

Trening twórczości jako propozycja kształcenia liderów w społecznościach regionalnych

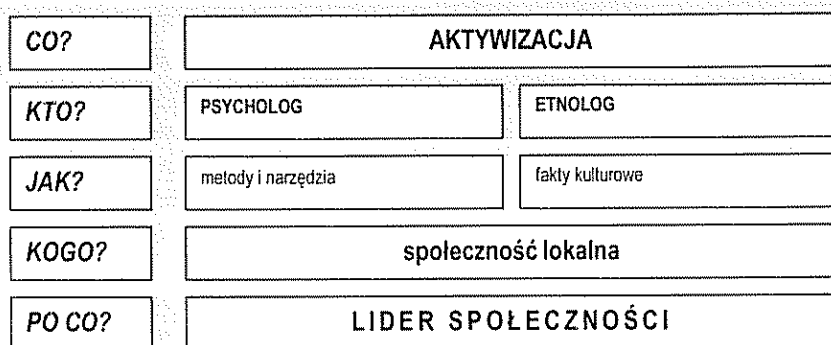
Wprowadzenie

Współczesna kultura regionów jest konglomeratem zjawisk odwołujących się często do wzorów tradycyjnej kultury ludowej, tradycji historycznych danego obszaru, ale także nowo powstających wytworów twórczości lokalno-regionalnej. Na rzecz ożywienia, prezentacji i promocji kultury regionu podejmowane są liczne działania z zakresu upowszechniania kultury, do których zaliczyć można takie zjawiska, jak: animacja społeczno-kulturalna, edukacja regionalna oraz ruch społeczno-kulturalny. Stopień zaangażowania instytucji, organizacji i mieszkańców regionu może więc świadczyć o stanie kultury regionalnej. Kultura (w tym kultura regionalna) istnieje dzięki jednostkom ludzkim, które są twórcami, nosicielami, użytkownikami, odbiorcami oraz modyfikatorami kultury.

Głównym celem proponowanego przez nas warsztatu¹ było pokazanie, w jaki sposób może przebiegać współpraca przedstawicieli dwóch dyscyplin naukowych (etnologia i psychologia) w zakresie kształcenia twórczego lidera społeczności lokalnej. Projektując działania edukacyjne wyszliśmy z założenia, iż pracując z przedstawicielami społeczności lokalnej, którzy żyją, mieszkają i pracują na określonym terenie, możemy wykorzystać dorobek dwóch dyscyplin naukowych i stworzyć w ten sposób interdyscyplinarną ofertę kształcenia. Zależało nam również

¹ Zajęcia odbyły się w dniach 19 – 20 maja 2007 roku, w Ośrodku Szkoleniowym w Starbieniu (gm Choczewo, pow. wejherowski, wojew. pomorskie), w ramach projektu: „Edukacja dla Kaszub i Pomorza” realizowanego przez Kaszubski Uniwersytet Ludowy z siedzibą w Wieżycy. Trening twórczości realizowany był dla uczestników studium: „Refleksyjny praktyk w działaniu – aktywne metody pracy grupowej”. W zajęciach wzięło udział 14 osób, głównie nauczycieli i animatorów, mieszkających i pracujących w małych środowiskach lokalnych. Podczas treningu wykorzystane zostały metody twórczego rozwiązywania problemów, a zadania realizowane były w oparciu o własne doświadczenia uczestników oraz znajomość zasobów i deficytów środowiska lokalnego. Głównym zadaniem, jakie zostało postawione przed uczestnikami, było zaplanowanie i zaprojektowanie strategii promocyjnej regionu z wykorzystaniem własnych umiejętności oraz wiedzy.

na tym, aby w jak największym stopniu bazować na wiedzy i doświadczeniach uczestników warsztatu. Tym samym postawiliśmy sobie pytania: (1) W jaki sposób aktywizować, promować i wykorzystywać w działaniu wiedzę o regionie? (2) W jaki sposób stymulować do działania w obszarze promocji regionu: pytanie o kierunek, sposoby i możliwości działania liderów społeczności lokalnej? (3) Jak szukać pomysłów, środków i sposobów działania? Podsumowując, naszym celem była aktywizacja (rozumiana jako pobudzanie i zachęcanie do działania w środowisku znanym liderowi) poprzez wskazywanie możliwości działania w oparciu o wiedzę etnologiczną (odwoływanie się do faktów kulturowych) z wykorzystaniem metod i narzędzi psychologicznych (motywacja, twórcze myślenie) (Rys. 1.).



Rys. 1. Kierunki i cele kształcenia twórczych liderów

Źródło: opracowanie własne

Kim jest lider?

Propozycja warsztatu skierowana jest do osób wyróżniających się w swoich społecznościach, a które - z racji wykonywanego zawodu czy pracy społecznikowskiej - mogą być uznane za specjalistów w danej dziedzinie wykazując się większą aktywnością i twórczością od pozostałych (Żebrowski, 2003, s.22). Jako zakres działań podejmowanych przez lidera wymienić można: kierowanie i przewodzenie grupie mające swój wyraz w rozpoznaniu i realizowaniu potrzeb grupy oraz reprezentowaniu jej interesów na zewnątrz. Gromadząc wokół siebie ludzi gotowych do udziału w przedsięwzięciach i oczekujących na pokierowanie liderzy gotowi są realizować zadania w celu wyznaczenia nowych kierunków działań, a także pomagają nadać sens i wartości owym działaniom. Odpowiadając na potrzeby grupy sami także realizują się w organizowaniu i przewodzeniu (Smykowski, 1996, s.57).

Szczególne role w kwestii upowszechniania kultury regionalnej przypada właśnie liderom jako osobom wyróżniającym się w swojej społeczności – aktywnością i pasją, umiejętnościami i kompetencjami, wiedzą i chęcią dzielenia się z innymi. Są to osoby wyróżniające się spośród społeczności swoim zaangażowaniem w działalność popularyzującą elementy tradycji i kultury regionu. Zakres działalności i pole działań liderów mogą być różne i często zdeterminowane wykonywanym zawodem czy odpowiednią ilością czasu wolnego (Tab. 1).

Tab. 1. Typy liderów w społecznościach wiejskich (ze względu na charakter podejmowanych działań).

Pracownicy instytucji upowszechniania kultury	Zadaniem wynikającym z racji wykonywanego zawodu jest organizowanie życia społeczno-kulturalnego, dbanie o zachowanie lokalnych tradycji oraz opieka nad twórczością amatorską. Do tej grupy należą pracownicy domów kultury, muzeów oraz bibliotek. Bardzo często podejmowane przez nich działania są wynikiem zainteresowań, pasji, ale także formą realizacji własnych ambicji artystycznych.
Nauczyciele pracujący w szkołach	Pracujący z dziećmi i młodzieżą, realizujący program z zakresu edukacji regionalnej nie tylko na lekcjach, ale poprzez zaangażowanie się w organizację czasu wolnego. Formą takiej pracy jest prowadzenie zespołów folklorystycznych, przygotowywanie repertuaru, organizowanie występów, przygotowywanie uczniów do konkursów dotyczących wiedzy o regionie, gwarowych, historycznych itp.
Naukowcy	Zajmujący się naukowo wybranymi zagadnieniami kultury regionu, którzy prowadząc badania, publikując oraz udostępniając wyniki swojej pracy dokumentują wybrane elementy kultury badanych obszarów.
Regionaliści	Zrzeszeni w towarzystwach i stowarzyszeniach, bardzo często będący założycielami struktur samorządowych, aktywnie udzielający się na wielu szczeblach życia regionu (kulturalnego, społecznego, ale także gospodarczego i politycznego). Proponowane działania wiążą się z chęcią promowania kultury regionalnej, organizowaniem różnych działań promocyjnych, prowadzeniem działalności wydawniczej.
Twórcy ludowi	Swoją twórczością artystyczną przyczyniają się do kontynuowania tradycji często uczestnicząc w pokazach, warsztatach, konkursach oraz biorąc udział w wystawach.
Kolekcjonerzy, „zbieracze”	Kolekcjonując pamiątki, archiwalia i zabytki przyczyniają się do zachowania elementów kultury regionalnej.

Źródło: opracowanie własne.

Regionalizm: inspirowanie i promowanie, czyli kultura regionalna jako produkt

Odtwarzanie, ale także kreowanie nowych wzorców charakterystycznych dla kultury obszarów wiejskich, staje się sposobem na życie oraz formą utrzymywania i zarabiania. Przykładem są inicjatywy podejmowane przez przedstawicieli różnych społeczności tworzących ośrodki lokalnej wytwórczości ludowej, rzemiosła czy pielęgnujących i podtrzymujących lokalne tradycje. Jedną z form działalności na rzecz promowania swojego regionu jest działalność stowarzyszeń i towarzystw kulturalnych, a także swoistego rodzaju „renesans” Kół Gospodyń Wiejskich.

Podstawą projektowania i wdrażania twórczych metod kształcenia liderów odwołujących się do lokalnych zasobów dziedzictwa kulturowego jest fakt uświadomienia sobie, czym owo dziedzictwo jest. Kształtowało się ono w wyniku różnych procesów historycznych, co spowodowało wyodrębnienie się kulturowych i cywilizacyjnych tożsamości regionów. Tożsamość ta ma wyraz przestrzenny i obejmuje określone terytorium cechujące się określonymi zespołami kulturowymi. Z poszczególnymi elementami kultury regionu utożsamiają się jego mieszkańcy, identyfikują się z nimi, określają je jako swoje i dobrze znane, zaś podstawą świadomości regionalnej jest wiedza na temat przeszłości i dziejów swojego regionu. Przejawem owej świadomości są celowe dążenia grup społecznych lub jednostek kultuwujące i upowszechniające treści kultury (por. Dąbrowski, 1994, s. 113; Kwaśniewski, 1994, s. 34-39).

Kultura regionalna rozumiana jako zespół cech charakterystycznych dla danego terenu i stanowiąca o jego specyfice jest ważnym czynnikiem spajającym społeczność lokalną, a identyfikowanie się z jej poszczególnymi elementami jest wyrazem tożsamości regionalnej. Jednym z istotniejszych elementów kultur regionalnych jest dziedzictwo kultury ludowej i poszczególne jej elementy. Z samym pojęciem regionu łączy się nierozzerwalnie określenie zbiorowości lokalnej lub społeczności lokalnej, której ramy przestrzenne wyznacza wspólne terytorium (Bednarski, 1987, s. 151). O społeczności lokalnej mówimy wtedy, gdy interesująca nas grupa spełnia następujące kryteria: (1) grupa zamieszkuje wspólne terytorium, (2) członkowie danej społeczności wchodzić w interakcje społeczne, (3) pomiędzy członkami społeczności istnieje trwała więź oraz (4) dzielą oni wspólny system wartości i norm postępowania, a także (5) w świadomości członków regionu funkcjonuje poczucie odrębności w stosunku do innych społeczności lokalnych. Mamy tutaj więc dwa rodzaje kryteriów, dzięki którym możemy obserwować funkcjonowanie (bądź nie) społeczności lokalnej. Z jednej strony, są to cechy obiektywne, jak miejsce, teren, terytorium, z drugiej strony są to cechy określające mieszkańców, jak religia, wspólny język, podzielane przekonania, wizja świata (Oleđzka, 1996, s. 37).

Obydwa kryteria są istotne z punktu widzenia aktywizacji i animacji społeczności lokalnych. Członkowie wspólnot lokalnych posiadają świadomość

(większą lub mniejszą) o potrzebie kultywowania własnej tożsamości, regionalnego samookreślenia się czy wreszcie podtrzymywania więzi integrujących społeczność dzięki instytucjom, inicjatywom oddolnym. Związane jest z tym pojęcie samego regionalizmu rozumianego jako ruch społeczno-kulturalny koncentrujący się na pielęgnowaniu i rozwijaniu dziedzictwa kulturowego w regionie i tym samym dążący do zachowania swoistych cech kultury danego obszaru, do pogłębiania wiedzy o tej kulturze, do jej rozwoju i odnowy (Kwaśniewski, 1987, s.306).

Współcześnie regionalizm i ruch regionalny są szansą na zaistnienie, konsolidację i podtrzymywanie więzi regionalnych przede wszystkim dla małych społeczności na szczeblu lokalnym. Przyczyniają się również do rozwoju i utrzymywania demokracji społecznej i gospodarczej, a głównymi obszarami działań regionalistów są oświata i kultura. Dzięki działaniom podejmowanym na rzecz społeczności i kultury regionu przywracana jest tożsamość grupowa, wzrasta poczucie zakorzenienia i przynależności do danej grupy, umacnia się poczucie identyfikacji z regionem i elementami jego kultury. Jednocześnie zachowana zostaje ciągłość kulturowa (Damrosz, 1987).

Punktem wyjścia staje się więc aktywność społeczna, czyli chęć uczestnictwa, a także organizowanie działań kulturalnych, których treść adresowana jest zarówno do członków danej grupy regionalnej, jak i do przedstawicieli grup zewnętrznych. Aktywność społeczna jest dobrowolnie przyjętym rodzajem zobowiązania, które zakłada aktywne włączanie się i uczestniczenie w życiu kulturalnym społeczności. Termin uczestnictwa w kulturze odnosi się do odbioru kultury, przyswajania jej treści oraz podlegania owym treściom (Gajda, 2005, s.46-47). Uczestniczyć w kulturze można świadomie, wtedy mamy do czynienia z celowym wyborem propozycji uczestnictwa, oraz nieświadomie – bezrefleksyjnie, przypadkowo.

Ze względu na charakter podejmowanych działań oraz podmioty organizacyjne wydzielić można trzy poziomy aktywności społeczności regionalnej:

- 1) Pierwszy poziom dotyczy funkcjonowania w środowisku lokalnym instytucji upowszechniania kultury. Instytucje te działając na szczeblu lokalnym opierają się głównie na aktywności członków danej społeczności. W podejmowanych działaniach kierują się potrzebami tego środowiska, czerpią z lokalnych zasobów kulturowych i zachęcają członków społeczności lokalnej do aktywnego uczestnictwa w proponowanych działaniach. Placówki i instytucje kultury, o których mowa, to: domy kultury, biblioteki oraz muzea. W ogólnie narzuconą strukturę i ramy organizacyjne wpisują swoją działalność zgodnie z możliwościami oraz zapotrzebowaniami lokalnego środowiska.
- 2) Drugi poziom aktywności lokalnej to organizowanie i funkcjonowanie inicjatyw oddolnych, które powstają z potrzeby wspólnego działania i tworzenia na rzecz wspólnoty oraz regionu. Zaliczamy do nich towarzystwa i stowarzyszenia powoływane do życia przez grupy zainteresowane kulturą i historią regionu. Są one wyrazem nie tylko dbania o dziedzictwo kulturowe, ale stanowią także formę realizacji zainteresowań ich członków.

- 3) Trzeci poziom aktywności lokalnej to działalność animatorów i liderów, czyli osób wyróżniających się w swych środowiskach, które przez działalność czy twórczość przyczyniają się do upowszechniania i promowania regionu, co w konsekwencji prowadzi do przekazywania wzorów dziedzictwa kulturowego. Osoby te mogą być pracownikami instytucji, członkami towarzystw i stowarzyszeń, jak i osobami działającymi niezależnie - poza ramami organizacyjnymi placówek i organizacji.

Idee ruchu regionalnego, edukacji regionalnej, a także programów zakładających aktywizację społeczności lokalnych przybierają różne formy (jednorazowe bądź cykliczne, np. obchody dni dziedzictwa; czy formy trwalsze, jak opracowywanie szlaków turystycznych). Działania te podejmowane mogą być przez różnego rodzaju instytucje, jak domy kultury i muzea, ośrodki wspierające rozwój różnych grup społecznych (świetlice środowiskowe czy socjoterapeutyczne, urzędy pracy), ale także przy współpracy z regionalistami oraz ruchem regionalnym pod postacią stowarzyszeń i towarzystw miłośników. Wytwarza się w ten sposób płaszczyzna przekazu międzygeneracyjnego, kiedy osoby zainteresowane działalnością na rzecz regionu nawiązują kontakt i przekazują swoją wiedzę i umiejętności nowym osobom.

Podstawą działalności aktywizującej jest poznanie najbliższego środowiska i specyfiki regionu, nawiązywanie kontaktów ze środowiskiem lokalnym i regionalnym oraz poszanowanie i dbanie o wspólne dziedzictwo. Pozwala to na bezpośredni udział wszystkim zainteresowanym, a przyczynia się do rozwoju i promowania regionu. Uczestnictwo w kulturze regionu znajduje wyraz w różnego rodzaju działaniach, z których ze względu na formę i metody oraz adresatów działań można wydzielić także wspólne opracowywanie strategii promocyjnych (w tym projektowanie produktu regionalnego). Dla stworzenia produktu, który byłby czymś charakterystycznym, oryginalnym, a jednocześnie nowoczesnym i użytkowym, niekoniecznie trzeba zatrudnić sztab wykwalifikowanych projektantów i menedżerów. Możliwości w tym zakresie tkwią w samym środowisku, wszak istnieje możliwość współpracy z lokalnymi stowarzyszeniami. Współpraca może dotyczyć ożywienia kultury regionalnej, promocji produktów regionalnych (projektowanie „gadżetów” regionalnych dostosowanych do potrzeb współczesnego odbiorcy), upowszechniania wiedzy na temat regionu zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz.

Aktywizacja liderów społeczności lokalnej za pomocą metod treningu twórczości i twórczego rozwiązywania problemów

Kształcenie dla twórczości a aktywizacja liderów społeczności regionalnej

Metody treningu twórczości i twórczego rozwiązywania problemów wywodzą się z przekonania, że twórczość możemy traktować jak każdy rodzaj aktywności człowieka (Nęcka, 2005). Twórczość w tym rozumieniu nie jest czymś nadzwyczajnym, przynależnym tylko jednostkom i wytworom wybitnym (twórczość – podejście elitarne), ale stanowi cechę, rodzaj zasobu przynależny każdej osobie (twórczość – podejście egalitarne). Jak każdy zasób może być przez różne osoby wykorzystywana w większym lub mniejszym stopniu, a także - jak każdą sprawność - można ją również blokować lub uaktywniać za pomocą odpowiedniej stymulacji zewnętrznej. Praktycznym efektem licznych badań nad twórczością było zwrócenie uwagi na możliwość rozwijania twórczości oraz opracowanie metod kształcenia w kierunku rozwijania potencjału twórczego. W obszarze edukacji dla twórczości (Nęcka, 2003) możemy wyróżnić dwa rodzaje takich oddziaływań. Pierwszym z nich jest identyfikacja oraz usuwanie barier, przeszkód i bloków, które hamują twórczą aktywność (Nęcka, 2003). Drugi rodzaj oddziaływań stanowią ćwiczenia i doświadczenia, które rozwijają wiedzę o twórczości oraz pozwalają trenować sprawności niezbędne dla twórczego myślenia. Pierwszy obszar zajmuje się likwidowaniem przekonań, blokad, ograniczeń, które nie pozwalają na twórczą aktywność; drugi rodzaj oddziaływań wyposaża osobę w odpowiednie narzędzia potrzebne dla podjęcia twórczej aktywności.

Zasygnalizowane we wstępie pytania i wątpliwości dotyczące trudności w aktywizowaniu społeczności lokalnej w kierunku wykorzystania zasobów danego regionu wydają się mocno korespondować z założeniami kształcenia dla twórczości. Jeśli zadamy pytanie: „dlaczego ludzie nie podejmują tego rodzaju aktywności regionalnej?”, możemy uzyskać dwojaką odpowiedź. Z jednej strony, widoczne będą liczne blokady, które nie pozwalają na oderwanie się od „starego” sposobu myślenia/działania i pójście w kierunku „nowego” – koresponduje to z omówionym powyżej obszarem oddziaływań dotyczącym blokad, przeszkód i barier w aktywności twórczej. Z drugiej strony, osoby mogą nie wiedzieć, jak podejść do danego problemu, mogą skarżyć się na brak narzędzi, sprawności, umiejętności niezbędnych do tego, aby wymyśleć, podjąć i zrealizować jakąś nową inicjatywę regionalną wychodzącą naprzeciw potrzebom współczesnego świata. Ten obszar wątpliwości może zostać zagospodarowany przez kształcenie dla twórczości obejmujące ćwiczenie sprawności poznawczych i aktywizowanie potencjału twórczego.

Pojęcie twórczości, kreatywności oraz idea treningu twórczości i twórczego rozwiązywania problemów – czyli o co w tym chodzi?

Podjmując rozważania na temat aktywności twórczej oraz jej stymulowania należy jednak zacząć od zdefiniowania samego pojęcia twórczości. „Słownik Psychologii” (Reber, 2000, s. 781) definiuje twórczość jako „procesy umysłowe, które prowadzą do rozwiązań, idei, teorii, form artystycznych, konceptualizacji czy wytworów, które są wyjątkowe i nowe”. Również Nęcka (2000, 2003) dokonując opisu dzieła twórczego definiuje je jako produkt cechujący się koniunkcją dwóch cech: nowości i wartości. Autor ten zwraca jednocześnie uwagę, że pojęcie nowości i wartości jest pojęciem względnym i możemy je rozpatrywać tylko w odniesieniu do pewnej grupy osób w pewnym okresie czasu. Nowość zawsze rozpatrujemy w odniesieniu do tego, co było już wymyślone, stworzone, wykorzystane wcześniej, czyli do starego, jak również oceniamy, na ile to „nowe” jest oryginalne i budzi zdziwienie. Nie każdy produkt cechujący się nowością można jednak uznać za twórczy. Jeśli, odwołując się do definicji dzieła twórczego, nie spełnia on jednocześnie kryterium wartości, czyli logiczności, przydatności, zrozumiałości, dostosowania do aktualnych potrzeb, gustów, nie może on być uznany za twórczy. W literaturze przedmiotu pojęcie twórczości odnosi się nie tylko do dzieła twórczego, ale również rozpatruje się twórczość jako cechę osoby i cechę procesu prowadzącego do twórczego rozwiązania. W tym rozumieniu często używa się pojęcia kreatywności i definiuje się ją jako „cechę indywidualną polegającą na zdolności do wytwarzania nowych pomysłów” (Nęcka, 2000, s. 784). Kryteria kreatywności danej osoby oraz sposoby pomiaru danej cechy zostały zawarte w Tab. 2.

Tab. 2. Kryteria kreatywności wg J. P. Guilforda.

	Kryteria kreatywności		
Nazwa	Płynność	Giętkość	Oryginalność
Definicja	łatwość wytwarzania pomysłów	gotowość do zmiany kierunku myślenia	zdolność do wytwarzania pomysłów nietypowych
Sposób pomiaru	liczba wygenerowanych pomysłów	liczba różnych kategorii, do których zaliczamy pomysły	częstość pojawienia się pomysłu u innych ludzi

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Nęcka (2003).

Reasumując dotychczasowe rozważania na temat twórczości i kreatywności (kryteria kreatywności) oraz zestawiając je z potrzebami kształcenia liderów społeczności lokalnej możemy wskazać na następujące kierunki oddziaływań:

- likwidowanie barier i przeszkód blokujących twórcze myślenie;
- rozwijanie potencjału twórczego, czyli wzbogacanie wiedzy na temat twórczości, a także rozwijanie sprawności poznawczych pomagających w myśleniu twórczym;

- zlikwidowanie barier i wzbogacenie zasobów twórczego myślenia powinno prowadzić do podwyższenia zdolności w kierunku większej płynności, giętkości i oryginalności myślenia liderów regionalnych;
- wygenerowane przez liderów pomysły i sposoby realizacji tych pomysłów powinny jednocześnie spełniać kryterium nowości i wartości, czyli być zarówno pomysłami oryginalnymi, świeżymi, ale również wartościowymi w znaczeniu przydatności, logiczności, dostosowania do potrzeb danej społeczności i wymogów rynku oraz samej zasadności i możliwości realizacji tych nowych idei. Podczas fazy generowania nowych pomysłów będzie się zatem liczyła zarówno liczba nowych pomysłów, jak i ich jakość.

Psychologia twórczości daje jednocześnie wskazówki dotyczące tego, w jaki sposób można ćwiczyć twórcze myślenie i kreatywność, aby uzyskać zmiany opisane w powyższych czterech punktach. Te dwie formy oddziaływania to (Nęcka, 2003; Proctor, 2002):

- 1) Trening twórczości, w którym zastosowanie różnych technik służy podniesieniu potencjału twórczego uczestników. Obejmuje on następujące rodzaje oddziaływań skierowanych na osobę:
 - stymulowanie myślenia twórczego;
 - stymulacja aktywności twórczej;
 - praca nad blokadami kreatywności.
- 2) Metody twórczego rozwiązywania problemów - koncentrują się bardziej na danym problemie niż na osobie oraz zmierzają w kierunku zwiększenia potencjału osób do rozwiązywania problemów, zapoznania z etapami twórczego rozwiązywania problemów oraz nauczania metod twórczego rozwiązywania problemów. Obejmują one następujące rodzaje oddziaływań:
 - rozwiązanie konkretnego problemu;
 - nauka technik rozwiązywania problemów;
 - stymulacja aktywności twórczej;
 - praca na blokadami kreatywności.

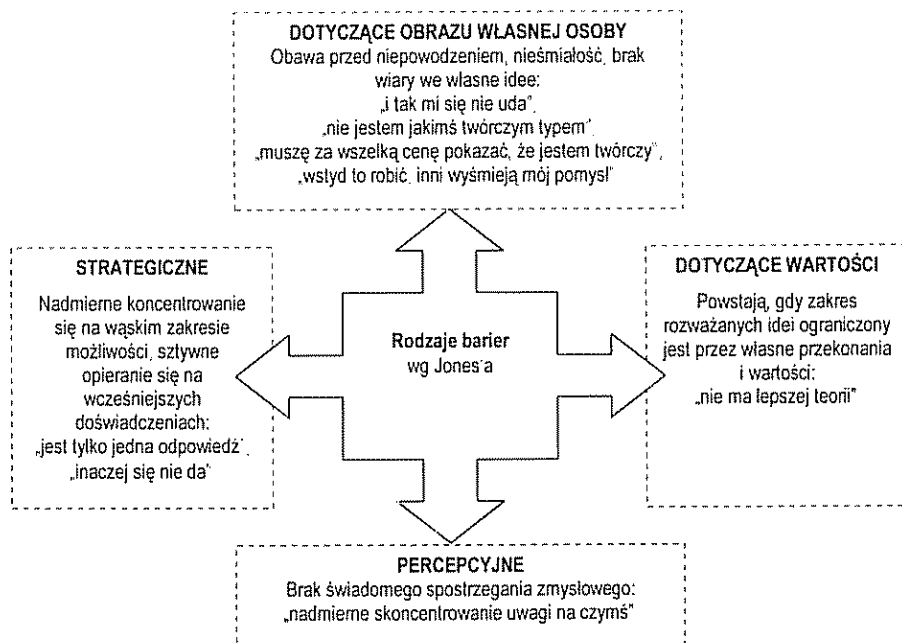
Podjęcie pracy nad kształceniem twórczego potencjału liderów społeczności lokalnej powinno zatem obejmować zarówno:

- 1) Trening twórczości, w którym osoby poddane są tak zwanej gimnastyce umysłu. Nie uczą się konkretnych technik rozwiązywania problemów (w tym sensie trening możemy uznać za bezprzedmiotowy), ale nabierają odwagi i wprawy w generowaniu nowych rozwiązań, pracują nad blokadami krępującymi ich kreatywność oraz uczą się twórczego spojrzenia na otaczającą rzeczywistość i własne zasoby. Przedmiotem oddziaływań stają się zdolności poznawcze, motywacja, przezwyciężanie przeszkód oraz sprawności interpersonalne i społeczne (Nęcka, 2005).

- 2) Twórcze rozwiązywanie problemów, w trakcie którego osoby mają możliwość poznania konkretnych technik pomocnych w rozwiązywaniu problemów i/ lub przejścia z trenerem całego procesu rozwiązania konkretnego problemu, z którym borykają się członkowie grupy. Ten rodzaj oddziaływania pozwala liderom zarówno na: (1) rozwiązanie konkretnych problemów pojawiających się w danym regionie, jak i (2) nabywanie wiedzy i umiejętności dotyczących twórczego rozwiązywania problemów, które mogą być wykorzystane do innych problemów, a także (3) nabywanie wiedzy i umiejętności dotyczących twórczego rozwiązywania problemów, które mogą zostać przekazane/ zaszczepione innym członkom społeczności lokalnej podczas pracy nad konkretnymi lokalnymi problemami.

Od czego wychodzimy, czyli przekonania blokujące inicjatywę społeczności lokalnej

Jednym ze sposobów pracy pojawiającym się zarówno w treningu twórczości, jak i w metodach twórczego rozwiązywania problemów jest praca nad barierami i przeszkodami blokującymi kreatywność, twórcze myślenie. W literaturze przedmiotu wymienia się następujące typy blokad (Rys. 2.):



Rys. 2. Bariery kreatywności

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Proctor (2002).

Przykłady niektórych przekonań panujących w społecznościach lokalnych, które możemy uznać za klasyczne blokady twórczości i kreatywności, zostały zawarte w Tab. 3. Do tabeli dołączono również (w rubryce: „...ale...”)

Tab. 3. Przekonania blokujące aktywność twórczą w społecznościach lokalnych.

przekonanie	„...to prawda, ponieważ...”	„...ale...”
„tu się nic nie da zrobić”	to prawda, że od samego siedzenia i wynajdywania przeszkód nic nowego TU nie powstanie ale jeśli przełożyć rozważania na konkretne działanie, odpowiedzieć na pytania: co?, kto?, kiedy?, dlaczego? i w jaki sposób? to praca może przynieść efekty nawet TUTAJ .
„tu w zasadzie i tak nie ma nic ciekawego, takich tam tylko kilka drobnostek; nie mamy z czego zasłynąć”	to prawda, że w większości miasteczek lub wsi nie ma bazyliki św. Piotra, wieży Eiffila lub zamków nad Loarąale inne miejsca na świecie też słyną przeważnie z „małych” rzeczy: region w Austrii słynie z produkcji oleju z dyni na 100-letnim spręcie, słynna włoska pizza to też nic innego, jak „chleb powszedni” włoskiej biedoty .
„i tak nikogo to nie zainteresuje”	to prawda, że okolicznym mieszkańcom spowszedniały lokalne zasoby (budowle, roślinność, lokalne tradycje), mają to przecież na co dzieńale ktoś inny mógł tego nigdy nie widzieć i nie smakować, więc kogoś z „zewnątrz” to może zainteresować, a nawet zachwycićale ludzie lubią też ciszę i spokój, mogą być znudzeni zwiedzaniem .
„to takie przestarzałe, teraz ludzie chcą nowoczesności”	...to prawda, że ludzie nie chcą zwiedzać kolejnego nudnego, zakurzonego miejsca, muzeum albo oglądać pozbawionych życia skorupale z otwartymi ustami posłuchaliby ciekawej historii, zobaczyli jak to rzeczywiście kiedyś wyglądało (pieczenie chleba, rozpalenie ognia), zobaczyli, jaki to ma związek z ich teraźniejszością, z chęcią poznaliby własną przeszłość, odkryli korzenie (co potwierdzają podobne inicjatywy w Polsce) .
	...to prawda, że ludzie poszukują nowych wrażeń i nowych atrakcji .	więc, jeśli tchnąć życie w usypiony potencjał regionu, to może on się stać źródłem nowych wrażeń i nowych atrakcji (np. turnieje rycerskie w Gniewie, turnieje Kół Gospodyń Wiejskich) .

„naszym ludziom się nie chce”	to prawda, bo i komu by się chciało inwestować energię w coś nudnego, co nie przynosi zysku...	ale jeśli odkryć, że region ma prawdziwy potencjał i może to przynieść namacalne zyski, to ludzie wykrzesują z siebie energię
„nie mamy zasobów i potencjału”	to prawda, jeśli zasób rozumieć jako złożone naturalne lub zabytek klasy zerowej, to rzeczywiście większość miejsc w Polsce nie spełnia kryterium posiadania zasobów...	<p>... ale jest kultywowana tradycja - koronki, hafty, tradycyjne potrawy, historyczne miejsca, ciekawi ludzie, ciekawe zawody, zabytki przyrody ...</p> <p>... ale ogląd rynku pokazuje, że:</p> <ul style="list-style-type: none"> • jest wyraźne zapotrzebowanie rynku na kolejne „ciekawe” miejsca, w których można się „zabawić”; • warto zrobić coś ciekawego, bo to przyciąga turystów; są dowody: np rozrywka dla dzieci, np. zwierzątko, możliwość samodzielnego zrobienia papieru itd., turnieje rycerskie – te inicjatywy, rzeczywiście przyciągają turystów; • jest duży „potencjał zewnętrzny”: turyści niemieccy, dla których Polska z różnych względów stała się miejscem wakacji i odpoczynku; • jest moda na zachodzie Europy na odkrywanie wcześniej niedostępnej Europy wschodniej i właśnie turystów stamtąd interesują drobne, tradycyjne, spokojne rzeczy, a nie tylko jaskrawa imitacja Europy zachodniej; • potencjałem zewnętrznym jest też idąca w parze z globalizacją przeciwna tendencja do indywidualizmu, tj. zainteresowanie kulturą lokalną...
	<p>... dowodem na brak zasobów i potencjału jest przecież to, że nasz region nie przyciąga turystów, nikt tu nie chce przyjeżdżać i to rzeczywiście jest prawda, że nikt nie przyjedzie do miejsca, w którym nigdy nie słyszał; albo miejsca, w którym nie dzieje się nic ciekawego...</p> <p>... ludzie siedzą w domu albo wybierają wyjazdy zagraniczne często z braku ciekawej lub jakiegokolwiek oferty w Polsce...</p>	<p>... ale wystarczy „puścić w obieg” informację o naszym ciekawym miejscu i atrakcjach naszego regionu... i wcale nie musi to być reklama wymagająca kolosalnych nakładów (np. strona internetowa, „poczta pantoflowa” zarówno mówiona, jak i rozsyłanie informacji za pomocą poczty elektronicznej do znajomych i znajomych ich znajomych, zgłoszenie miejscowości do portali zajmujących się tematyką turystyki po naszym kraju)...</p>

Źródło: opracowanie własne.

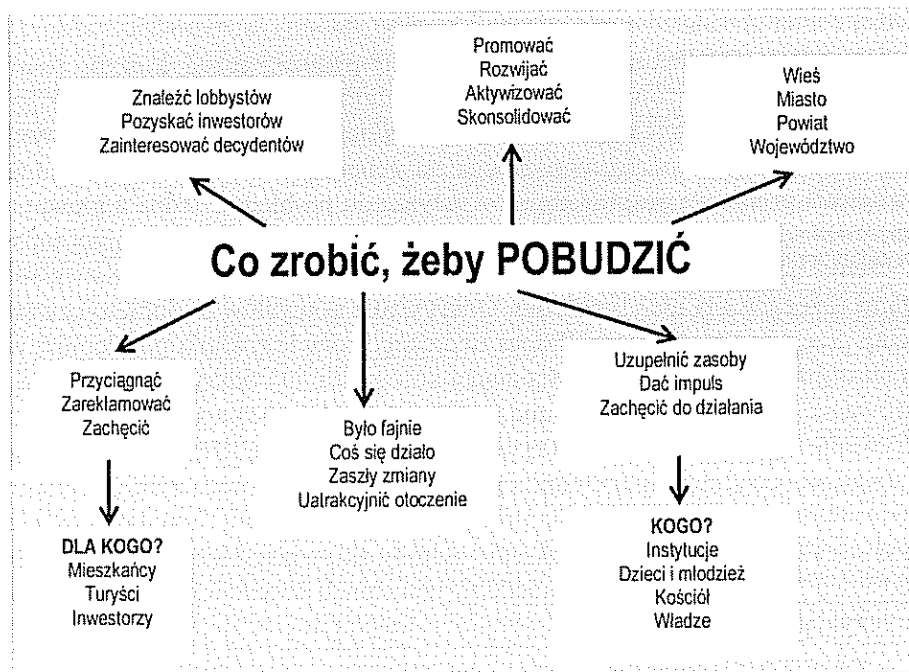
Przebieg warsztatu (wybrane zadania)

W tej części zaprezentujemy i omówimy w skrócie wybrane elementy pracy z liderami społeczności lokalnej oraz wytwory ich pracy. Po wstępnych ćwiczeniach bazujących na treningu twórczości wykorzystanych w celu podniesienia potencjału twórczego uczestników (stymulowanie myślenia twórczego, stymulacja aktywności twórczej i praca nad blokadami kreatywności), przedstawiona została idea oraz techniki pracy zawarte w metodzie twórczego rozwiązywania problemów („Trop”). Główne pytanie, przed którym stanęli uczestnicy treningu brzmiało: W jaki sposób można pomóc regionowi? W jaki sposób można pobudzić region? Najczęstsza tendencja przy rozwiązywaniu problemów w życiu codziennym polega na generowaniu pomysłów i strategii rozwiązania problemu bezpośrednio po usłyszeniu problemu. Jedną z głównych zasad twórczego rozwiązywania problemów mówi, z kolei, o konieczności odroczenia fazy generowania pomysłów do momentu zapoznania się z celami, faktami i rzeczywistą ideą problemu. Odkrywanie pomysłów to dopiero czwarty (!) etap pracy nad problemem. Proces twórczego rozwiązywania problemów wg Proctora (2002) przebiega w następującej kolejności: (1) odkrywanie celów, (2) odkrywanie faktów, (3) odkrywanie problemów, (4) odkrywanie pomysłu, (5) odkrywanie rozwiązania, (6) odkrywanie oceny pomysłu. Uczestnicy treningu zapoznali się z wybranymi metodami pracy dotyczącymi poszczególnych etapów procesu twórczego rozwiązywania problemów i jednocześnie przy pomocy tych metod starali się wypracować konkretne metody aktywizacji ich regionu. Poniżej przedstawimy wybrane zadania, przed którymi stanęli uczestnicy, opis tych zadań oraz przykładowe efekty pracy.

Zadanie 1: Co zrobić, żeby wypromować region?

Uczestnikom postawiono pytanie: W jaki sposób można pomóc regionowi? W jaki sposób można pobudzić region? W myśl zasady „Trop”, aby móc odpowiedzieć na zadane pytanie problemowe, należało rozpocząć od ustalenia celów, faktów, stworzenia redefinicji problemu. W tym celu wykorzystano między innymi metodę SWOT i WJSM, omówione poniżej (por. Proctor, 2002). W ćwiczeniu WJSM pytanie: W jaki sposób można pomóc regionowi? W jaki sposób można pobudzić region?, poddano analizie w celu ukonkretnienia treści w nim zawartych (Co to pytanie konkretnie oznacza?, Czego dotyczy? Kogo dotyczy?, Po co należy ten problem rozwiązać?, W jakim kierunku rozwiązywać ten problem/jaki jest cel/co chcemy osiągnąć? W jaki sposób można to zrobić?). Metoda WJSM (od pierwszych słów w pytaniu: W Jaki Sposób Można..?) polega na zadaniu konkretnych pytań w celu uszczegółowienia problemu i wyłuskania rzeczywistego, a nie tylko abstrakcyjnego, pola problemowego. W tym celu uczestnicy zadali konkretne pytania (Kto? Dlaczego? Co? Kiedy? Gdzie? W jaki sposób?) oraz rozpisali pytanie: Co zrobić, żeby pobudzić region?, wypisując skojarzenia do poszczególnych słów zawartych w tym pytaniu. Zadanie miało

na celu uzmysłowienie procesu, jaki trzeba przejść w momencie projektowania działań. Od najbardziej ogólnych sformułowań należy przejść do bardziej szczegółowych i konkretnych. Pozwala to dobrze określić cele i zadania, które są do wykonania (Rys. 3).

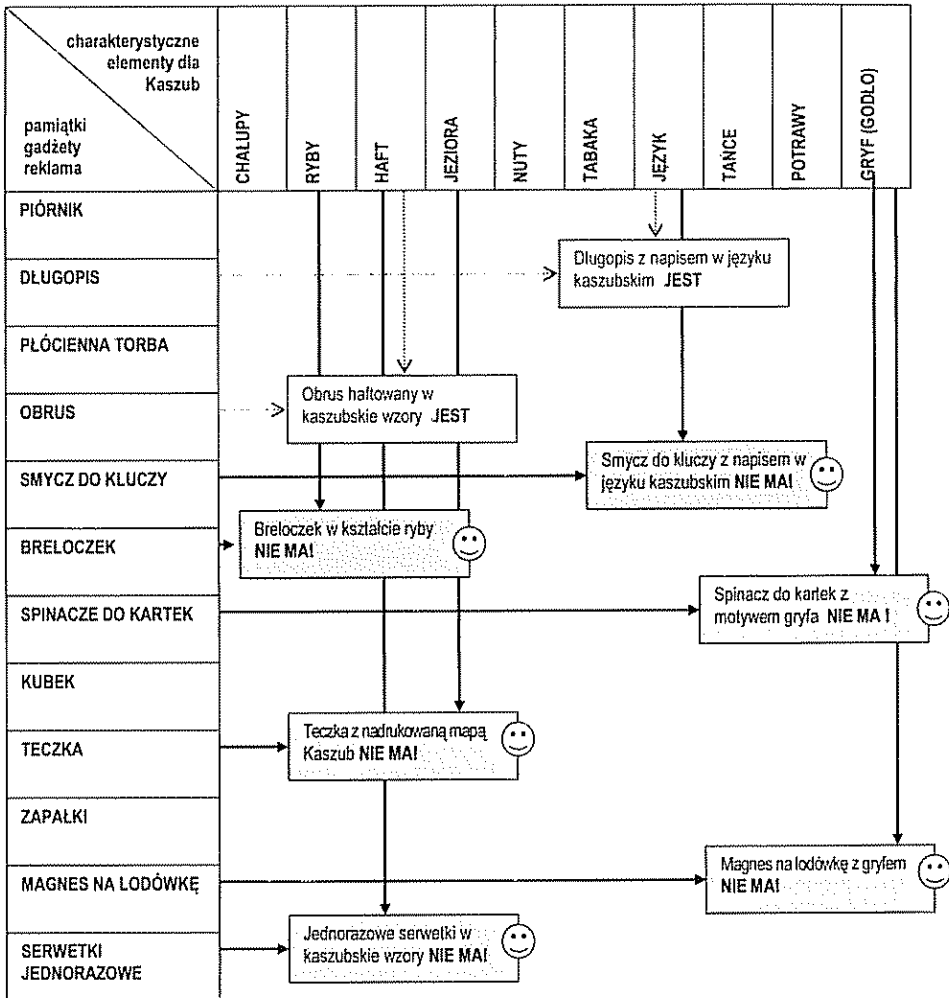


Rys. 3. Ilustracja metody WJSM

Źródło: opracowanie własne

Zadanie 2: Twórcze projektowanie pamiątki z wakacji

W fazie pracy nad odkrywaniem pomysłu i odkrywaniem rozwiązań wykorzystano między innymi „analizę morfologiczną”. Poszczególne kroki analizy morfologicznej prowadzą do wypracowania konkretnego pomysłu i rozwiązania problemu. Metoda ta często wykorzystywana jest przez producentów chcących wprowadzić na rynek nowy produkt. Jej idea oparta jest na trzech krokach (Proctor, 2002, s.113): (1) sporządzenie listy aspektów danego produktu lub problemu, (2) sporządzenie listy atrybutów dotyczących każdego aspektu, (3) dokonanie kombinacji poszczególnych atrybutów w celu uzyskania możliwych rozwiązań.



Rys. 4. Ilustracja analizy morfologicznej na wybranym przykładzie
Źródło: opracowanie własne.

Kolejne kroki pomogły uczestnikom odszukać produkty, które mogą promować region, mogą stać się ciekawostką na rynku dla osób zmęczonych tradycyjnymi „pamiątkami z wakacji”, czymś nowatorskim i jednocześnie przydatnym oraz mogą wypełnić lukę na rynku i przynieść zysk. Uczestnikom warsztatów postawiono to samo pytanie problemowe: Co zrobić, żeby wypromować region?, a następnie poproszono ich o wybór dwóch aspektów problemu. Uczestnicy wybrali cechy charakterystyczne dla Kaszub (mogły to być elementy krajobrazu geograficznego i kulturowego, ciekawostki i in.) oraz przedmioty małe, które mogłyby promować - reklamować lub być pamiątkami po pobycie na Kaszubach. Odnosząc to do

wypisanych wcześniej kroków analizy morfologicznej uczestnicy grupy najpierw wybrali dwa aspekty problemu: 1) cechy charakterystyczne Kaszub, specyficzny element kaszubski, 2) wypisali znane im przydatne gadżety, a następnie wypisali atrybuty dotyczące każdego aspektu (czyli wymienili: 1) konkretne rzeczy, które są charakterystyczne dla Kaszub, i - niezależnie od tego – 2) wypisali różne małe przedmioty, które mogłyby być potrzebne im lub innym współczesnym ludziom). Uczestnicy wybierając jeden element z listy specyficznych elementów kaszubskich oraz jeden z listy przedmiotów/gadżetów zestawiali je ze sobą (dokonując wszystkich możliwych kombinacji między elementami z tych dwóch list). Dzięki temu uczestnicy uzyskali długą listę możliwych „gadżetów z Kaszub” (por. Rys. 4.). Następnie odkrywali rozwiązanie, czyli zastanawiali się nad zasadnością danego rozwiązania, proponowali możliwe zastosowanie, przeznaczenie oraz wykorzystanie danego przedmiotu. Na przykład, pamiątki z Kaszub są dostępne w kioskach z pamiątkami: kubki czy długopisy z umieszczonym fragmentem piosenki w języku kaszubskim. Nową propozycją byłoby wyprodukowanie smyczy do kluczy w kolorystyce kojarzonej z Kaszubami i z napisem w języku kaszubskim. Dostępne są także wyroby twórców ludowych pod postacią haftowanych obrusów i serwetek. Natomiast luką możliwą do zagospodarowania jest produkowanie serwetek papierowych - jednorazowych z elementami tradycyjnych haftów.

Zadanie 3: Jak sobie pomóc?

Zadanie zaczęliśmy od zapoznania uczestników z metodą twórczego poszukiwania rozwiązań, zwaną SWOT, czyli: siły, słabości, szanse i zagrożenia (ang.: strenghts, weaknesses, opportunities, threats). Metoda ta pozwala przygotować się do planowania i realizowania projektów. Pozwala na określenie, jakimi siłami i słabościami dysponują osoby (lub grupy) oraz jakie szanse i zagrożenia tkwią w środowisku, w którym projekt będzie przygotowywany i realizowany.

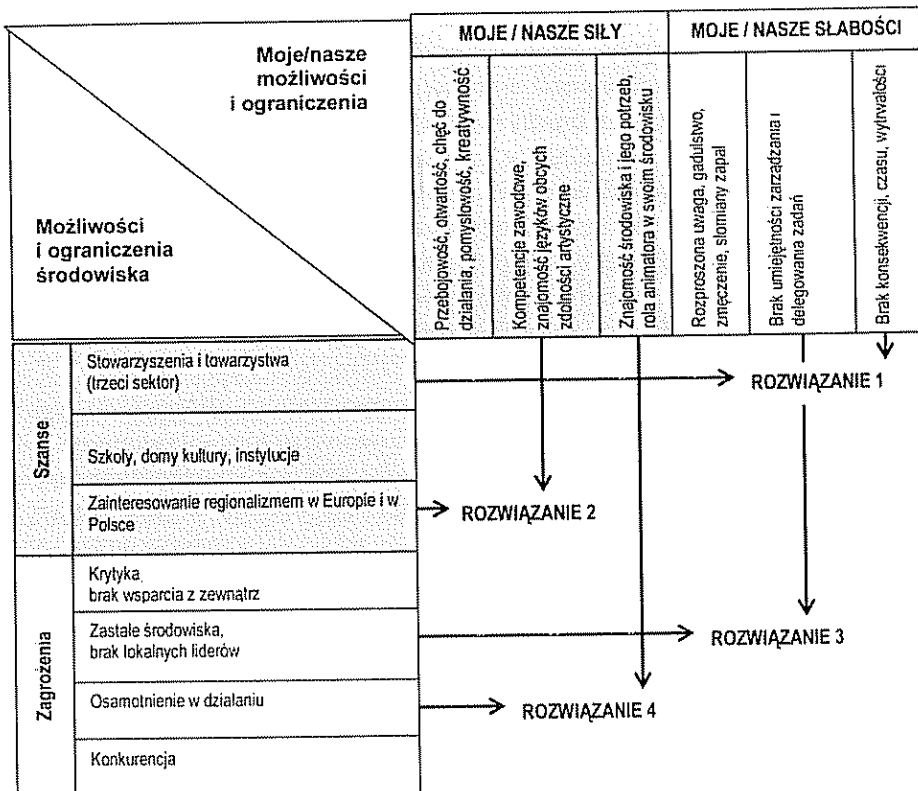
Uczestnicy warsztatów zostali poproszeni o wypisanie w formie tabeli wszystkich sił, którymi dysponują, zarówno jako indywidualne osoby, jak i jako grupa, a następnie o wypisanie słabości tkwiących w nich samych i w grupie. Kolejnym etapem było zastanowienie się nad możliwościami tkwiącymi w środowiskach lokalnych, które można by wykorzystać w działaniach, jak również określenie przeszkód, zagrożeń i słabych punktów środowiska. Uczestnicy stworzyli matrycę zawierającą wszystkie cztery obszary, a następnie dokonywali kombinacji różnych wypisanych sił, słabości, szans i zagrożeń między sobą. Na tej podstawie mogli zadawać kolejne, już bardziej konkretne pytania problemowe oraz identyfikować cele. W dalszej kolejności tabela z pytaniami stała się inspiracją dla poszukiwania rozwiązań i w konsekwencji pojawiły się ciekawe pomysły. Przykładowo:

Rozwiązanie 1: Słabością jest brak czasu na realizację zadań, brak konsekwencji oraz wytrwałości (por. Rys. 5). Połączono to z polem: „Stowarzyszenia i towarzystwa” i w konsekwencji zadano pytanie: W jaki sposób zwiększać wytrwałość przy wykorzystaniu stowarzyszeń? Działalność w ramach stowarzyszenia dałaby możliwość wzajemnego wsparcia oraz zaplanowania wspólnych działań w taki sposób, aby każdy mógł się czymś wykazać, jednocześnie będąc dopingowanym przez innych. Zatem jednym z pomysłów dotyczących tego: Jak pobudzać region?, może być poświęcenie uwagi stowarzyszeniom już istniejącym w danym regionie, zachęcenie ludzi do zakładania nowych stowarzyszeń oraz wykorzystanie stowarzyszeń do aktywizacji ludności lokalnej.

Rozwiązanie 2: Siłą jest dysponowanie kompetencjami zawodowymi, znajomość języków obcych oraz zdolności artystyczne. Jedno z uszczegółowionych pytań problemowych, jakie zadano, dotyczyło tego: Jak i do czego wykorzystać znajomość języków obcych wychodząc naprzeciw zainteresowaniu regionalizmem w Europie? Szansą na wykorzystanie tych umiejętności i kwalifikacji jest wykorzystanie zainteresowania regionalizmem w Europie i w Polsce. Można nawiązywać kontakty, proponować wspólne działania, wymieniać doświadczenia.

Rozwiązanie 3: Słabością jest brak umiejętności zarządzania i delegowania zadań, a zagrożeniem jest zastałe środowisko i brak lokalnych liderów. Pytanie, jakie powstało na przecięciu tych obszarów, brzmiało: W jaki sposób zwiększyć umiejętności zarządzania i delegowania zadań w zastanym środowisku bez liderów? Było to kolejne konkretne pytanie, przed którym stanęli uczestnicy grupy. Rozwiązaniem może być wspólna działalność w stowarzyszeniu, połączenie sił i pomysłów. Można wtedy część zadań przekazać innym, uczyć się od siebie nawzajem, zorganizować wspólnie zajęcia dotyczące zarządzania grupą, co sprzyja aktywizowaniu i animacji. Ułatwia to także zarządzanie (stowarzyszeniem, szkołą, grupą) i może doprowadzić do wyłonienia się naturalnych liderów.

Rozwiązanie 4: Siłą jest znajomość środowiska i jego potrzeb oraz pełnienie roli animatora w swoim środowisku. Zagrożeniem ze strony środowiska jest osamotnienie w działaniu wynikające, na przykład, z przeświadczenia, iż nie warto nic robić, skoro są już inne osoby planujące i organizujące działania. Przykładowe pytanie problemowe, które powstało na przecięciu szansy i zagrożenia, brzmiało: W jaki sposób wykorzystać znajomość środowiska w celu zmniejszenia poczucia osamotnienia w działaniu? Rozwiązaniem może być poszukanie w swoim otoczeniu osoby (lub osób), której można zaproponować współplanowanie i współorganizację.



Rys. 5. Przykład zastosowania analizy SWOT
Źródło: opracowanie własne

Poszczególne pytania szczegółowe, które powstały dzięki analizie SWOT, pomogły uzmysłowić uczestnikom rzeczywisty obszar problemowy, rozszerzyć zakres rozważanych kwestii problemowych, uświadomić sobie, czego rzeczywiście dotyczy problem i nad czym warto/można/potrzeba pracować. Uczestnicy zadali sobie konkretne pytania dotyczące obszaru problemowego. Oczywiście, w konsekwencji pomogło to odszukać ciekawe obszary aktywizacji i promocji regionu.

Zadanie 4: Refleksyjny praktyk w działaniu

Zajęcia z twórczości były jednym z elementów pracy w ramach studium zatytułowanego: „Refleksyjny praktyk w działaniu – aktywne metody pracy grupowej”. W założeniu studium uczestnicy mają stać się „refleksyjnym praktykiem w działaniu” dla swojej społeczności. Co jednak mieści w sobie określenie? Aby odpowiedzieć na to pytanie, uczestnicy zostali podzieleni na 3 grupy oraz poproszeni o znalezienie synonimów dla słów układających się w nazwę studium: „Refleksyjny praktyk w działaniu” (Tab. 4.)

Tab. 4. Rozwiązania wygenerowane przez uczestników w zadaniu nr 4.

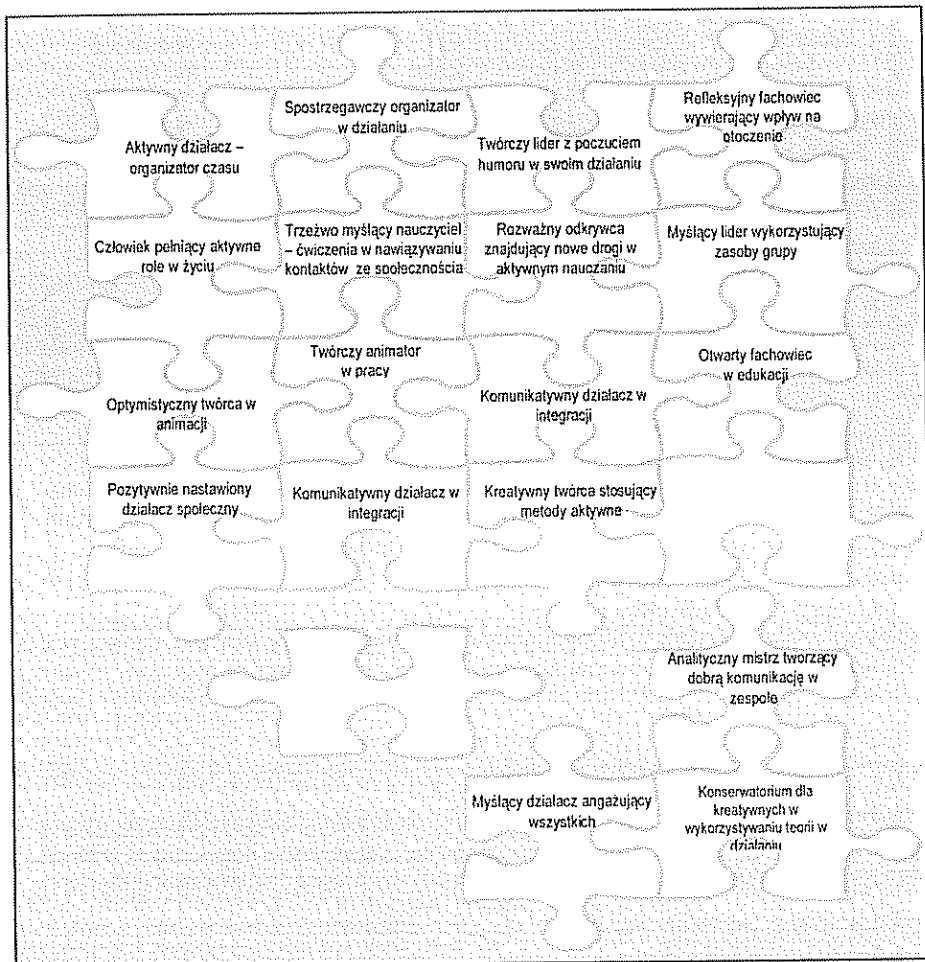
REFLEKSYJNY	PRAKTYK	W DZIAŁANIU
Myślący Twórczy Aktywny Spostrzegawczy Otwarty Komunikatywny Pozytywnie nastawiony Potrafiący słuchać Mający poczucie humoru Optymistyczny	Człowiek Działacz Twórca Lider Animator Organizator Pełniący rolę Wykonawca Osoba kompetentna Doświadczony Fachowiec	Działanie Praca Animacja Aktywizacja Koordynacja Integracja Organizacja Edukacja
REFLEKSYJNY	Myśli → przemyślenie; analizuje → znalezienie dobrych nowych możliwości; rozważa, podsumowuje → spokojne rozważanie; spoglądanie w głąb siebie (emocje)	
PRAKTYK	Działacz, moderator, odkrywca, organizator, znawca, kompetentny, lider, wymiana doświadczeń, delegowanie zadań, dobrych i złych praktyk, mistrz	
W DZIAŁANIU	Odkrywanie nowych (swoich) możliwości; otwieranie się; wspólne działanie; aktywna grupa, której zależało na właściwym wykonywaniu zadań; stworzyliśmy dobry zespół; wykorzystujemy swoje możliwości, zdolności, predyspozycje; dobra komunikacja; zaangażowanie wszystkich	
REFLEKSYJNY	kreatywny, myślący, analizujący, wyciągający wnioski, poukładany, snujący refleksje, zastanawiający się	PRAKTYK
		człowiek pracujący, fachowiec, działacz, twórca, aktywny, kompetentny, przebojowy, animator, podejmujący wyzwania, wykorzystuje teorię w działaniu, umie coś zrobić
W DZIAŁANIU		
motywacja innych, organizacja czasu, pisać, mówiący, przekonujący, nawiązujący kontakty, otwarcie na nowości, zmiany, negocjowanie, wywieranie wpływu na otoczenie, pozyskiwanie ludzi (sponsorów), pracujący, członek zespołu, indywidualnie, stosowanie aktywnych metod, uczestniczenie w imprezach, organizowanie/planowanie		

Źródło: opracowanie własne na podstawie rozwiązań zaproponowanych przez uczestników.

Zadanie 5: Każdy element jest ważny

Wykorzystując pomysły z poprzedniego ćwiczenia uczestnicy zostali poproszeni o wymyślenie nowej nazwy szkolenia: „Refleksyjny praktyk w działaniu”. Następnie każda z grup uczestników otrzymała kopertę, w której znajdowały się części układanki (puzzle). Na każdej z kartek uczestnicy napisali swoje propozycje nazwy studium. Po złożeniu wszystkich elementów ukazała się mapa województwa pomorskiego. Celem ćwiczenia było pokazanie, z jak wielu elementów mogą składać się działania podejmowane na rzecz społeczności lokalnej i w celu wypromowania regionu. Najmniejsza grupa może przyczynić

się do rozwoju regionu stanowiąc przy tym ważny i istotny czynnik mający wpływ na życie wielu osób (zarówno mieszkańców regionu, jak i osób przyjezdnych) (Rys. 6.)



Rys. 6. Ilustracja zadania nr 5

Źródło: opracowanie własne

Zadanie 6: Projektowanie strategii promocyjnej regionu

W oparciu o zdobytą wiedzę i umiejętności uczestnicy w 3 grupach otrzymali zadanie zaprojektowania strategii promocyjnej regionu (propozycje działań). Każda grupa otrzymała kartę pracy: „Jak dobrze planować?”, mając za zadanie wypromować region uwzględniając potencjał kulturowy regionu oraz potencjał ludzki (por. Rys. 7.). Zadanie to było też formą sprawdzenia wiedzy i umiejętności, które uczestnicy warsztatów mieli okazję zdobyć.

JAK DOBRZE PLANOWAĆ?	
Dlaczego?	Dlaczego robimy to, co robimy?
Co?	Co robimy?
Jak?	Jak zamierzamy to robić?
Kiedy?	Kiedy i w jakim porządku?
Kto?	Co kto realizuje?
Dla kogo?	Kim jest nasze audytorium?
Skąd?	Jak połączyć to z wiedzą już zdobytą?
Dokąd?	Dokąd się stąd udajemy?
Jak dobrze?	Jaka jest jakość naszego uczenia się?

Rys. 7. Karta pracy uczestnika

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Gołębiak (2002).

Poniżej przedstawiamy propozycje projektów autorstwa uczestników warsztatów.

PROJEKT 1: Wykorzystanie oświaty w działaniach na rzecz społeczności lokalnej	
	<ul style="list-style-type: none"> • szkoła, władze lokalne, organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy lokalni, media, twórcy ludowi, związki wyznaniowe; • strona internetowa o nas; • folder (wycieczka po okolicy, dzieci robią zdjęcia, piszemy materiały informacyjne, składamy folder), druk na umowę barterową; • płyta CD z prezentacją (dzieci + nauczyciel informatyki); • mapka – zaznaczenie tras rowerowych, szlaków rowerowych, pomników, ciekawych miejsc, instytucji (kulturalnych i innych) – drukowana w folderze, w formie pocztówek, wersja mapy; • pocztówki – dzieci robią zdjęcia (konkurs fotograficzny); • maskotka – konkurs dla uczniów (producent lokalny, przedsiębiorca); • piknik regionalny – stoiska z gadżetami, występy zespołów regionalnych, kuchnia regionalna, warsztaty twórców ludowych; • media – współpraca z TV, prasą, radiem (reklama, artykuły); • rajd pieszy, rowerowy, konkursy wiedzy, plastyczne, fotograficzne.

PROJEKT 2: Promocja regionu (miejscowości)	
Kto?	szkoła, dom kultury, biblioteki, muzea, organizacje samorządowe, redakcje (gazet lokalnych), organizacje pozarządowe, kościół
Jak?	warsztaty, festyny, konkursy, wycieczki, ekspozycje, wystawy, edukacja regionalna, informatory, biuletyny, zespoły regionalne, izby regionalne, gadżety, artykuły w prasie, ogłoszenia, gabloty, plener
Kiedy?	lekcje, dni wolne, czas letni
Gdzie?	audycje w TV i radio, artykuły w prasie, tereny szkolne, na terenach użyteczności publicznej

PROJEKT 3: Promocja regionu

- strona internetowa;
- ciekawe artykuły o działaniach i atrakcyjnych miejscach w regionie;
- utworzenie zespołu regionalnego promującego region;
- wsparcie twórców ludowych, organizowanie wystaw, kiermaszy prac;
- zorganizowanie festynów i pikników z wykorzystaniem zasobów regionalnych;
- audycje radiowe i TV;
- wykonanie albumu ze zdjęciami atrakcyjnych miejsc oraz z pracami dzieci pt. „Nasz region oczami dzieci”, wydanie w lokalnym wydawnictwie;
- konkursy pozaregionalne dotyczące atrakcji, zasobów regionu (plastyczne, rzeźbiarskie, literackie);
- udział regionu w targach/festiwalach/wystawach ogólnopolskich, międzynarodowych;
- organizowanie warsztatów dla turystów z atrakcjami regionu;
- wioski tematyczne;
- Regionalna Księga Guinnessa;
- promocja wybitnych osób pochodzących z regionu

Podsumowanie

Podstawą proponowanego przez nas warsztatu - zaprojektowanego z wykorzystaniem wiedzy etnologicznej i psychologicznej - są zasoby wiedzy oraz umiejętności osób pracujących na co dzień wśród członków swojej społeczności lokalnej. Zastosowanie metody twórczego myślenia i odwoływanie się do doświadczeń uczestników pozwala na zweryfikowanie wiedzy o swoim miejscu zamieszkania, a także na dostrzeżenie potencjału tkwiącego w uczestnikach. Dbanie o dziedzictwo kulturowe regionu powinno być inicjatywami oddolnymi, rodzącymi się na szczeblu lokalnym. Dzięki nim można odkrywać i badać to dziedzictwo, nauczać o nim, a także ocalać od zapomnienia, nie odcinać się od korzeni, nie wartościować, tylko akceptować, ocalać i wykorzystywać. Z drugiej strony, taka forma realizacji założonych celów pozwala na aktywizowanie lokalnych środowisk, szukanie nowych rozwiązań i wyzwianie ducha obywatelskiego. We współczesnej kulturze i świecie istnieje duży obszar, który nazwać możemy dziedzictwem kulturowym obszarów wiejskich, ale też dużych i małych ośrodków miejskich. Obszar ten można aktywizować z korzyścią zarówno dla mieszkańców, jak i dla ocalenia dziedzictwa kulturowego.

Literatura uzupełniająca:

- Brzezińska, A. W., Hulewska, A., Słomska, J. (red.) (2006). *Edukacja regionalna*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Brzezińska, A. I., Potok, A. (red.) (1996). *Kształcenie liderów w społecznościach wiejskich*. Poznań: Fundusz Współpracy.

-
- Idziak, W. (2004). *O odnowie wsi. Poradnik*. Warszawa: Fundacja Wspomagania Wsi.
- Nęcka, E. (1994). *T.r.o.p - twórcze rozwiązywanie problemów*. Kraków: Impuls.
- Nęcka, E. (1995). *Proces twórczy i jego ograniczenia (II wyd.)*. Kraków: Oficyna Wydawnicza.
- Nęcka, E. (2005). *Trening twórczości*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Proctor, T. (2002). *Twórcze rozwiązywanie problemów*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.