



„OD CZEGO ZACZAĆ?”

**PRAKTYCZNY PRZEWODNIK O TYM,
JAK ROZPOCZAĆ WSPÓŁPRACĘ TAM,
GDZIE CHCEMY ROZWIJAĆ INTEGRACJĘ
Z CUDZOZIEMCAMI**

Raport powstał w ramach projektu „Cudzoziemcy w Wielkopolsce”, który został zrealizowany dzięki nagrodzie przyznanej przez Centrum Kultury ZAMEK w ramach konkursu „Współdziałanie w kulturze” od maja do października 2018 roku.

Autorki:

Izabela Czerniejewska

Anna Światnienko

Korekta językowa:

Monika Simińska

Projekt graficzny i skład:

Renata Teichert

ISBN 978-83-952788-2-2



Październik 2018

Dofinansowano ze środków Narodowego Centrum Kultury w ramach programu „Bardzo Młoda Kultura”

Utwór na licencji Creative Commons

Uznanie autorstwa - użycie niekomercyjne

Bez utworów zależnych 3.0 Polska



I. Wprowadzenie

Dlaczego?

Publikacja ma na celu zainspirować osoby/instytucje/organizacje, które działają na rzecz integracji cudzoziemców oraz te, które chciałyby wspierać proces integracji w taki sposób, w jaki mają możliwość to robić. Pomysł na publikację wziął się z chęci podkreślenia faktu, iż integrację społeczną mieszkańców z zagranicy można wspierać, nie będąc wyspecjalizowaną organizacją czy instytucją. Chcemy krok po kroku pokazać jak rozpoczynać, realizować i ewaluować współpracę.

Migrant Info Point działa od 2013 roku, wspierając cudzoziemców w integracji na poziomie lokalnym. Nasze doświadczenie w pracy z cudzoziemcami dotyczy różnych obszarów ich życia – pomagamy z dokumentami umożliwiającymi im pobyt w Polsce, wskazujemy możliwości w rozwoju zawodowym, wspieramy naukę języka polskiego, ale także inicjujemy i organizujemy wydarzenia, na których cudzoziemcy mają możliwość poznania lokalnych mieszkańców. Wiemy, że mając znajomych w miejscowości, w której mieszkają od niedawna, łatwiej będzie im żyć i uzyskać informację o tym, gdzie znaleźć fryzjera, przedszkole dla dziecka, bank, w którym nie płaci się dodatkowych opłat za prowadzenie konta czy nową pracę.

I to w ten obszar – integracji społecznej – może włączyć się każdy. Zauważyliśmy, że czasem wystarczy dobra wola, chęć spotkania, żeby stworzyć przyjazną atmosferę w miasteczku, dzielnicy, organizacji. Żeby zaś stworzyć takie przyjazne miejsce, potrzebni są ludzie/instytucje/organizacje, które wspólnie są w stanie realizować ten sam cel – pomagać nowym mieszkańcom, by poczuli się jak u siebie.

Zastanawiając się, od czego zacząć działania w tym zakresie, warto sięgnąć do dobrych praktyk organizacji, które już działają w tym obszarze. Zapraszamy do zapoznania się z przewodnikiem, w którym – bazując na zdobytym doświadczeniu – krok po kroku omówimy poszczególne etapy działań mających na celu integrację cudzoziemców ze społecznością lokalną.

Przewodnik składa się z kilku części i próbuje odpowiedzieć na pytania: jak szukać partnera do działań na rzecz integracji cudzoziemców, na co zwracać uwagę, rozpoczynając współpracę, jak poznać sytuację cudzoziemców, czyli na czym polega diagnoza i sieciowanie, jakie są przykłady efektywnej wymiany doświadczeń pomiędzy partnerami, jak inicjować działania na rzecz integracji społecznej cudzoziemców ze społecznością lokalną, jakie są ważne etapy tych działań i jak je ewaluować?

Zapraszamy do lektury oraz podejmowania działań na rzecz społeczności cudzoziemskiej! Na pewno się przydadzą w każdej społeczności lokalnej!

II. Partner

Dlaczego?

Jednym z pierwszych pytań, które należy sobie zadać, to czy potrzeba działań na rzecz cudzoziemców jest widoczna tylko z naszego punktu widzenia, czy też w środowisku lokalnym są osoby/instytucje/organizacje, z którymi możemy połączyć siły i rozpocząć efektywne działania na szerszą skalę. Połączenie doświadczeń i wiedzy często owocuje ciekawymi rozwiązaniami. Zajmując się jednym tematem przez dłuższy czas, niekiedy potrzebujemy nowego spojrzenia i szerszej perspektywy – to między innymi zaleta nawiązania współpracy partnerskiej.

Przystępując do współpracy, musimy znać nasze własne oczekiwania co do współpracy oraz potrzeby, oczekiwania i zasoby partnera. Im więcej wiemy na początku, tym lepiej jesteśmy w stanie współpracować.

1. Poszukiwanie partnera



Instytucja X ma doświadczenie w pracy z cudzoziemcami.



Instytucja Y jest zainteresowana rozszerzeniem działalności lub skierowaniem swojej oferty do cudzoziemców.

W naszym przypadku było tak, że Migrant Info Point wyszedł z propozycją do Y, ale może być odwrotnie.

Kto może być partnerem?

- każdy, kto chce się zająć tematem, organizacja pozarządowa, instytucja, osoba prywatna;
- ktoś, kto jest w stanie zastosować wiedzę, doświadczenie organizacji X;
- jeśli jest to instytucja/organizacja, to powinna mieć w statucie zapis umożliwiający działalność na rzecz tej społeczności (lub co najmniej niewykluczający tej grupy);
- partner powinien także spełniać nasze oczekiwania. Warto zastanowić się i je nazwać: czy oczekujemy wymiany doświadczeń, realizacji działania, czy współpraca ma być trwała, działania cykliczne, jednorazowe.

U nas miał to być projekt, który miał określone ramy czasowe, jego celem była inicjatywa na rzecz cudzoziemców w konkretnej społeczności lokalnej.

Gdzie szukać partnerów lokalnych?

- tam, gdzie cudzoziemiec się pojawia, gdzie przychodzi z jakąś sprawą, poszukuje wsparcia,
- wśród organizacji pozarządowych, z których opisu wynika, czym się zajmują i możemy przypuszczać, że nowa grupa docelowa będzie uzupełnieniem ich działań.

Naszymi partnerami w projektach dotyczących integracji społecznej cudzoziemców do tej pory zostały między innymi: organizacja zajmująca się aktywnością społeczności lokalnej i wolontariatem międzynarodowym, biblioteka prężnie działająca na rzecz społeczności lokalnej, ośrodek pomocy społecznej, stowarzyszenie prowadzące szkołę językową, które od niedawna rozpoczęło naukę języka polskiego.

Szukając partnera, umieściliśmy ogłoszenie na naszej stronie, FB i innych mediach społecznościowych, pytaliśmy znajomych, instytucji, które są lub były zainteresowane tematem, szukaliśmy wcześniej podejmowanych inicjatyw skierowanych do cudzoziemców w regionie, np. wpisując w wyszukiwarkę hasło „integracja cudzoziemców”, „działania/spotkania międzynarodowe” i sprawdzając informację o organizatorach spotkań, szukaliśmy organizacji za pomocą portali sieciujących (np. ngo.pl, baza wielkopolskich organizacji pozarządowych wrk.org.pl), wpisywaliśmy również w wyszukiwarkę „stowarzyszenie/fundacja + miasto”, na przykład „stowarzyszenie w Środzie Wielkopolskiej” i w lokalnych bazach szukaliśmy potencjalnych partnerów, zakres działalności których wskazywał, że mogą być zainteresowani współpracą.

W znalezieniu partnera kluczowy był pierwszy kontakt telefoniczny, rozmowa na temat tego, jakie są nasze pomysły i czy ewentualna współpraca byłaby dla naszego rozmówcy interesująca. Często zanim doszło do pozytywnej odpowiedzi i formalnego nawiązania współpracy, odbyło się jeszcze kilka rozmów, a nawet spotkanie zapoznawcze z potencjalnym partnerem.

Ważne:

- *znalezienie partnera to połowa sukcesu!*
- *może się zdarzyć, że partner zrezygnuje lub że współpraca nie dojdzie do skutku z różnych powodów, często niezależnych od nas. Musimy być przygotowani również na taką sytuację. Wbrew pozorom może to być dobre rozwiązanie – o wiele lepiej szukać partnera przed rozpoczęciem wspólnych działań projektowych niż w trakcie, kiedy któraś ze stron stwierdzi, że współpraca nie jest jednak możliwa. Polecamy mieć awaryjną bazę kontaktów, która może okazać się przydatna w takiej sytuacji.*



2. Spotkanie zapoznawcze

Spotkanie zapoznawcze odbywa się najczęściej przed formalnym nawiązaniem partnerstwa.

Co jest celem spotkania zapoznawczego?

- przedstawienie i poznanie swojej działalności: kto co robi, jakie ma doświadczenie, zasoby, problemy, potrzeby?
- określenie jasnych celów współpracy, co chcemy osiągnąć, na czym ma to polegać?
- ustalenie sposobów komunikacji i podejmowania decyzji;
- przedyskutowanie współpracy/działań/projektu: jak długo? kiedy zaczynamy? kto ma być zaangażowany? dlaczego chcemy to robić? co jest dla nas ważne? czy potrzebujemy finansowania naszych działań? co możemy zrobić wolontariacko?
- początek współpracy jest bardzo ważny. Pierwsze spotkanie ma decydujące znaczenie dla tego, jak dalej potoczy się relacja z partnerem. Zastanówcie się, co byście chcieli osiągnąć podczas tego spotkania. Przygotujcie sobie pytania, które są dla was kluczowe;
- na pierwsze spotkanie warto wziąć ze sobą ulotki, gadżety, publikacje, materiały i poprosić partnera o przygotowanie swoich. Można też zrobić prezentację na temat swojej działalności;
- czas trwania pierwszego spotkania 1,5-2 godziny;
- na to spotkanie można mieć przygotowaną umowę partnerską lub jej szkic – jako punkt wyjścia do dyskusji. Taką umowę będzie trzeba podpisać później, po uwzględnieniu ewentualnych zmian;
- musimy omówić wszystkie elementy projektu/współpracy, które chcemy, żeby się wydarzyły;

Raz na pierwszym spotkaniu zdarzyło mi się zapomnieć o ankiecie, którą chciałam przeprowadzić w ramach diagnozy skierowanej do cudzoziemców. Zapytałam o to partnera w późniejszym czasie, napisałam maila, przestałam ankietę do konsultacji. Jednak miałam wrażenie, że ankietą była dla nich dodatkową pracą, którą partner został obciążony.

- możemy zastrzec, że pewne elementy w naszym projekcie/ustaleniach mogą ulec modyfikacji. Dajmy sobie prawo do tego. Jednak jeśli są takie elementy, które nie mogą się zmienić – np. czas trwania projektu, grupa docelowa – musimy to jasno zakomunikować.

III. Diagnoza

Dlaczego?

Kiedy współpraca została nawiązana, można przejść do kolejnego etapu współpracy. Poznanie sytuacji cudzoziemców w społeczności lokalnej, w której chcemy realizować jakieś działania, jest bardzo ważnym elementem wspólnych działań. Diagnoza składa się z kilku elementów: desk research – czyli badania danych zastanych, wywiadów z ekspertami i ankiet skierowanych do cudzoziemców. Efektem diagnozy jest raport zawierający kierunki działań adekwatne do potrzeb i możliwości w danej społeczności lokalnej.

Dobra diagnoza opiera się na kilku filarach: osobie, która ją prowadzi (badacz), osobie sieciującej (partner), która wyszukuje osoby znające temat (ekspertów), koordynuje spotkania mające na celu zebranie i uporządkowanie wiedzy nt. cudzoziemców, sieciuje osoby zaangażowane w różny sposób w działania na rzecz cudzoziemców. Partner lub osoby współpracujące powinny móc dotrzeć do cudzoziemców z ankietą, ale także z działaniami.

Cel naszej diagnozy był dwójakiego rodzaju: zbadanie sytuacji, zebranie faktów, doświadczeń, dobrych praktyk, na podstawie których powstał raport, ale także do pewnego stopnia diagnoza była pretekstem do spotkania się i porozmawiania o cudzoziemcach mieszkających w badanej miejscowości. Podobnie jak ankieta, z jednej strony służyła zebraniu wiedzy na temat problemów i potrzeb cudzoziemców, z drugiej była swego rodzaju zachętą do kontaktu z cudzoziemcami. Takie podejście naprawdę działało. Cudzoziemcy, którzy nawiązali relację, wypełniając ankietę, przychodzili do partnera i dopytywali o spotkania, możliwość zaangażowania, konkretne tematy, które ich interesowały.



3. Desk research

- przed rozpoczęciem diagnozy badacz musi przeprowadzić samodzielne badanie danych zastanych (desk research);
- warto przeczytać strony internetowe instytucji miejskich, kulturalnych, organizacji, która zaprosiła do współpracy;
- warto zapoznać się z informacjami w mediach lokalnych, tematami podejmowanymi w ostatnim czasie. Można wpisać w wyszukiwarkę hasła: „cudzoziemcy” / „Ukraińcy” / „integracja” itp. i zobaczyć, jakie tematy były poruszane;
- warto skorzystać z dostępnych danych statystycznych dotyczących liczby cudzoziemców w regionie. Dane te mogą nam przybliżyć skalę zjawiska, ale nie będą odpowiedzią na pytanie, ilu cudzoziemców mieszka w danym mieście.

Przykładowe źródła danych:

Urząd do Spraw Cudzoziemców <https://migracje.gov.pl/> – tu można znaleźć statystyki dotyczące osób składających wnioski o zezwolenie na pobyt czasowy/stały na poziomie województwa.

Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej <https://www.mpips.gov.pl/analizy-i-raporty/cudzoziemcy-pracujacy-w-polsce-statystyki/> – tu można znaleźć statystyki dotyczące zezwoleń na pracę dla cudzoziemców, oświadczeń pracodawców o zamiarze powierzenia pracy cudzoziemcowi oraz zezwoleń na pracę sezonową.

Biuletyn Informacyjny WUP w Poznaniu <http://wuppozn.praca.gov.pl/rynek-pracy/statystyki-i-analizy> – statystyki dotyczące zatrudnienia cudzoziemców na poziomie województwa wielkopolskiego.

W celu uzyskania danych dotyczących liczby zameldowanych cudzoziemców w danym mieście lub gminie należy napisać pismo do odpowiedniego urzędu.



4. Wywiad z partnerem

- wywiady warto zacząć od partnera, z którym współpracujemy;
- kolejni eksperci będą wybierani wspólnie z partnerem. Może pomóc w tym mapowanie (patrz niżej) oraz kwerenda stron internetowych przeprowadzona w ramach desk research. Warto uwzględnić zainteresowania partnera. Jeśli partner chciałby skierować swoje działania ku rodzinom i dzieciom cudzoziemców, warto poszukiwać ekspertów w szkołach, instytucjach, gdzie częściej spotyka się dzieci. Jeśli współpraca miałaby dotyczyć pracowników, lepszym ekspertem będzie pracodawca niż nauczyciel;
- wywiad z partnerem może (choć nie musi) odbyć się na pierwszym spotkaniu. Można go również podzielić na etapy – wstępne informacje zebrać na pierwszym spotkaniu, do kolejnych, pogłębionych pytań można wrócić;
- podczas wywiadu z partnerem warto zainicjować temat mapowania – przedstawić, na czym będzie polegać mapowanie, aby partner mógł się przygotować. Z tego powodu kolejne spotkanie powinno się odbyć w innym terminie. Dłuższy odstęp czasowy umożliwi refleksję, mogą się pojawić nowe aspekty, instytucje na mapie, które wcześniej nie były brane pod uwagę.

Przykładowe pytania wstępne:

Co wiecie o cudzoziemcach w waszej miejscowości?

- Kim oni są? Skąd przyjechali? Kobiety czy mężczyźni? Co robią?
- Gdzie ich można spotkać? Gdzie mieszkają/pracują?
- Co się o nich mówi? W jakich relacjach są z miejscowymi? Jakie są nastroje? Czy są konflikty?

Czy coś do tej pory było robione na rzecz wsparcia cudzoziemców w waszej miejscowości?

- Kto? Co? Gdzie? Kiedy? Jaki był efekt?



5. Mapowanie

W każdym środowisku lokalnym są osoby i instytucje mające potencjał, który może się przydać do inicjatyw na rzecz cudzoziemców: ktoś interesuje się Wschodem, dużo podróżuje, ktoś inny uczy się rosyjskiego, ukraińskiego lub chciałby się nauczyć, jeszcze inna osoba prowadzi grupę wolontariuszy lub zajmuje się pomocą społeczną. Są miejsca, do których cudzoziemcy sami trafiają. Warto te miejsca namierzyć, zaznaczyć na mapie, a osoby poznać. Mapowanie to odnajdywanie takich miejsc i osób, które są lub mogą być ważne dla cudzoziemców:

- mapowanie to eksploracja terenu. Ani badacz, ani organizacja X nie są w stanie zrobić dobrego rozpoznania terenu bez zaangażowania partnera;
- mapowanie powinno służyć sieciowaniu. Na tym etapie możemy nawiązywać kontakty, by zawiązać sieć. Mapowanie/diagnoza jest dobrym pretekstem do tego, by się spotkać, żeby opowiedzieć o tym, co robimy, co chcemy osiągnąć i dowiedzieć się, czy te osoby/instytucje/organizacje chciałyby się włączyć w działania i do jakiego stopnia. Ich zaangażowanie będzie uzależnione od potrzeb i możliwości, np. mogą informować o działaniach, pomóc w dystrybucji ankiet, a mogą też podjąć się określonych zadań;
- poniżej lista miejsc/instytucji, które mogą być zainteresowane udziałem w sieci, które mają kontakt z cudzoziemcami, mogą mieć wiedzę na temat sytuacji i potrzeb cudzoziemców, niekiedy posiadają dane statystyczne. Z każdą z tych instytucji warto się skontaktować i zadać pytanie, czy są zainteresowani współpracą, tj. wsparciem integracji cudzoziemców?

Mapowanie:

Gdzie można spotkać osoby zajmujące się cudzoziemcami? Gdzie można spotkać cudzoziemców w waszej miejscowości?

- **Urząd Miasta/Wydział Spraw Obywatelskich** – jaka jest liczba zameldowanych cudzoziemców?
- **Delegatura Urzędu Wojewódzkiego** – czy jest taka instytucja w miejscowości?
- **Rada Miejska** – czy temat cudzoziemców był podejmowany przez Radę?
- **Ośrodek Pomocy Społecznej/Ośrodek Pomocy Rodzinie** – czy cudzoziemcy zgłaszają się do ośrodka? Z jakimi sprawami?
- **Biblioteka** – czy korzystają z oferty biblioteki?
- **Dom kultury/klub** – czy korzystają z oferty domów kultury?
- **Park/boisko/centrum sportu** – czy korzystają z oferty centrum sportu?
- **Szkoły** – ilu uczniów cudzoziemskich uczęszcza do szkół?
- **Policja** – czy interweniowali w sprawach związanych z cudzoziemcami? Jaki jest stosunek mieszkańców do cudzoziemców?
- **Pracodawcy zatrudniający cudzoziemców** – czy zatrudniają cudzoziemców?
- **Kościół** – czy jest przyjazny dla osób z innych krajów?
- **Restauracja/kawiarnia**
- **Inne ważne miejsca**




6. Wywiady z ekspertami/ sieciowanie

- Przygotowując się do tej części, warto wcześniej ustalić (najlepiej na pierwszym lub drugim spotkaniu), kto będzie organizował spotkania z ekspertami i co mają one na celu. Jest to o tyle istotne, że w zależności od ustaleń, spotkania będą miały wymiar bardziej lub mniej sieciujący.

Przykład: Ustalenie zasad dotyczących wywiadów z ekspertami

- Kto umawia spotkania eksperckie?
- Kogo zapraszamy na wywiady?
- Kto jest obecny na wywiadach?
- Rola badacza/rola osoby sieciującej/rola koordynatora
- Określenie miejsc, w których można spotkać cudzoziemców (gdzie?)
- Czy chcemy dotrzeć do pracodawców?
- Czy chcemy dotrzeć do szkół?
- Kto pomoże w dotarciu do cudzoziemców i dystrybucji ankiet?

- Warto połączyć przyjemne z pożytecznym. Przy założeniu, że celem spotkania z ekspertami jest sieciowanie, wywiad będzie narzędziem. Na takim spotkaniu z ekspertami, pytając o kontakty z cudzoziemcami oraz podejmowane działania, jednocześnie zbieramy istotne dane do diagnozy (zasoby i kompetencje ekspertów).
- Mogą być zorganizowane wywiady indywidualne lub grupowe. Warto wcześniej zastanowić się, na czym nam zależy – zaletą spotkań grupowych jest możliwość sieciowania i wymiana doświadczeń między uczestnikami w temacie nas interesującym. Takie spotkanie jest efektywniejsze, bo zachęca do podejmowania działań przez różne osoby.
- Osoba prowadząca spotkanie (badacz) ma w tej roli nieco większe zadanie niż tylko zbieranie danych – powinna też moderować proces sieciowania. Spotkanie takie może być również prowadzone przez 2 osoby: badacza i osobę wspierającą sieciowanie.



Podczas jednego wywiadu grupowego osoba z biblioteki powiedziała mimochodem, że był przypadek, kiedy pracownik pomagał w pisaniu CV osobie z innego kraju. W bibliotece jest komputer, a pracownik zaangażował się w pomoc cudzoziemcowi. W takiej sytuacji badaczka podkreśliła zasoby biblioteki (komputer/neutralne miejsce, do którego sami przychodzą cudzoziemcy/kompetentny pracownik) i zapytała o wolę kontynuacji „punktu wsparcia cudzoziemców w zakresie pisania CV”. Podkreślenie takiej praktyki w grupie osób z jednego miasta spowodowało deklarację, że „nadal możemy się tym zajmować”, co w rezultacie jest informacją dla innych osób, że biblioteka podejmie się takiego rodzaju wsparcia.

- Podczas takich spotkań często pojawiają się propozycje inicjatyw na rzecz integracji cudzoziemców. Są one powiązane z potrzebami lokalnymi, a nie oderwanymi od miejsca i rzeczywistości wizjami badacza.

Podczas spotkania okazało się, że jest kilka osób, które kiedyś uczyły się języka rosyjskiego. Chciałyby odświeżyć znajomość tego języka. W takiej sytuacji zostały przeanalizowane zasoby, które były potrzebne do podjęcia próby rozpoczęcia kursów/konwersacji języka rosyjskiego dla polskich uczestników. Zastanawiano się, co mogłoby wzbudzić zainteresowanie osób rosyjskojęzycznych, żeby chciały się podjąć takiego zadania.

- Wywiady mogą być również indywidualne, jeśli zaproszonemu ekspertowi nie udało się dotrzeć na spotkanie grupowe. Warto poświęcić uwagę każdej osobie, która może się przyczynić do powodzenia projektu.
- Można też prowadzić wywiady telefoniczne – np. z pracodawcami. Forma wywiadu telefonicznego wynika w dużym stopniu z trudności w dotarciu do osób bezpośrednio zajmujących się cudzoziemcami w firmie oraz możliwości zorganizowania czasu na spotkanie. Pracodawcy/osoby zatrudnione w działach HR prędzej znajdą czas, żeby udzielić odpowiedzi na kilka pytań przez telefon.

Pytania do pracodawców:

- Czy mają cudzoziemców w firmie? Ilu?
- Czy korzystają z agencji pracy, czy sami zatrudniają?
- Czy wspierają pracowników z zagranicy w jakiś szczególny sposób (np. pomagają z kartami pobytu, wynajmem mieszkania itp.)?

Dla niektórych pracodawców znaczenie miał fakt, że badania są realizowane we współpracy z lokalną organizacją/institucją, którą oni znają (więc warto o tym powiedzieć w rozmowie). Istotne było też, że dzięki podejmowanym wspólnie działaniom cudzoziemcy – ich pracownicy, będą mogli skorzystać z jakiejś oferty. Warto korzystać z takiego zainteresowania firm i włączać je we współpracę.

Pytania (obszary) do wywiadów indywidualnych i grupowych:

Cel pobytu – Co robią? Na jak długo przyjechali?

Czy przyjechali sami, czy z rodzinami?

Problemy związane z funkcjonowaniem w Polsce/miejscowości?

Jakie mają problemy? Na co narzekają cudzoziemcy?

Jakie Polacy mają problemy (z nimi)? Na co narzekają?

Potrzeby – Jakie mają potrzeby? Co wiemy o tych potrzebach? Skąd o tym wiemy? Czy mają potrzebę kontaktu ze społecznością lokalną? Jakiego rodzaju? Jak mieszkańcy naszej miejscowości mogliby im pomóc?

Plany na przyszłość – Jakie mają plany na przyszłość?

Czy chcieliby mieszkać w miejscowości? Czy chcą zaprosić rodzinę?



7. Ankieta

- Ankieta jest skierowana do cudzoziemców. Ma ona na celu zebranie ich głosu na temat ich problemów i potrzeb. Jednocześnie celem ankiety jest nawiązanie kontaktu i wskazanie siebie/swojej instytucji jako tej, która chciałaby wesprzeć proces integracji cudzoziemców.
- Ankieta tworzona jest w języku polskim, by partner i osoby z sieci wiedziały, jakie dokładnie są pytania, natomiast do osób ankietowanych powinna trafić wersja w języku obcym (rosyjskim/ukraińskim/angielskim), w zależności od tego, co wiemy o lokalnych cudzoziemcach lub do kogo chcemy dotrzeć.

Nasza ankieta składała się z kilkunastu pytań zamkniętych. Część pytań dotyczyła sytuacji, w której znajdują się cudzoziemcy – od jak dawna mieszkają w Polsce/w danej miejscowości, czy mieszkają sami, czy z innymi osobami ze swojego kraju, w jakim celu przyjechali do Polski i co tutaj obecnie robią, jakie mają problemy i potrzeby, które z tych potrzeb mogą wesprzeć lokalni mieszkańcy, jak spędzają czas wolny i jakie mają plany na przyszłość. Kolejna część pytań służyła temu, by zapoznać się z oczekiwaniami i potrzebami cudzoziemców. Jedno z pytań brzmiało „Czy słyszał(-a) Pan(-i) o... (instytucji, która jest partnerem)?” oraz „Proszę zaznaczyć, które z proponowanych przez tę instytucję działań by Pana/Panią interesowały”.

- Pytania w ankiecie zawierające propozycję działań skierowaną do cudzoziemców powinny zostać przygotowane przez partnera, choć warto podpowiedzieć działania, które mogłyby być realizowane. Propozycje te powinny być realistyczne i nawet jeżeli będą to działania dotąd nieprowadzone przez partnera, im bardziej będą one związane z działalnością partnera, tym łatwiej będzie te działania zainicjować.

Nasza ankieta z założenia skierowana była do 20-30 osób. Nie chodziło w niej o próbę reprezentatywną, lecz o nawiązanie kontaktów i zebranie pierwszej opinii cudzoziemców.



8. Raport z diagnozy

- Końcowym efektem diagnozy powinien być raport przekazany partnerowi do zatwierdzenia. Partner powinien być odpowiedzialny za dystrybucję dokumentu do ekspertów, którzy brali udział w wywiadach, zebranie komentarzy i uwag merytorycznych. Rozmowa na temat raportu może być pretekstem do spotkania w gronie ekspertów i partnera.
- Raport powinien składać się z następujących elementów: omówienie zastosowanej metodologii, statystyki dotyczące cudzoziemców na poziomie lokalnym, charakterystyka cudzoziemców wyłaniająca się z wywiadów z ekspertami i ankiet, obszary problemowe, które się zaznaczyły podczas wywiadów i ankiet, potrzeby cudzoziemców i społeczności lokalnej, zasoby, czyli infrastruktura instytucji zaangażowanych i ewentualnie dobre praktyki. W końcowej części raportu warto uwzględnić pomysły, jak wspierać cudzoziemców, a także wnioski i rekomendacje, które mogą posłużyć do tworzenia działań na rzecz tej społeczności w danej miejscowości.
- Rekomendacje są ważne, gdyż pokazują możliwe i realistyczne kierunki działań na rzecz cudzoziemców. Wraz z wnioskami powinny zostać przedyskutowane w grupie ekspertów i partnera, by planować dalsze działania.

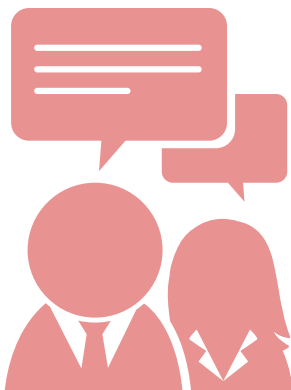
IV. Wymiana doświadczeń – wzmocnienie merytoryczne

Cel: dlaczego?

Współpraca partnerska daje nam unikalną możliwość poznania realiów funkcjonowania naszego partnera, dowiedzenia się, z czym spotyka się na co dzień i jakie działania podejmuje. Jest to również okazja dla nas, by zdobyć doświadczenie w nowym środowisku lub w nowym aspekcie pracy. Warto skorzystać z tej możliwości. Już na samym początku współpracy należy zdiagnozować obszary, w których każdy z partnerów oczekiwałby wzmocnienia.

W naszym przypadku partner nie miał bezpośrednio do czynienia z cudzoziemcami oraz sygnalizował potrzebę poszerzenia swojej wiedzy na tematy prawne związane z legalizacją pracy i pobytu cudzoziemców w Polsce.

- W przypadku, gdy współpraca przebiega z jednym partnerem, o wiele łatwiej można zdefiniować potrzeby. Jeżeli współpracuje się z większą liczbą partnerów, warto od razu zaproponować partnerom rozwiązania, które naszym zdaniem mogą być pomocne.
- Dzielenie się wiedzą ma na celu przygotowanie naszego partnera do realizacji działań, a przede wszystkim wzmocnienie merytoryczne i metodologiczne partnera, które umożliwi mu samodzielną realizację kolejnych inicjatyw na rzecz integracji cudzoziemców ze społecznością lokalną po zakończeniu projektu.



9. Szkolenia

Szkolenia umożliwiają przekazanie wiedzy merytorycznej i dają przestrzeń do wymiany doświadczeń. Korzystając z własnych zasobów, możemy przeprowadzić szkolenia/warsztaty w zakresie znanych nam zagadnień. Jeżeli współpracujemy z jednym partnerem, warto rozważyć przeprowadzenie szkolenia u niego, stawiając na sieciowanie środowiska lokalnego – na szkolenie oprócz partnera można wówczas zaprosić zainteresowane tematem osoby z sieci. Natomiast jeżeli współpraca obejmuje więcej niż jednego partnera, warto zorganizować szkolenie u siebie.

Szkolenie, które zostało przygotowane na potrzeby naszego partnera, dotyczyło kwestii legalizacji pobytu i pracy cudzoziemców w Polsce. W szkoleniu wzięły udział osoby zaangażowane ze strony partnera oraz osób z sieci (zaproszonych przez partnera). Omówiliśmy podstawowe kwestie tego tematu, przybliżyliśmy procedury, przez które cudzoziemcy muszą przechodzić, a także zdefiniowaliśmy problemy, które z tego wynikają (informacja, bariera językowa).



10. Wizyta studyjna

Przykładem wymiany doświadczeń między partnerami może być wizyta w siedzibie jednego z partnerów, mająca na celu poznanie realiów pracy i funkcjonowania

partnera. Jeżeli partner prowadzi działania na różnych płaszczyznach, najlepiej wybrać taką formę, by udało się spotkać z jak największą liczbą zaangażowanych w różne działania osób.

Taka forma dzielenia się dobrymi praktykami jest bardzo interaktywna i pozwala każdemu skorzystać z wizyty w zakresie interesującym właśnie jego. Ktoś, kto może być zainteresowany jednym aspektem, będzie miał okazję porozmawiać z osobą, która prowadzi jakąś inicjatywę, wypyta ją o wszystkie interesujące szczegóły, natomiast ktoś inny będzie zainteresowany kwestiami organizacyjnymi przeprowadzania konkretnych działań i będzie mógł zaplanować swoje przyszłe przedsięwzięcia.

W jednym z projektów zorganizowaliśmy wizytę studyjną, podczas której nasi partnerzy poznali działania MIP-u od podszewki, rozmawiali z wolontariuszkami/inicjatorkami działań oraz pracownikami biura. Była to okazja do dzielenia się doświadczeniami, inspiracjami i pomysłami. Uczestnicy wzięli również udział w jednej z naszych inicjatyw: „Język rosyjski dla dzieci”.

V. Inicjatywa

Dlaczego?

Po etapach związanych z diagnozowaniem oraz merytorycznym przygotowaniem do pracy na rzecz integracji cudzoziemców następuje czas, by zdobytą wiedzę przekuć w praktykę. Warto pamiętać, że każde działanie musi odpowiadać na potrzeby społeczności lokalnej, w tym cudzoziemskiej.

Inicjatywa jest także jednym z argumentów, by zachęcić partnera do udziału w projekcie/współpracy. Jeśli partner dostrzega trudniejszą sytuację cudzoziemców i chciałby się zająć tą sprawą, realizacja konkretnej inicjatywy może być bardzo dobrą motywacją.



11. Przygotowanie do inicjatywy – partnerski mentoring

Przygotowanie do inicjatywy jest niezmiernie ważnym etapem, trzeba mu poświęcić odpowiedni czas. To połączenie wszystkich wcześniejszych etapów pracy. Efektem tych prac będzie inicjatywa. Na tym etapie mamy wpływ na to, jak ona będzie wyglądała, czy nasze cele zostaną osiągnięte, w jakim stopniu zbliżymy się do integracji cudzoziemców i społeczności lokalnej.

W pracy nad przygotowaniem do inicjatywy organizacja/institucja X powinna intensywnie wspierać osobę/institucję/organizację Y. Polecamy formę wsparcia nazywaną mentoringiem – polega ona na tym, że przedstawiciele X i Y pracują ze sobą indywidualnie nad konkretnym zadaniem, udzielając sobie wskazówek, przewidując pewne ryzyka, pytając, korzystając z własnego doświadczenia (nt. współpracy z cudzoziemcami, społecznością lokalną, organizacją imprez itp.) Jeżeli osoba z X ma doświadczenie w organizacji wydarzeń, czego po raz pierwszy podejmuje się osoba z Y, to omawiając i przechodząc w praktyce razem przez kolejne kroki organizacji inicjatywy, będą w stanie osiągnąć najlepszy efekt.

Na tym etapie warto uwzględnić:

- indywidualne podejście do osób/institucji/organizacji, z którymi będziemy pracować;
- nie narzucamy ani naszych koncepcji, ani rozwiązań;
- sposób komunikacji ustalamy i dostosowujemy do potrzeb konkretnej osoby/institucji/organizacji – czy będą to spotkania, czy rozmowy przez telefon lub przez Skype;
- w roli mentora może występować jedna lub kilka osób – w zależności od potrzeb partnera;
- bazujemy na zasobach: sytuacji lokalnej, raporcie z diagnozy, wiedzy i pomysłach partnera. Na końcu korzystamy z doświadczenia naszej organizacji.

Spotkań, kontaktów precyzujących inicjatywę może być kilka czy kilkanaście. Ustalenia warto zapisywać, umawiać się na kolejny kontakt i pilnować terminów. Każde działanie musi być dokładnie zaplanowane – harmonogram, budżet, zasoby ludzkie i materialne. Warto też mieć na wszelki wypadek plan B.

Pamiętajmy – samo planowanie przebiegu inicjatywy musi być poprzedzone badaniem potrzeb, wyborem grupy docelowej i analizą zasobów posiadanych lub potencjalnych (materialnych, ludzkich – współpraca).

Tematyka do umówienia/ustalenia:

Dlaczego chcecie zorganizować inicjatywę? Jaka jest potrzeba? (precyzyjne sformułowanie potrzeby)

- Skąd pomysł?
- Jakie potrzeby były sygnalizowane przez cudzoziemców/dzieci/rodziców?
- Jakie są najważniejsze potrzeby w Twojej społeczności/organizacji/institucji?
- Jaka grupa wiekowa zmagają się z jakimi problemami?
- Zawężenie potrzeby/przyczyny, np. słaba znajomość języka polskiego wśród uczniów szkół.

Jak chcecie organizować tę inicjatywę?

- Czy chcecie zrobić wydarzenie dla wąskiej grupy czy dla szerokiego grona?
- Na czym chcecie się skupić, na integracji czy na informacji? (Warto ten punkt rozstrzygnąć korzystając z diagnozy).
- Czy ma być to jednorazowe wydarzenie, czy cykl spotkań?
- Czy inicjatywa ma szansę być kontynuowana?
- Na jaką potrzebę cudzoziemców/społeczności lokalnej chcecie w tym momencie odpowiedzieć?
- Kto jest grupą docelową inicjatywy?
- Jak chcecie dotrzeć do grupy docelowej?
- Jakie macie zasoby własne/czego brakuje/z czyjej pomocy możecie skorzystać? (Np. gdzie można przeprowadzić spotkanie? Czy można tam zrobić herbatę/kawę? Czy miejsce jest zlokalizowane w centrum?).

Planując inicjatywę, warto ją opisać jak projekt.

Oto pytania pomocnicze:

- **(Who)** Kto jest związany z celem?
- **(What)** Co chcę osiągnąć?
- **(Where)** Określ miejsce.
- **(When)** Określ przedział czasu, w którym cel ma zostać osiągnięty.
- **(Which)** Określ wymagania i ograniczenia związane z realizacją celu.
- **(Why)** Określ przyczyny realizacji danego celu i korzyści płynące z osiągnięcia go.



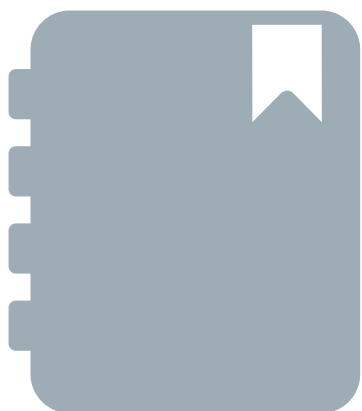
Czy cel Waszej inicjatywy jest **SMART**?

- **Skonkretyzowany** (ang. *specific*) – jego zrozumienie nie powinno stanowić kłopotu, sformułowanie powinno być jednoznaczne i niepozostawiające miejsca na luźną interpretację.
- **Mierzalny** (ang. *measurable*) – a więc tak sformułowany, by można było liczbowo wyrazić stopień realizacji celu, lub przynajmniej umożliwić jednoznaczną „sprawdzalność” jego realizacji.
- **Osiągalny** (ang. *achievable*) – cel zbyt ambitny podkopuje wiarę w jego osiągnięcie i tym samym motywację do jego realizacji.
- **Istotny** (ang. *relevant*) – cel powinien być ważnym krokiem naprzód, jednocześnie musi stanowić określoną wartość dla tego, kto będzie go realizował.
- **Określony w czasie** (ang. *time-bound*) – cel powinien mieć dokładnie określony horyzont czasowy, w jakim zamierzamy go osiągnąć.

Każdy etap może być konsultowany na kilku poziomach:

- wewnętrzny – partner w ramach swojej organizacji,
- projektowy – partnerzy razem,
- zewnętrzny – w ramach sieci,
- otwarty – z potencjalnymi odbiorcami.

Kombinacja konsultacji na każdym z poziomów składa się na inicjowanie działań, które uwzględniają potrzeby i możliwości każdej ze stron uczestniczącej w całości inicjatywy i czynią podejmowane działania bardziej wielostronnymi i efektywniejszymi.



12. Co trzeba uwzględnić, planując inicjatywę?

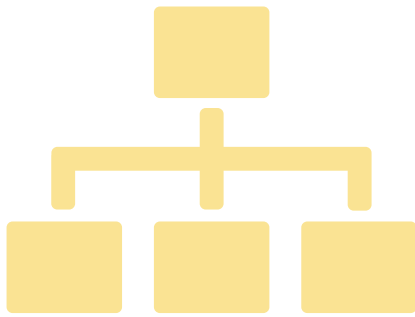
Są pewne obszary, o które trzeba zadbać przed rozpoczęciem działań skierowanych do cudzoziemskich mieszkańców.

Miejsce – Takie, do którego łatwo trafić. Idealnie, jeśli będzie związane z jednym z partnerów – budynek należący do organizacji/instytucji, na przykład sala w bibliotece. Będzie to okazja, by adres partnera

został zapamiętany. Dobrze by było, gdyby pojawiła się informacja w kilku językach informująca o spotkaniu/wydarzeniu.

Osoby znające język obcy – Jeżeli chodzi o obecność cudzoziemców, warto zadbać, aby oprócz przetłumaczonych materiałów na spotkaniu była osoba, która zna język obcy i albo będzie w tym języku spotkanie prowadziła albo będzie tłumaczyła na ten język.

Promocja wydarzenia – Zacząć należy około trzech tygodni przed wydarzeniem, zwłaszcza jeżeli do tej pory nie były podejmowane działania skierowane do tej grupy odbiorców. Materiały powinny pojawić się tam, gdzie trafią do potencjalnych zainteresowanych – miejsca pracy, urzędy, place zabaw, szkoły, okolice budynków, w których mieszkają, sklepy, stacja autobusowa, na której kupują bilety, lokalne grupy na FB, w różnych wersjach językowych w zależności do kogo kierujemy nasze działania. Koniecznie trzeba skorzystać z kanałów, którymi dystrybuowana była ankieta, dotrzeć do osób, które udzieliły odpowiedzi i były zainteresowane współpracą.



13. Przykłady inicjatyw

Oto przykłady inicjatyw, które mogą Was zainspirować. Nie są to gotowe projekty, które sprawdzą się w każdym środowisku, lecz pomysły, które były realizowane przez naszych partnerów.

Spotkania otwarte

Spotkania na które zapraszamy samych cudzoziemców albo cudzoziemców oraz społeczność lokalną (w zależności od celu, który sobie postawiliśmy). Może być to wystawa, na której są poruszane tematy wspólne dla obu grup, spotkanie z ekspertem prowadzone w języku polskim z tłumaczeniem na język obcy, może również być spotkanie kulinarne.

W jednym z miast zaplanowaliśmy dwa spotkania otwarte z cudzoziemcami. Podczas diagnozy wyłoniliśmy tematy, które były istotne dla miejscowych cudzoziemców. Na pierwszym spotkaniu omówione zostały kwestie legalizacji pobytu i pracy – potrzeby zgłębienia wiedzy wśród cudzoziemców wyszły podczas diagnozy. Natomiast tematyka drugiego spotkania była bardziej konkretna i wynikała z potrzeb zgłoszonych przez uczestników pierwszego spotkania – nostryfikacja/uznanie dyplomów, wymiana prawa jazdy, zaciągnięcie kredytu oraz kwestia zapisania dzieci do przedszkola/szkoły.

Pikniki

Spotkania stworzone z myślą o cudzoziemcach oraz lokalnych mieszkańcach. Pikniki umożliwiają obu stronom nawiązywanie kontaktów, swobodne rozmowy w językach obcych, promują otwartość i różnorodność kulturową. Pikniki to wydarzenia integracyjne odpowiednie dla każdego – dla dorosłych i dla dzieci, a także dla osób starszych. Warto, żeby piknik miał jakiś temat przewodni, wokół którego będą odbywać się aktywności, oraz przemyślany sposób zachęcenia do interakcji między cudzoziemcami i społecznością lokalną.

Wymiany językowe

Mogą być w formie kafejki językowej, tandemu lub spotkania konwersacyjnego – celem tych wydarzeń będzie wymiana językowa, na spotkania przychodzą zarówno cudzoziemcy, jak i mieszkańcy lokalni. Przykładowo jedna z osób robi prezentację na wybrany przez siebie temat (kultura/kuchnia/obyczaje w jej kraju), pozostałe osoby mogą zadawać pytania, ćwicząc języki.

Konwersacje z języka polskiego

Moderowane przez osobę polskojęzyczną spotkanie mające na celu przełamanie bariery językowej cudzoziemców. Rozmowy są prowadzone wokół różnych tematów związanych z życiem codziennym, co ułatwia migrantom odnalezienie się w nowym środowisku. Klub konwersacyjny pomoże udoskonalić znajomość języka polskiego, przybliży uczestnikom polską kulturę, sztukę oraz miasto.

Program mentoringowy

Projekt, w którym mentor spotyka się regularnie ze swoim *mentee* (czyli cudzoziemcem, który niedawno się przeprowadził) i wspiera go w integracji ze społecznością lokalną – pomaga w korzystaniu z usług publicznych, poznawaniu miasta, rozwijaniu umiejętności społecznych i komunikacyjnych, a także wspiera emocjonalnie i w nauce języka.

VI. Ewaluacja



Walizka:
co się udało?



Śmietnik:
co się nie udało?



Pralka:
co należy wyprać/zmienić?

Każde nowe działanie, również nowa współpraca, powinna zostać poddana ewaluacji. Są różne formy ewaluacji działań, współpracy. Ważne jest jednak, żeby sobie powiedzieć, co się nam udało, nie udało i co warto by było zmienić na przyszłość.

Ewaluacja pozwala wyciągnąć wnioski i usprawnić lub rozwinąć przyszłe działania. Najlepiej prowadzić bieżącą ewaluację poszczególnych działań.

Można zastosować analizę SWOT.

- Jakie są mocne strony działania/projektu? Co udało się osiągnąć, jak i czy zmieniła się sytuacja cudzoziemców względem społeczności lokalnej? Jakie zmiany zostały zainicjowane działaniem?
- Jakie były strony, nad którymi musimy popracować, co sprawiło nam trudność lub nie poszło pomyślnie?
- Czy jest szansa na dalsze implementowanie zapoczątkowanych działań? Jakie działania mogą być podejmowane w danej miejscowości, czy są jakieś możliwości zdobycia dofinansowania, jakie partnerstwa mogą przyczynić się do rozwoju przedsięwzięcia?
- Jakie są zagrożenia, co mogłoby negatywnie wpłynąć na realizację działań i jak możemy temu zaradzić?

Warto po/w trakcie każdego działania rozmawiać z odbiorcami naszych działań. Co oni myślą o takich inicjatywach, co można byłoby zrobić jeszcze, czy ich zdaniem działania są widoczne oraz odpowiednie do ich potrzeb. Czego im zabrakło, co moglibyśmy zrobić, by zwiększyć skuteczność działania.

Ewaluacja może dotyczyć procesów wewnętrznych (współpraca z partnerem, przebieg komunikacji, koordynacja projektu i działań) oraz efektów działań (czy i jak możemy określić efekty naszych działań). Tutaj koncentrujemy się na relacji działanie – odbiorca: czy frekwencja na wydarzeniu była zgodna z naszymi oczekiwaniami, jeżeli nie, to dlaczego.

Ewaluacja może mieć różne formy: spotkania nieformalnego, pisemnej ankiety, rozmowy telefonicznej. Warto skorzystać z formy najodpowiedniejszej dla nas i dla partnera.

Powinniśmy odpowiedzieć sobie na kilka pytań:

- Czy udało się podjąć współpracę z partnerem? Czy jesteśmy (obie strony) zadowolone z tej współpracy?
- Czy dzięki diagnozie znamy potrzeby cudzoziemców? Czy wiemy o nich więcej?
- Czy zdobyliśmy odpowiednią wiedzę na temat cudzoziemców/pracy z cudzoziemcami? Czy wiemy, w jakich obszarach warto się jeszcze rozwijać?
- Czy udało nam się zbudować sieć instytucji/osób/organizacji lokalnych, które chcą się dalej zajmować tematyką wsparcia integracji cudzoziemców?
- Czy przygotowaliśmy inicjatywę odpowiednią do naszych lokalnych potrzeb? Czy jesteśmy z niej zadowoleni?
- Czy partner był pomocny/wspierający?
- Czy chcemy kontynuować działania na rzecz integracji cudzoziemców?
- Jak powinna wyglądać nasza dalsza współpraca?

VIII. Podsumowanie

Jeżeli zastanawiacie się, od czego zacząć Wasze działania na rzecz integracji cudzoziemców ze społecznością lokalną, to oznacza, że pierwsze kroki już za Wami – zdajecie sobie sprawę z potrzeby takich działań. W tej publikacji chcieliśmy podkreślić, że warto inicjować działania, wchodzić we współpracę z innymi organizacjami/institucjami, które chcą działać w tym kierunku, ponieważ wymiana doświadczeń i partnerskie wsparcie z pewnością przyczynią się do tego, by zainicjowane działania były jak najbardziej odpowiednie i dostosowane do sytuacji lokalnej.

Pozornie mała zmiana, drobne działanie może mieć ogromne znaczenie. Warto rozwijać idee, dzielić się pomysłami i je realizować. Krok po kroku możecie przyczynić się do tego, aby nowi mieszkańcy czuli się zaproszeni do udziału w życiu społecznym i dzięki temu czuli się dobrze tam, gdzie mieszkają. Natomiast społeczność lokalną możecie zachęcić do refleksji, zastanowienia się nad kształtującą się rzeczywistością i nad potrzebą otworzenia się na nowych mieszkańców – integracja to dialog, w który zaangażowane są dwie strony.

Mamy nadzieję, że tym krótkim przewodnikiem udało nam się zachęcić potencjalnych liderów społeczności lokalnych do podejmowania działań mających na celu ułatwienie procesu integracji. Wierzymy, że przedstawione narzędzia i przykłady umożliwią Wam podjęcie działań realnych, ale także szytych na Waszą miarę.

Przy inicjowaniu działań na rzecz integracji:

- zadbajcie o to, by wybrać odpowiedniego partnera, który rzeczywiście ma czas i chęci, by realizować z Wami projekt;
- upewnijcie się, że razem stworzycie projekt i zostały uwzględnione pozycje i preferencje każdej ze stron;
- działajcie – nie ma nic lepszego niż wiedzieć, że Wasze działania przyczyniają się do pozytywnych zmian!
- słuchajcie swojego odbiorcy, musicie się dowiedzieć jakie są rzeczywiste potrzeby Waszej grupy docelowej – ponieważ to właśnie te osoby najlepiej wiedzą, czego potrzebują;
- wychodźcie ze strefy komfortu – realizujcie działania, na które nie odważylibyście się, gdyby nie partner, z którym realizujecie ten projekt;
- korzystajcie wzajemnie z wiedzy i doświadczenia, aby powstała nowa jakość oferowanych przez Was działań;
- ewaluujcie, rozmawiajcie o tym, co się działo, dzieje i będzie się dziać, zgłaszajcie swoje wątpliwości, komentarze i potrzeby. Pamiętajcie, projekt to Wasze wspólne dzieło i celem jest pozytywna zmiana, która po zakończeniu działań projektowych będzie trwała.

Powodzenia!

Wszystko jest w naszych rękach, w naszych głowach pełnych pomysłów. Jeżeli nie Ty, nie dziś, to kto i kiedy?

Razem tworzymy społeczność lokalną, w której żyjemy – nieważne, czy mieszkamy tu od urodzenia, przyjechaliśmy z innego końca Polski czy z zagranicy. Jeżeli chcemy, by nasze otoczenie było otwarte, przyjazne – nie czekajmy, zrobmy pierwszy krok. Osobom z zagranicy najtrudniej jest się odnaleźć na nowym miejscu, poczuć się zaproszonymi do udziału w życiu społeczności lokalnej. Możemy to zmienić! Pomagajmy sobie nawzajem i twórzmy społeczność, w której każdy mieszkaniec czuje się potrzebny. Warto wiedzieć, że integracja jest procesem dwustronnym, zrobmy więc pierwszy krok, zobaczymy, jakie będą wyniki!

Jak? Od czego zacząć? O tym chcemy opowiedzieć w tym praktycznym przewodniku o tym, jak rozpocząć współpracę tam, gdzie chcemy rozwijać integrację z cudzoziemcami.

