

Blisko na ostatniej drodze

Wskazówki dla zakładów pogrzebowych

Monika Stasiak



Spis treści

Pogrzeb domowy a dom pogrzebowy – od sprzedaży usług do towarzyszenia w pożegnaniu.....	3
Pogrzeb domowy – rozwój, nie konkurencja.....	5
Bliskość, nie szybkość; prawda, nie pozór – pogrzeb domowy w doświadczeniu klientów.....	7
Pogrzeb domowy a oferta zakładu pogrzebowego.....	12
Metoda drobnych kroków – różne modele zaangażowania.....	13
Sale pożegnań.....	15
Zestaw do domowego czuwania.....	17
Komunikacja: podmiotowość, przejrzystość, profesjonalizm.....	19
Zakład pogrzebowy jako część społeczności.....	21

Uwaga: spis treści jest interaktywny –
aby przenieść się do wybranego rozdziału, kliknij jego tytuł.

Pogrzeb domowy a dom pogrzebowy – *od sprzedaży usług do towarzyszenia w pożegnaniu*

Jeszcze dwadzieścia lat temu wiele z tego, co dzisiaj w branży funeralnej jest normą, wydawało się nie do pomyślenia. Intensywny rozwój usługi kremacji, wzrost popularności pogrzebów świeckich czy pojawienie się nowych zawodów takich jak tanatokosmetyk – to wszystko miało dopiero nastąpić. W tym czasie również zakłady pogrzebowe przeszły długą drogą, dostosowując swoją praktykę do zmieniającego się rynku i potrzeb klientów, profesjonalizując się, podnosząc jakość usług i starając się odpowiadać na zmieniającą się rzeczywistość rynkową. To z kolei doprowadziło do pewnego ujednolicenia oferty, które ma swoje niepodważalne zalety: zapewnia przewidywalność całego procesu, sprzyja standaryzacji usług, usprawnia pracę zakładu. Z drugiej jednak strony jednolitość łatwo może wpaść w monotonię: te same utwory grane przez trębaczki w trakcie ceremonii, podobnie wyglądająca oferta skupiająca się w znacznej mierze na marketingu produktów (karawany, trumny, urny, kwiaty), mała elastyczność w odpowiedzi na indywidualne potrzeby zgłaszane przez klientów...

Tymczasem skala potrzeb rośnie wraz ze zmianami pokoleniowymi. Już teraz coraz częściej tymi, którzy odpowiadają za organizację pożegnania, są przedstawiciele pokolenia „Y” (tzw. milenialsi). To grupa, która w swoich wyborach konsumenckich w mniejszym stopniu zwraca uwagę na produkt czy usługę, a w większym

– na doświadczenie, jakie ze sobą niosą. To klienci, którzy szukają spersonalizowanej oferty, dopasowanej do swoich wartości i stylu życia. To także pierwsze pokolenie, które w takim stopniu zwraca uwagę na swój dobrostan psychiczny i kieruje się nim w swoich wyborach życiowych, zawodowych czy zakupowych. Wreszcie zaś jest to grupa, która szybko się laicyzuje, a zamiast utartych tradycją i religią praktyk obrzędowych, częściej wybiera te, które niosą bardziej otwarte podejście do religijności i duchowości. Kolejne po milenialsach są „zetki” – w jeszcze większym stopniu świadome swych potrzeb i wyborów konsumenckich, zaznajomione z trendami z całego świata dzięki obecności w cyfrowym świecie.

Zaczątek zmiany, którą niesie ze sobą obecność nowych pokoleń na rynku pogrzebowym, widzimy już dzisiaj: w trumnach malowanych w neonowe kolory, w coraz większej popularności biodegradowalnych urn, w rozwijającej się sieci lasów pamięci, w praktyce wybranych domów pogrzebowych, które we współpracy z celebrantkami humanistycznymi oferują ceremonie pożegnania „skrojone na miarę”.

Model skoncentrowany na produktach przez wiele lat dobrze odpowiadał na potrzeby klientów. Coraz częściej okazuje się jednak, że rodziny oczekują również wsparcia emocjonalnego, aktywnego współdecydowania o kształcie pożegnania (wykraczającego poza wybór urny z katalogu) i możliwości osobistego zaangażowania w ceremonię. W praktyce oznacza to przejście od sprzedaży produktów do towarzyszenia rodzinie w doświadczeniu pożegnania. Marketing doświadczeń to znacznie więcej niż obsługa pogrzebu. To zapewnienie wielokanałowego procesu pożegnania w oparciu o tzw. podróż klienta (customer journey). To uwzględnienie w ofercie roli, jaką odgrywają w decyzjach związanych z pogrzebem emocje osób po stracie, relacje łączące je ze zmarłymi bliskimi czy bodźce sensoryczne towarzyszące kontaktowi z przedsiębiorstwem pogrzebowym (mogą one odnosić się do tak subtelnych obszarów jak organizacja przestrzeni w biurze obsługi klienta, jej estetyka i sprzyjanie wyciszeniu).

Dziś możemy już rozmawiać nie tylko o jakości organizacji pogrzebu, ale także o jakości samego doświadczenia pożegnania.

Pogrzeb domowy – rozwój, nie konkurencja

Jednym z kierunków, w których rozwija się dzisiaj oferta przedsiębiorstw pogrzebowych w krajach Zachodu, są pogrzeby domowe (pogrzeby prowadzone przez społeczność). O tym, czym są i jak mogą wyglądać, piszę więcej w części poradnika dla osób indywidualnych. Główne założenie, które im przyświeca, to przywrócenie bliskim zmarłego sprawczości po stracie i uczynienie ich współtwórcami pożegnania, a nie tylko publicznością biorącą udział w ceremonii. To pogrzeb, w którym przedsiębiorcy funeralni zmieniają się z dostawców produktów i usług w mentorów i towarzyszy pożegnania.

O takich właśnie pogrzebach mówi Redolf Huiting, dyrektor holenderskiego domu pogrzebowego PCB:

” Ostatnio miałem klienta, dla którego potrzebowałem tylko karawanu i trumny, ponieważ chciał sam zająć się ciałem w domu i przewieźć je do krematorium. Chciałem się upewnić, że rozumiem wszystkie szczegóły tego procesu, więc spędziłem z nim trochę czasu na rozmowie telefonicznej, aby udzielić mu porad dotyczących pielęgnacji ciała”¹.

Huiting nie widzi w tym zjawisku zagrożenia. Swojej przewagi na rynku nie upatruje w blokowaniu indywidualizacji i „udomowienia” usług pogrzebowych, ale w tworzeniu spersonalizowanej oferty otwartej na potrzeby i oczekiwania klientów.

¹ R. Kuyvenhoven, *The future of funerals: what the UK funeral industry can learn from the Dutch*, <https://www.ritualstoday.co.uk/the-future-of-funerals-what-the-uk-funeral-industry-can-learn-from-the-dutch/>.

Jedną z tych potrzeb, jakie stara się szanować zachodni rynek funeralny, jest bliskość. Bliskość kultywowana w trakcie pobytu zmarłej osoby w domu, jej samodzielnego mycia i ubierania przez rodzinę czy kilkudniowego czuwania przy ciele. Coraz więcej domów pogrzebowych (jak niemieckie Memento czy Caspary, A Natural Undertaking z UK, holenderski ThuisUitvaart albo Liferites Funerals i Tender Funerals z Australii i inne) stara się nadać za tym nurtem. Znajdziemy więc na ich stronach informację o tym, że obok organizacji klasycznych ceremonii oferują także pomoc przy pożegnaniu w domu. Część zakładów jak ThuisUitvaart z Amsterdamu pisze wręcz, że: „Nie ma miejsca bardziej znajomego i osobistego niż dom. To sprawia, że Twój własny dom jest idealnym miejscem, aby pożegnać bliską osobę w ciszy i spokoju”².

Nie jest tak, że pogrzeb domowy stanowi fanaberię „bogatyń Holendrów” (a także Niemców, Belgów, Brytyjczyków czy Irlandczyków) To kwestia odpowiedniego rozłożenia akcentów w pracy z osobami po stracie. Pytanie, jakie warto sobie postawić, brzmi: czy chcemy, żeby nasze usługi pogrzebowe były kosztowne (wówczas kończymy na rywalizacji o cięższą trumnę i okazalsze wieńce), czy bogate w sensie wartości, jakie ze sobą niosą, i owocujące zaufaniem klientów zyskiwanym wraz osobistym podejściem.

Już teraz, choć wyraźnie sformułowanej oferty pożegnań domowych na stronach rodzimych przedsiębiorstw pogrzebowych nie znajdziemy, są wśród nich takie, które wypożyczają rodzinom maty chłodzące na potrzeby czuwania w domu (jak zakład pogrzebowy Koperski) albo zachęcają bliskich do dłuższego niż standardowe pół godziny pożegnania z ciałem (jak choćby Miejski Zakład Pogrzebowy w Częstochowie).

² Strona domu pogrzebowego ThuisUitvaart.nl: <https://thuisuitvaart.nl/veelgestelde-vragen/hoe-werkt-thuisuitvaartnl>

Bliskość, nie szybkość; prawda, nie pozór – pogrzeb domowy w doświadczeniu klientów

W dyskusji o tym, czy warto dostosowywać rodzimą ofertę pogrzebową do zachodnich trendów, może paść argument, że „oni” są bardziej progresywni, ale w konserwatywnym polskim społeczeństwie takie nowinki nie przejdą. Po pierwsze: to samo uzasadnienie pada ze strony ustawodawcy, ilekroć pojawia się oczekiwanie zmiany w prawie pogrzebowym umożliwiającej rozpraszanie prochów³. A potem toczą dziesiątki rozmów z tymi „konserwatywnymi” odbiorcami, którzy nie mogą się doczekać, kiedy w końcu taka opcja będzie oficjalnie dostępna, a wobec braku możliwości ustawowych rozważają nawet rozproszenie prochów na własną odpowiedzialność. Po drugie: pogrzeb domowy to coś więcej niż nowinka z Zachodu. To bardzo stara droga, którą nasze społeczeństwo kroczyło na długo przed profesjonalizacją i outsourcingiem usług pogrzebowych. Ilekroć opowiadam o pożegnaniach w domu na wykładach, warsztatach i spotkaniach z ludźmi, zawsze spotykam się ze stwierdzeniami:

³ Pełnomocnik poprzedniego rządu ds. zmiany Ustawy o cmentarzach Wojciech Labuda argumentował wręcz następująco: „Dopuszczenie możliwości rozsypywania prochów mogłoby doprowadzić do sporu ideologicznego, a w konsekwencji zaszkodzić całemu projektowi ustawy, który reguluje i porządkuje ważny obszar funkcjonowania państwa”, M. Cyrankiewicz-Gostyński, *W połowie 2023 r. ma być nowe prawo o cmentarzach*, Prawo.pl, <https://www.prawo.pl/samorzad/rozsypywanie-prochow-ludzkich-propozycja-zmian-przepisow,516336.html>.

„No tak, tak się przecież kiedyś robiło”, „Jeszcze jak byłam mała...”, „Kilkanaście lat temu żegnaliśmy w ten sposób dziadka”. Ta forma pożegnania jest obecna w naszej kulturowej pamięci. Sięganie do niej to nie wytyczanie nowych szlaków, ale ponowne przemierzanie tych, które zostały nieco na uboczu i zdążyły przez ten czas zarosnąć ostem i pokrzywami. Dla wielu będą o wiele bardziej dogodne niż autostrady, po których wprawdzie przemkniemy błyskawicznie i sprawnie, jednak nie doświadczymy samej drogi – jej trudów i piękna. Pogrzeb domowy to w istocie powrót do naszych kulturowych korzeni i czerpanie z nich tego, co może być wsparciem w obliczu straty.

O tym, jak ważne, wzmacniające i wspólnotowe może być to doświadczenie, opowiadały moje rozmówczynie w trakcie wywiadów na potrzeby tego poradnika:

” Jest jeszcze czas dla rodziny, kiedy my wszyscy w różnych konfiguracjach siedzimy przy zmarłym. Na przykład ja siedziałam z siostrą i wspominaliśmy sobie, co nam dziadek dał. Jakie były te chwile.

To było niesamowite, bo moja siostra pamiętała zupełnie inne rzeczy niż ja. Nagle całe kolaże z dzieciństwa stawały nam przed oczami. Jak rozmawiałam z wujkiem, to on na przykład mówił o jego relacji z dziadkiem jako ojcem [...]. Dzięki temu, że każdy z nas dzielił się tym, co pamiętał, mogłam zobaczyć inne przestrzenie z życia dziadka. [...] Mimo że był to czas wielkiego smutku i było w nim dużo płaczu, to jednak fakt, że mogliśmy razem w tym wszyscy uczestniczyć i o tym rozmawiać, był ogromnie ważny.

Jest też taki czas w ciągu dnia, kiedy przychodzą sąsiedzi, przyjaciele. [...] Te wspomnienia sąsiadów czy współpracowników też są potrzebne. Czujesz wtedy, że twój dziadek był ważny dla tylu osób”⁴.

Ta sama rozmówczyni opowiada o sytuacji zgoła odmiennej, kiedy po śmierci babci nie w jej rodzinnej wiadomości, ale w dużym mieście, spotkała się z oporem ze strony domu pogrzebowego, by bliscy zaangażowali się w czynności związane z myciem czy ubieraniem:

” Drugim bardzo ciężkim momentem dla mnie było to, jak przywieźliśmy ubranie babci i powiedziano nam, że nie możemy jej przebrać, że to jest niemożliwe. [...] Myśl, że jakieś obce osoby będą ją rozbierać, myć i ubierać, była dla mnie po prostu straszna. Wcale nie było łatwiej, że robi to ktoś za nas ani że nie ma jej w tym domu. Bo ją zabrali, po dwóch dniach przyjechaliśmy na pożegnanie do kaplicy i tam mieliśmy niecałą godzinę, żeby z nią pobyć. [...]

Bardzo to jest trudne, w porównaniu z pogrzebem domowym, który oczywiście jest dużo bardziej wymagający. [...] A jednak ta forma domowa jest dużo łatwiejsza, pomaga przejść przez żałobę, uczestniczyć w tym, doświadczyć bycia z ciałem. [...] Bycie z ciałem tego człowieka, kiedy możesz się przytulić policzkom do policzka, wziąć za rękę, posiedzieć, pobyć, masz czas na te wszystkie refleksje, na te wszystkie myśli, przeprosiny, podziękowania, to jest bezcenne”⁵.

Wątek niespiesznego, osobistego pożegnania skonstrastowanego z nastawioną na tempo i sprawność działania ofertą domów pogrzebowych pojawiał się również w innych rozmowach i w odniesieniu do dalszych etapów pogrzebu. Jednym z nich jest pochówek, w trakcie którego wiele zakładów pogrzebowych zrezygnowało z zakopywania grobu przy uczestnikach pogrzebu na rzecz tymczasowego zastawiania go (wątpliwej estetyki) płytą oklejoną sztuczną trawą. Tak mówi o tej praktyce jedna osób, z którymi rozmawiałam:

⁴ RP, wywiad do poradnika, przeprowadzony 09.2025, archiwum autorki.

⁵ J.w.

” I to cały czas jest pośpiech. [...] Teraz tak się grób przykrywa się siatką z czymś zielonym albo i bez, kładzie się kwiaty i jest ładnie. I to jest typowy przykład takiego stwarzania pozoru. Po cóż te kwiaty, nawet jak widzimy, że jest ładnie? Tak, jest ładnie, kwiaty ułożone, a oni później te kwiaty zdejmują, zasypują grób i układają wszystko ponownie. To już woląabym być do końca. Pięć minut jakoś wytrzymam”⁶.

Wydaje się, że nad stwierdzeniem pozorności działań przy współczesnych pochówkach należy zatrzymać się dłużej. Nie chodzi o to, by było ładnie. Chodzi o to, by było prawdziwie. Pogrzeb ma dawać przestrzeń i czas do pożegnania oraz pozwolić dojść do głosu emocjom, które pojawiają się w związku ze stratą. Ma być doświadczeniem transformującym, a nie piękną fasadą, za którą kryje się pustka.

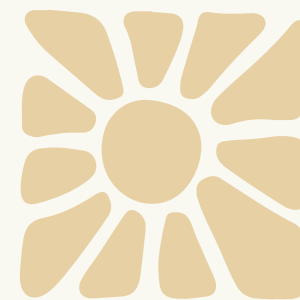
W poradniku dla osób indywidualnych znajduje się więcej cytatów dotyczących sensów i potrzeb łączonych z domowym pożegnaniem. Tutaj pozwolę sobie punktowo wymienić główne jego wartości, na jakie wskazują zarówno moje rozmówczynie, jak i osoby, którym towarzyszę przy śmierci i pożegnaniu bliskich:

- możliwość przeżycia straty w swoim tempie;
- poczucie wpływu na to, co się dzieje;
- czas na poukładanie się trudnych rodzinnych relacji oraz na zrobienie lub powiedzenie tego, na co nie było czasu lub okazji wcześniej;
- doświadczenie wsparcia ze strony krewnych i przyjaciół;
- szansa dla dzieci, by łatwiej zrozumiały sytuację straty i miały swój udział w uroczystości pogrzebowej;

⁶ TI i UMS, wywiad do poradnika, przeprowadzony 09.2025, archiwum autorki.

- długofalowy wpływ na więzi rodzinne (umacniająca rola pożegnania współtworzonego przez społeczność).
- przekonanie, że się dopełniło zobowiązań wobec bliskiej osoby i czuwało osobiście nad każdym etapem pożegnania;
- poczucie właściwego odprowadzenia duszy (dla osób związanych z różnymi formami religii i duchowości);
- pożegnanie w osobistej, bliskiej zmarłemu przestrzeni, w miejscu, które kochał i które było dla niego ważne;

Pogrzeb domowy nie jest konkurencją dla profesjonalnych usług pogrzebowych, lecz jednym z kierunków ich rozwoju. Pozwala poszerzyć doświadczenie pożegnania o elementy bliskości, uczestnictwa i osobistego zaangażowania rodziny.



Pogrzeb domowy a oferta zakładu pogrzebowego

Włączenie pogrzebów domowych w zakres działań przedsiębiorstw pogrzebowych wiąże się przede wszystkim ze zmianą perspektywy. Inna jest w tej nowej optyce zarówno rola klientów, jak i pracowników zakładu. Klienci ze zlecniodawców, kogoś, kto płaci i wymaga, stają się współtwórcami pożegnania. Niektórzy będą chcieli współtworzyć je w mniejszym, inni w większym stopniu. Będą w stanie zdecydować jednak dopiero wówczas, gdy poznają możliwości takiego zaangażowania. Pracownicy zakładów przestają być jedynie sprzedawcami towarów i usług. Stają się raczej towarzyszami w żałobie oraz mentorami, którzy bazując na wiedzy i doświadczeniu przeprowadzają bliskich zmarłej osoby przez proces pożegnania. Z jednej strony taka zmiana będzie wymagać więcej czasu (poświęconego na szczegółowe wysłuchanie rodziny i rozmowę znacznie wykraczającą poza uzgodnienie warunków brzegowych umowy) oraz kompetencji (umiejętność aktywnego słuchania czy udzielenia instruktażu tym, którzy chcą sami umyć i ubrać osobę zmarłą). Z drugiej zaś – część odpowiedzialności, którą brali na siebie wcześniej pracownicy zakładu, będzie spoczywać na rodzinie.

Metoda drobnych kroków – różne modele zaangażowania

Początek nie musi oznaczać rewolucji. Gdy członkowie rodziny dzwonią z informacją o śmierci, pracownik biura obsługi może zapytać, czy przed przyjazdem transportu chcieliby spędzić ze zmarłym jeszcze trochę czasu⁷. Warto odpowiedzieć, co mogą wtedy zrobić: zapalić świecę, włączyć delikatną muzykę albo dyfuzor zapachowy, spokojnie posiedzieć przy bliskiej osobie, umyć jej ciało czy ułożyć je w odpowiedniej pozycji. Bywa, że bliscy chcą się zaangażować, ale nie wiedzą jak – potrzebują prostych wskazówek i wsparcia. Najlepiej, jeśli może przyjechać ktoś, kto ich w tym poprowadzi. Jeśli jednak jest to niemożliwe, pracownik może udzielić krótkich instrukcji telefonicznie lub odesłać do materiałów pomocniczych (np. do naszych filmów instruktażowych towarzyszących poradnikowi).

Podobną propozycję można złożyć także wtedy, gdy zmarły jest już w zakładzie pogrzebowym. Zamiast traktować udział bliskich w czynnościach pielęgnacyjnych jak kłopot, warto wprost zapytać, czy chcieliby w nich uczestniczyć. Wiele osób początkowo odmówi – z lęku lub niewiedzy. Dlatego ważne jest krótkie wyjaśnienie sensu takiego zaangażowania: to okazja do indywidualnego pożegnania, częściowego oswojenia się ze stratą, wyrażenia wdzięczności i osobistego, czułego zatroszczenia się o tych, których żegnamy.

Dalszy etap to stopniowe „pakietowanie” oferty tak, by obejmowała zarówno pogrzeb w całości prowadzony przez zakład pogrzebowy, pogrzeb domowy organizowany przy wsparciu pracowników zakładu, jak i pogrzeb prowadzony przez zakład, uwzględniający jednak elementy pozwalające bliskim na zaangażowanie.

⁷ Za pokazanie, jak takie rozwiązanie może funkcjonować w praktyce dziękuję panu Adamowi Franczykowi z Miejskiego Zakładu Pogrzebowego w Częstochowie.

● W modelu częściowym na współudział mogą składać się:

- ☛ **zaangażowanie bliskich** osoby zmarłej w jej mycie i ubieranie na terenie zakładu;
- ☛ **zorganizowanie czuwania** przy ciele w dedykowanej do tego sali pożegnań – obecnie większość takich pożegnań oferowanych przez zakłady nie spełnia swej roli przede wszystkim ze względu na zbyt krótki czas trwania (pół godziny tuż przed pochówkiem? ma raczej efekt mrozący niż otwierający) oraz utrudnioną możliwość personalizacji. Zachęcając rodzinę do udziału w pożegnaniu z ciałem, warto odpowiedzieć, co bliscy mogą wtedy robić (piszemy o tym szerzej w części poradnika poświęconej praktykom i rytuałom na czas czuwania);
- ☛ zaproponowanie zorganizowania ceremonii pogrzebowej (w przypadku urny) **w alternatywnej, bliskiej zmarłemu przestrzeni** typu ogród, restauracja itp.;
- ☛ przygotowanie wraz z rodziną **dekoracji uroczystości**, która będzie nawiązywać do życia i pasji osoby zmarłej;
- ☛ zaoferowanie bliskim **niesienia urny lub trumny** do grobu.

● W modelu pełnym-domowym na ofertę zakładu może się składać:

- ☛ **instruktaż** (mentoring) pracownika zakładu, jak zaopiekować się ciałem zmarłej osoby i na co zwrócić uwagę;
- ☛ **wypożyczenie rodzinie zestawu** do domowego czuwania, na który złożą się np.: przenośny klimatyzator lub specjalna mata chłodząca, akcesoria do pielęgnacji ciała, całun, świece, dyfuzor do olejków zapachowych, trumna, elementy dekoracyjne lub rytualne;
- ☛ **wsparcie i doradztwo w organizacji domowego czuwania** – na co zwrócić uwagę, jak przygotować przestrzeń, co można w czasie takiej uroczystości robić. Część zakładów pogrzebowych w Australii i Nowej Zelandii przygotowuje dla bliskich broszury, w których podpowiadają, jak wypełnić

ten czas i jakie podjąć działania. Zachęcam do tworzenia własnych tego typu materiałów inspirowanych częścią naszej publikacji poświęconą domowemu czuwaniu;

- ☛ zachęcenie bliskich do poniesienia trumny na cmentarz (jeśli to niedaleko) lub przynajmniej z domu do karawanu;
- ☛ stworzenie we współpracy z rodziną spersonalizowanej, osobistej ceremonii pogrzebowej (wybór i dekoracja przestrzeni, zachęcenie do przemawiania, niesienia urny, wyboru muzyki itd.).

Te dwa modele warto potraktować jak dwa krańce skali. W ofercie zakładu pogrzebowego może znaleźć się jeden z nich, oba albo jeszcze dodatkowy wariant pośredni, który będzie łączył część rozwiązań z każdego modelu.

Sale pożegnań

Zdarza się, że bliscy nie mają możliwości, aby pożegnać zmarłego w domu i chcieliby skorzystać z sali pożegnań w zakładzie pogrzebowym. Spróbujmy teraz w ramach eksperymentu myślowego porównać dwie sytuacje:

- 1 Pożegnanie trwa piętnaście minut**, w harmonogramie pogrzebów czekają już dwie następne uroczystości. Trumna ze zmarłym wystawiona jest na podwyższeniu, więc można przy niej jedynie stać. Krótkie spóźnienie sprawia, że czas na pożegnanie spada do dziesięciu minut, przy ponaglających spojrzeniach pracowników.
- 2 Pożegnanie trwa tyle, ile potrzebuje rodzina**. Może korzystać z sali przez godzinę lub przez całą noc. Pomieszczenie przypomina wystrojem prywatny pokój. Są w nim stół, krzesła,

kanapa. Zmarły może być ułożony w trumnie lub na łóżku. Całość daje się zaaranżować w zależności od potrzeb bliskich. Dostępny jest kącik, w którym można zaparzyć sobie herbatę i zjeść przyniesione wcześniej przekąski.

Drugi z opisanych przeze mnie wariantów pokoju pożegnań to nie fantazja, tylko realne miejsce w domu pogrzebowym McCartney Family Funerals w Underwood w Australii⁸. Jednak i w Polsce mamy już przykłady pomieszczeń o bardziej domowym i dopasowanym do odbiorców charakterze, jak choćby sala pożegnań w Zakładzie Pogrzebowym „Niebieski” w Wałbrzychu⁹. Tworzenie takich przestrzeni i zadbanie, by były dostępne w czasie, który naprawdę sprzyja pożegnaniu, a nie tylko „okazaniu ciała”, to wielka szansa dla polskich przedsiębiorstw funeralnych.

O czym warto pamiętać, projektując taką przestrzeń? Odpowiednia temperatura czy spełnianie norm sanitarnych to jedna kwestia. Drugą jest sprawienie, by osoby żegnające kogoś bliskiego mogły choć w pewnym stopniu poczuć się jak u siebie. Znaczenie mają więc kolory: ciepłe i naturalne. Wygodne krzesła, które będzie można ustawić wokół trumny zgodnie ze swoimi potrzebami. Być może kwiaty. Osobny stolik lub kanapa dla tych, którzy potrzebują się wyciszyć lub zrobić krok wstecz. Głośnik, z którego można emitować ulubioną muzyką zmarłego. Świece i dyfuzor do olejków zapachowych. Nie bez znaczenia będzie też choćby skromny serwis herbaciany albo przynajmniej dystrybutor do wody. Tym, którzy przychodzą po raz pierwszy, prawdopodobnie przyda się też podpowiedź pracownika zakładu, co mogą zrobić i w jaki sposób skorzystać z przestrzeni.

Każda z tych zmian jest sama w sobie niewielka, jednak połączone mają moc stwarzania pożegnań takich, które służą zarówno osobom w żałobie jak samemu zakładowi.

Zestaw do domowego czuwania

Głównym wyzwaniem związanym z przebywaniem osoby zmarłej w domu jest utrzymanie niskiej temperatury ciała. W rozdziale dla odbiorców indywidualnych pokazałam, jak bliscy mogą rozwiązać tę kwestię samodzielnie (za pomocą lodu, suchego lodu czy wkładów do lodówek turystycznych). **Prawdziwy przełom w gotowości do zorganizowania domowego czuwania następuje jednak wówczas, gdy rozwiązanie chłodzące jest pewne, proste w obsłudze, przystępne i udostępniane przez zakład pogrzebowy.** W taki sposób pogrzeb domowy zyskał na popularności m.in. w Australii i Nowej Zelandii, gdzie do obniżenia temperatury ciała osoby zmarłej stosuje się Maty Manaaki¹⁰ oraz płyty chłodzące (*cool plates*). Te ostatnie produkuje się i sprzedaje w Europie, np. w Niemczech czy Holandii¹¹, a w nieco innej formie to rozwiązanie jest oferowane również w Polsce¹². Domy pogrzebowe, które zdecydowały się na ich zakup, często zaczynały od jednej, stopniowo poszerzając swoją ofertę w zakresie pogrzebów domowych i wraz ze wzrostem zainteresowania odbiorców nabywając kolejne tego typu urządzenia. Podkreślam, że jednymi z głównych importerów płyt chłodzących są dziś Australijczycy, na których nasze „gorące lata” najprawdopodobniej nie zrobiłyby wrażenia.

⁸ *Where Families Say Goodbye – Inside a Visitation Room*, <https://www.youtube.com/watch?v=LpE78oH5ubo>

⁹ <https://www.zakladniebieski.pl/sala-pozegnan/>

¹⁰ <https://www.manaakimats.org/>

¹¹ <https://lavabis.com/products/multikuhlung-mit-randheizung>, <https://www.hesselmans-uitvaartbenodigdheden.nl/webshop/mobiele-koelingen>.

¹² <https://marczyktechnika.pl/>

Choć maty chłodzące wydają się być najistotniejszym elementem zestawu do domowego czuwania, to można włączać do niego również inne przedmioty przydatne w pielęgnacji ciała zmarłej osoby czy w samym pożegnaniu. Mogą się wśród nich znaleźć myjki lub gąbki, miseczka, prześcieradło, podkłady jednorazowe, pieluchomajtki, a także np. dyfuzor do olejków zapachowych czy świece. Wypożyczanie takiego zestawu może wejść w zakres stałej oferty zakładu pogrzebowego osadzonej wokół pogrzebów domowych.

Dla rodziny zmarłej osoby taki zestaw to ważny krok w stronę pożegnania w bliskości. Dla zakładu pogrzebowego, który takie pożegnanie wspiera, to pewność, że przebiegnie ono w bezpiecznych pod względem sanitarnym warunkach.



Komunikacja: *podmiotowość, przejrzystość, profesjonalizm*

Włączenie pogrzebu domowego do oferty ma sens wtedy, gdy zakład pogrzebowy będzie wskazywał klientom sens takiego rozwiązania oraz stojące za nim wartości (zwracając uwagę na osobisty, czuły, dopasowany do potrzeb i rytmu rodziny sposób pożegnania). Nie należy idealizować i romantyzować procesów, które następują w ciele osoby zmarłej, ale też nie powinno się tworzyć wokół nich atmosfery grozy i czegoś nienaturalnego. Opowiadanie o tym, że ciało ulega stężeniu pośmiertnemu, następuje rozkład komórek i gnicie, nie stoi w sprzeczności z podmiotowym traktowaniem zmarłego i patrzeniem na niego oczami bliskich. Mówienie o żegnanej osobie jako o czyimś tacie czy babci pomoże przełamać strach towarzyszący kontaktowi z martwym ciałem i znormalizować to, co się z nim dzieje.

Ogromną rolę w zindywidualizowaniu oferty odgrywa rozmowa z osobami po stracie. Rozpoczynanie jej od pytania o dowód osobisty i kartę zgonu to sprowadzenie zmarłego do roli numeru w dokumentacji. Rozmowa nie może opierać się jedynie na zebraniu danych do umowy czy wyborze produktów z katalogu zakładu. Powinna wiązać się z wsłuchaniem w potrzeby i emocje rodziny oraz poznaniem, kim był, jaki charakter i zainteresowania miał zmarły. To nie jest spotkanie na piętnaście minut, którego celem jest podpisanie dokumentów. To pierwszy poziom wsparcia, jakiego doświadczają osoby po stracie. Wymaga czasu i uważności ze strony

zaangażowanego pracownika zakładu pogrzebowego. Odpowiednio poprowadzona rozmowa pomoże dobrać najbardziej optymalny wariant usługi, a dla bliskich będzie też ważną częścią wsparcia w żałobie. Poświęćmy klientom uwagę, pytając ich o to, co było dla żegnanej osoby ważne, jakie miała wartości, czy wyrażała jakieś oczekiwania związane z pogrzebem, jakim była rodzicem lub dzieckiem, co kochała robić, jakie były jej charakterystyczne powiedzonka, jakiej muzyki słuchała... Zapytajmy o potrzeby rodziny, o to, jak chciałyby pożegnać drogiego sobie człowieka. Pokażmy możliwości, by dać wybór, który będzie czymś więcej niż decyzją odnośnie kształtu i koloru urny. Zobaczmy w ludziach po drugiej stronie biurka (a jeszcze lepiej – stolika z herbatą), osoby, którym chcemy towarzyszyć w ich stracie, a nie petentów, których trzeba jak najszybciej obsłużyć.

Ten sposób myślenia można przełożyć na język i konstrukcję oferty w materiałach informacyjnych. Położenie ciężaru na towarzyszenie, wsparcie, holistyczną pomoc w pożegnaniu zmarłego zupełnie inaczej ustawia komunikację niż wyliczenie produktów, jakie za pośrednictwem zakładu można nabyć. Urnę da się kupić samemu na Allegro. Mądrego, czułego wsparcia po śmierci bliskiej osoby – już nie. Oferta to konkretne działania, ale także wartości, które za nimi stoją.

W komunikacji z bliskimi osoby zmarłej ważne jest także przejrzyste informowanie, co się składa na proponowaną usługę i w czym bliscy otrzymają wsparcie od domu pogrzebowego. Nie bez znaczenia jest też przejrzystość finansowa. Jeśli przyjrzymy się cennikom na stronach australijskich zakładów pogrzebowych, zobaczymy, jak szczegółowo rozpisane są działania i ich koszty, często z wyszczególnieniem wariantów: pożegnania samodzielnego, przy wsparciu pracownika firmy pogrzebowej oraz w całości prowadzonego przez zakład¹³.

¹³ Our Pricing, Tender Funerals Illawarra, <https://tenderfunerals.com.au/illawarra/our-pricing/>, dostęp: 30.03.2026.

Nie ma miejsca na niedopowiedzenia i dopasowywanie oferty do przewidywanego „portfela” klienta albo na dopisywanie usług, o których dowiaduje się dopiero po fakcie. Uczciwe prezentowanie składowych oferty i ich cen to fundament budowanej w oparciu o zaufanie relacji z tymi, którzy korzystają z usług zakładu.

Zakład pogrzebowy jako część społeczności

Czy społeczna odpowiedzialność biznesu to coś korzystnego jedynie dla korporacji? A gdyby spojrzeć na zakład pogrzebowy nie tylko jak na firmę, ale i na uczestnika lokalnej sieci współzależności? Włączanie pogrzebu domowego (lub jego elementów) do oferty stwarza znakomitą okazję do edukowania na temat śmierci i towarzyszących jej procesów. Nie oznacza to, że osoby w żałobie, przychodząc po wsparcie w organizacji pożegnania, mają otrzymywać wykład o zmianach zachodzących w ciele. Kto jednak powiedział, że takie wykłady nie mogą być częścią szerszej oferty edukacyjnej zakładu pogrzebowego kierowanej do lokalnego otoczenia? Opieka nad ciałem zmarłej osoby, organizacja ceremonii czuwania albo warsztaty planowania ostatniej drogi – jedynym ograniczeniem jest wyobraźnia oraz gotowość do podnoszenia kompetencji pracowników. Czasami nie trzeba wiele – wystarczy otwartość. Już dziś są

w Polsce domy pogrzebowe, które wspólnie z Fundacją Funerarium organizują spotkania Death Cafe (rozmowy o śmierci przy kawie na zaproponowane przez uczestników tematy).

Z kolei przykład z australijskiego Life Rites Funerals pokazuje, że rola zakładu pogrzebowego nie musi się kończyć na organizacji pogrzebu. Jeśli uważnie prześledzimy cennik Life Rites, zobaczymy, że poza różnymi wycenionymi usługami znajduje się w nim propozycja uczestnictwa w bezpłatnych comiesięcznych kręgach wsparcia w żałobie. To nie jest bonus, który ma sprawić, że klienci zapłacą więcej za inne elementy oferty. To komunikat, że nie są sami w tym, co ich spotyka, że mogą liczyć na wsparcie społecznej wioski, której częścią jest także zakład pogrzebowy. Towarzystwo ludziom w kryzysowym momencie życia to wielka odpowiedzialność. To także szansa, by włączyć się w życie swojej miejscowości i aktywnie je współtworzyć. Bo praca ze śmiercią jest właśnie opowieścią o życiu.

Jeśli są Państwo zainteresowani rozwojem swojej oferty w kierunku pożegnań domowych (lub wybranych ich elementów), zachęcam do kontaktu mailowego lub telefonicznego. W ofercie Fundacji „Na progu” znajdują się zarówno pojedyncze warsztaty dla zakładów pogrzebowych jak cały proces mentoringowy, poczynając od przyjrzenia się Państwa zasobom i obecnie funkcjonujących usług, po wprowadzenie nowych rozwiązań zarówno na poziomie praktyki, jak komunikacji. Szczegóły oraz dane kontaktowe są dostępne na stronie: naprogu.pl



Tytuł: Pożegnanie domowe. Blisko na ostatniej drodze
Tekst: Monika Stasiak
Redakcja i korekta: Katarzyna Badowska
Opracowanie graficzne, skład: Magda Warszawa

Projekt „Generator Innowacji. Sieci Wsparcia 3”, dofinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego+



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



LIDER I PARTNER WIODĄCY

PCG Polska Sp. z o. o.
ul. Fabryczna 17, 90-344 Łódź
www.pcgpolka.pl

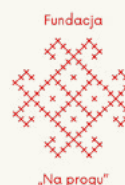


PARTNER PROJEKTU

Towarzystwo Inicjatyw Twórczych „e”
ul. Hoża 35, 00-681 Warszawa
www.e.org.pl



POZOSTALI PARTNERZY



INSTYTUT
DOBREJ
ŚMIERCI



Nagranie jest objęte licencją Creative Commons Uznanie Autorstwa 4.0 Międzynarodowa (CC BY 4.0).
Treść licencji można znaleźć na portalu
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.pl>