה לאלו שיותר צריכים אותם, כי קשה לי להגיע אליהם".

- שימוש בفلטפורמה נפוצה, דוגמת וואצאפ -

"בגלל שיש כל כך הרבה משתתפים ויכולים להוות חסמים לכניסה אז צריך לנסות לצמצם כמה שיותר. מבחינת אוריינות דיגיטלית הייתי מכוון למשהו שהוא המכנה המשותף הנמוך ביותר שהוא וואצאפ, אולי כל הקהילה הזו בשלב הראשון היא שיחה שמתנהלת בוואצאפ. אנחנו רוצים ללמד ולחשוף את האנשים, אבל אנחנו לא רוצים לשים את המכשול הזה בהתחלה. חייב להיות פשוט באזור שהם נמצאים".

8. מנגנון גירוי מאוזן -

- יש לקחת בחשבון שקיים עודף היצע, ולכן - צריך מנגנון גירוי מאוזן, המגביר את קצב פעילות הקהילה בהדרגתיות.

איך נגיע לאזרחים ותיקים שאינם "מתחת לפנס"?:

1. חיבור ליוזמות מקומיות ולרשויות מקומיות כהיבט קריטי ומהותי להצלחת היוזמה -

"חייבים לעשות חיבור עם רשויות מקומיות ועם רכז בכל עירייה שידע לרדת לשטח ולמצוא את האנשים, שידעו להסתובב בין הבתים ולהדריך אוכלוסייה מבוגרת על אוריינות דיגיטלית, אחרת נפספס את מי שמתחת לראדר של הפנס וחבל".

"כדאי להתחבר לרשויות מקומיות שעשו פעולות לאיתור אזרחים ותיקים שלא היו מוכרים עד למגפה".

2. פניה אקטיבית לקהילות חדשות שטרם הגענו אליהן -

"האם כשנפנה לרשויות המקומיות נגיע לקהילות חדשות שעוד לא הגענו אליהם ושאינו לנו מידע עליהן? אם זו השיטה שלנו - יהיה לנו כפל שירותים, לא נחוץ וחבל. יש להשקיע את המשאבים בקהילות שעוד לא הגענו אליהם".

3. משפחה ו"חבר מביא חבר" -

"בן משפחה שידחוף את הכניסה הראשונית לקהילה - שיעזור בפעם הראשונה לקבל ביטחון ולהגיע".
"צריך לחשוב על מודל של 'חבר מביא חבר' - יותר קל להגיע כשמכירים מישהו - אולי עם איזשהו תמריץ".

4. דרך מערכת הבריאות וחברות סיעוד - שכן אלו מערכות שכולם פוגשים

5. באמצעות מידענות

6. חיבור בין דורי - שימוש בתוכניות קיימות ורתימת בני נוער, צעירים ובוגרים לעשייה משותפת

7. הגעה פיזית למקומות אליהם ניתן לצאת בימים אלה -

"צריך לראות לאיפה אנשים יוצאים בימים האלה (לדוגמא - מרכזי קניות וסופרים) ושווה לנסות לאתר שם את האנשים".

8. פרסום מאסיבי באמצעי תקשורת מסורתיים - כגון - רדיו ועיתונים

מה ייצר משמעות, שייכות ויגרום לאנשים להישאר?:

1. מענה על צרכים אמיתיים -

"יצירת עניין משותף מובהק, בעזרת מנהל הקהילה, תיצור תחושת השתייכות".
"יש להבחין בין הפגת שעמום לבין הפגת בדידות: מציאת פעילות משמעותית שעוזרת לי בהפגת שעמום לא עונה הצורך בהפגת הבדידות. לכן, אם שואלים מה ימשוך אנשים להצטרף לקבוצה, התשובה היא שצריך למצוא צורך ואילו אנשים יבואו".

2. תוכן ועניין -

"הדרישות של אוכלוסיית היעד בעניין התוכן גבוהות, ובצדק".
"אין מדובר בקהל יעד שבוי, והדרישות של האוכלוסיה הזו ספציפיות מאוד".

3. מטרות משותפות למען אחרים -

"חשובה ההרגשה שאני גם נותנת, וגם מקבלת".
"מאוד יעזור אם אנשים ירגישו יצרנים (לדוגמא שכל הקבוצה תתנדב באופן קבוע ביחד)".

4. יצירת מערכות יחסים משמעותיות -

"אם הפלטפורמה תהיה מקצועית עם מנחה מקצועי, ואנשים ירגישו שהם בידיים טובות ואם המנחה ישכיל ליצור אינטראקציה משמעותית בין האנשים, אנשים יישארו. במילים אחרות: אבוא לקהילה בגלל תחום העניין ואשאר בה בגלל מערכות היחסים".

"קשרים משמעותיים בקהילה יכולים להתחיל סביב תחומי עניין משותפים, אבל בהמשך צריך להיות עוד ערך".

5. גודל הקהילה ככזה שיאפשר יצירת מערכות יחסים משמעותיות -

"אם מדברים לדוגמא על 100 איש, קשה ליצור התייחסות אישית במפגש פיזי. קשה להשמיע את הקול הפרטי וקשה ליצור קשרים בקבוצה מאד גדולה... לכן מוצע לחשוב על קבוצות קטנות של עד 20 איש, אבל אז נשאלת השאלה: 'מה זה קהילה?'".

"בגיל המבוגר היציבות הרגשית והתמיכה הם משמעותיים ואנשים יעדיפו קשרים אינטימיים איכותיים על פני כמות גדולה של קשרים לא משמעותיים".

6. פעילויות מתמשכות (כולל בין המפגשים) -

"שיהיה לי ביומן משהו שאני יודעת שאני קמה, מתלבשת אליו, לא חד פעמי, שתהיה המשכיות, זה מעניין אותי ואנשים רואים אותי שם. אני יוצרת חברים תוך כדי".

"זו לא חוכמה לבוא לשמוע קונצרט ביחד; צריך הפעלה בין לבין, לתת משימות, שישמעו אותם".

7. שיתוף החברים -

"חשוב גם שאנשים יראו ששומעים אותם ושייעשה משהו עם המשוב שהם נותנים".

8. שילוב בין מפגשים פיזיים ומפגשים מקוונים -

"קהילות לא יכולות להחזיק רק באופן וירטואלי וחייבות גם את המימד הפיזי".

"יש לתת דגש על מפגשים פיזיים תחילה ובהמשך מפגשים מקוונים".

"יש להתמודד עם העייפות של אנשים מזומים ומדיגיטל".

"פעילות אינטראקטיבית מגבירה את ההשתתפות האקטיבית של האזרחים".

9. חיבור לצעירים -

"אולי להשתמש בחיבור לתנועות נוער וש"ש-ים".

"אולי שילוב בין ותיקים וסטודנטים שאחד נותן למען השני".

10. להצמיד למצטרפים חדשים חונך (Buddy) - מישהו שילווח את אותו אדם בשלבי הקליטה בקבוצה.



נספח א' - רשימת משתתפים

אייל בר נתן, ג'וינט אשל
אלישבע מהלר, עיריית ירושלים
גיל מרטנס, BLocal
גליה עומד לוי, ת"א יפו
ד"ר מעיין כץ, משרד הבריאות
דיאנה שמעוני, משנה למנכ"ל ג'וינט אשל
הנא זועבי, העמותה לחינוך ובטיחות
ורד ייוסבורגר, עיריית ירושלים
טל חסון, intu
יונית מובשוביץ, עיריית ירושלים
יוסף אבו שקרה
יעלה כהן, מרכז אלה
יפעת קרלמן, עיריית גבעתיים
יפעת רום, אוניברסיטת חיפה
לאה וקסלר, עיריית ת"א יפו
ליאור רותם גורדון, ליאור רותם גורדון ניהול קהילות וייעוץ שיווקי
לנה רוסובסקי, רוסיות בלי חוש הומור
מאיה פרידמן, aging.il
נגה מיירס, עיריית ת"א יפו
נועה בן יעקב שטרנברג, מכבי שירותי בריאות
סליי ביינסיו, ישראל דיגיטלית
פרופ' שרון שיוביץ עזרא, האוניברסיטה העברית
רועי קורן, seniormarket
רחל מאיר, ער"ן
תמי שיפטר, מוטקה
תמר ביטון, מוטקה

מטעם המשרד לשוויון חברתי:

ברכי דליצקי

לירון הנץ

מיכל דבורצקי

הודיה ירושלמי

ראמי איעדאת

שלמה מעוז

ד"ר מיכאל גנור

יואב ברוקנר

מטעם שיתופים:

עו"ד ענת קבילי

שחף מרחב הורביץ

מירי יעקובי הורוביץ

עדי שילינג גלזר