

## **Podsumowanie Konferencji Otwarcia Zaleszańskiego Uniwersytetu Ludowego**

**27 września 2023, Kotowa Wola**

Jednym z istotnych elementów Konferencji Otwarcia Zaleszańskiego Uniwersytetu Ludowego było zaangażowanie uczestników w działania zmierzające do podnoszenia jakości i atrakcyjności prowadzonych zajęć.

W ramach prowadzonych warsztatów postawiono za cel uczestnikom odpowiedź na kluczowe dla rozwoju Uniwersytetu zagadnienia. Za wypracowanie wniosków odpowiedzialni byli moderatorzy, którzy są również koordynatorami poszczególnych bloków merytorycznych w ramach projektu.

Zakres poszczególnych bloków tematycznych obejmował próbę udzielenia odpowiedzi na następujące pytania:

1. Jak najskuteczniej promować szkolenia i działania prowadzone przez Zaleszański Uniwersytet Ludowy? Moderatorka: Alicja Baska.
2. W jaki sposób rekrutować uczestników szkoleń aby uczestnikami szkoleń były osoby najbardziej potrzebujące wiedzy? Moderator: Marek Bażant
3. Jak prowadzić szkolenia aby były atrakcyjne, ciekawe i wspierały rozwój uczestników oraz organizacji pozarządowych które reprezentują? Moderatorka: Basia Domin.
4. W jaki sposób należy wspierać uczestników po szkoleniach, aby szkolenia dały im dodatkowe korzyści (osobiste, społeczne lub zawodowe). Moderatorka: Sylwia Czubat.

Wnioski do poszczególnych pytań zostały przygotowane w oparciu o wypowiedzi uczestników konferencji spisane oraz zredagowane przez moderatorów. Następnie zostały opracowane zbiorczo w celu dalszego wykorzystanie w działaniach ZUL. Poniżej

prezentujemy podsumowanie zebranych wypowiedzi uczestników oraz propozycji moderatorów.

## **1. *Jak najskuteczniej promować szkolenia i działania prowadzone przez Zaleszański Uniwersytet Ludowy?***

Uczestnicy wskazali na następujące kluczowe zagadnienia:

1.1. Pozyskanie partnerów w postaci innych lokalnych organizacji działających w zakresie zgodnym z tematyką szkolenia. Podkreślono przy tym aby współpracujące organizacje zmotywowane były do współpracy. Aby zbudować poczucie że współpraca z ZUL „opłaca się” warto zaoferować coś „w zamian”. Jako potencjalne korzyści wskazano następujące propozycje: zostanie partnerem ZUL, wzmianki o wsparciu w mediach społecznościowych z oznaczeniem danego partnera, zaproszenie do udziału w wybranym szkoleniu dla przedstawiciela organizacji.

1.2 Skuteczne wykorzystanie mediów społecznościowych FFL SMK, ZUL (FB, IG):

- budowanie społeczności obserwatorów profilu ZUL na Fb (zaproszenie jak największej liczby osób do obserwowania, utrzymywanie stałej aktywności profilu, optymalne wykorzystanie funkcjonujących algorytmów aby wspierały widoczność profilu.
- należy rozważyć płatną opcję promocji na Fb i Ig (posty sponsorowane, profilowanie postów pod potencjalnych odbiorców z grup docelowych,)
- należy rozważyć konkursy z nagrodami polegające na udostępnieniu postów promocyjnych lub zapraszaniu w komentarzach potencjalnych uczestników szkoleń. Uczestnicy konferencji zaproponowali min. konkurs typu: „Oznacz w komentarzu 3 osoby, które mogą być zainteresowane udziałem w naszych szkoleniach”. W ocenie uczestników takie posty mają większą ilość wyświetleń, a obserwatorzy chętnie angażują się w pomoc w promocji, jeśli mogą coś za to „wygrać” (przykładowe sugerowane nagrody: książka, zestaw lokalnych produktów, elementy tematycznie związane z realizowanymi szkoleniami).

- 1.3 Wykorzystanie plakatów na tablicach ogłoszeń w okolicznych miejscowościach, remizach, domach wiejskich, szkołach, w okolicach kościołów, lokalnych sklepach, stacjach benzynowych, ośrodkach zdrowia. Wykorzystanie plakatów może być powiązane z tematyką poszczególnych warsztatów oraz grupą docelową.
- 1.4 Nawiązanie i rozwijanie współpracy z lokalnymi mediami, np. lokalnym radiem, telewizją, portalami internetowymi.
- 1.5 Nawiązanie i rozwijanie współpracy z lokalnymi jednostkami samorządowymi i dystrybucja ogłoszeń za pomocą mediów społecznościowych oraz stron internetowych (gminnych, powiatowych). W przypadku takiej współpracy ważne jest ustalenie zasad i osób kontaktowych. Ważne jest przekazanie informacji zarówno do osoby decydującej o zamieszczeniu materiału jak i osoby która technicznie będzie ją publikowała. Przy nawiązywaniu współpracy istotne jest przekonanie do współpracy zarówno osoby udostępniającej jak i publikującej. W przypadku kolejnych informacji i nawiązania współpracy nakład pracy jest zdecydowanie mniejszy.
- 1.6 Zaangażowanie lokalnych działaczy. Uczestnicy wskazali jako szczególnie istotne następujące grupy: sołtysi, strażacy, gospodynie. Uczestnicy sugerowali przekazanie informacji za pośrednictwem mediów społecznościowych, w tym grup dedykowanych poszczególnym liderom.
- 1.7 Wykorzystanie ulotek udostępnianych w kluczowych punktach które odwiedzają potencjalni uczestnicy. Jako przykład podano informacje o warsztatach medycyny stylu życia mogłyby dystrybuowane w postaci ulotki z zaproszeniem w lokalnych ośrodkach zdrowia i aptece (ulotka przekazana w rejestracji, od lekarza lub farmaceuty)
- 1.8 Przekazywanie informacji do KGW o terminach i tematyce szkoleń.

Na bazie zgłoszonych propozycji moderatorzy zaproponowali następujące działania mające na celu utrzymanie stałego i cyklicznego kontaktu z kluczowymi grupami odbiorców:

- Utworzenie grupy na facebooku i/lub na Whatsapie dla uczestników poszczególnych bloków szkoleniowych,
- Stworzenie listy mailingowej i wykorzystanie jej w wysyłce materiałów,
- Utworzenie listy kontaktowej instytucji publicznych, mediów oraz współpracujących organizacji

- W przypadku wąskich grup hobbystycznych jak np. osoby związane z wodniactwem, kluczowe jest skuteczne wykorzystanie mediów społecznościowych. W grupach hobbystów powszechne jest korzystanie z „socjal mediów”, dlatego też podstawowym narzędziem będą platformy społecznościowe z Facebookiem na czele. W tym wypadku kluczowe jest zamieszczenia informacji na grupach lub profilach istotnych dla odbiorców.
- Przekaz w mediach (radio, telewizja itp.) może mieć większy zasięg lecz nie będzie tak precyzyjny w dotarciu do wąskich grup hobbystycznych. Informacje takie jednak łatwiej docierają do lokalnych decydentów.

2. ***W jaki sposób rekrutować uczestników szkoleń aby uczestnikami szkoleń były osoby najbardziej potrzebujące wiedzy?***

Uczestnicy wskazali na następujące kluczowe zagadnienia:

- 2.1 W przypadku ciekawych i atrakcyjnych szkoleń w których liczba zainteresowanych jest większa niż możliwości organizatora można brać pod uwagę przedstawione w ankiecie rekrutacyjnej motywację do udziału w szkoleniu lub dotychczasowe doświadczenia zainteresowanego.
- 2.2 Ukierunkowanie działań promocyjnych (np. plakaty, FB, IG,) bezpośrednio do kół i stowarzyszeń najbardziej zainteresowanych tematyką szkoleń.
- 2.3 Jeśli liczba chętnych zdecydowanie przekroczy ilość miejsc na dane szkolenia sugerowanym przez uczestników rozwiązaniem jest wprowadzenie ograniczeń liczby uczestników np. z jednej organizacji, miejscowości lub danej grupy społecznej. Przy wprowadzaniu takich ograniczeń należy brać udział czynniki takie jak np. ekonomiczność wspólnego dojazdu.
- 2.4 Uczestnicy określali obecnie stosowane metody jako dobre. Podkreślali też duże znaczenie dobrowolności zgłoszeń, które potwierdza zainteresowania uczestników tematem.
- 2.5 Uczestnicy podkreślali konieczność efektywnego wykorzystania obecnie stosowanych metod takich jak ankiety i formularze, wykorzystanie mediów społecznościowych i stron internetowych.

Na bazie zgłoszonych propozycji moderatorzy zaproponowali następujące działania mające na celu zapewnienie udziału w szkoleniach grupy osób najbardziej potrzebujących wsparcia:

- Podobnie jak przy promocji tak w rekrutacji główną rolę w obecnych czasach odgrywają media społecznościowe. Odpowiednie przedstawienie informacji o szkoleniach na Facebooku na profilach Fundacji jak i „branżowych” np. Napędzanych Wisłą spowoduje dalsze udostępnianie na zaprzyjaźnionych profilach pozwoli dotrzeć do grup najbardziej zainteresowanych i zmotywowanych do udziału. Podobne znaczenie będą miały też kontakty osobiste zarówno osób zaangażowanych w działania ZUL, jak uczestników innych warsztatów.
- Należy efektywnie wykorzystywać obecnie stosowane metody rekrutacji, a w przypadku szkoleń w których liczba zainteresowanych przekracza możliwości należy zaproponować racjonalne i zrozumiałe dla uczestników metody rekrutacji. Jedną z takich metod może być ocena dotychczasowych doświadczeń i motywacji uczestników w celu określenia adekwatności poziomu szkolenia do oczekiwań uczestnika i jego przygotowania. W przypadku ograniczenia liczby uczestników z poszczególnych organizacji warto preferować osoby które następnie będą mogły się podzielić się wiedzą z innymi członkami swojej grupy lub organizacji.

### ***3. Jak prowadzić szkolenia aby były atrakcyjne, ciekawe i wspierały rozwój uczestników oraz organizacji pozarządowych które reprezentują?***

Uczestnicy wskazali na następujące kluczowe zagadnienia:

- 3.1 Dostosowanie liczebności grup do zastosowanych metod. Szkolenia warsztatowe powinny być organizowane w małych grupach (do 10 osób) aby najlepiej wykorzystać metodykę pracy i osiągnąć wysoką skuteczność.
- 3.2 Dbanie i odpowiedni dobór osoby prowadzącej szkolenie, która powinna charakteryzować się empatią, komunikatywnością i twórczością. Zgłoszono także potrzebę „wrażliwości” osoby prowadzącej.

- 3.3 Należy organizować jak najbardziej praktyczne warsztaty oparte na wiedzy i doświadczeniu osób prowadzących. Uczestnicy wskazują na potrzebę dogłębnego i dokładnego zgłębienia tematyki.
- 3.4 Umiejętne łączenie części teoretycznej z praktyczną oraz przekazywanie podczas szkoleń ciekawych pomysłów.
- 3.5 Wykorzystanie elementów multimedialnych w tym min, krótkich zabawnych filmików.
- 3.6 Częste wykorzystanie ćwiczeń, które pozwolą utrwalić nabyta wiedzę i umiejętności.
- 3.7 Należy realizować szkolenia odpowiadające na potrzeby lokalne oraz określone potrzeby uczestników. W miarę możliwości stosować analizę potrzeb uczestników oraz elastycznie dostosowywać zakres szkolenia do potrzeb zarówno lokalnych, zaangażowanych organizacji jak i uczestników.
- 3.8 W jak największym stopniu trzeba uczestników angażować w tematy poruszane na danym szkoleniu.

Na bazie zgłoszonych propozycji moderatorzy zaproponowali następujące działania mające na podniesienie atrakcyjności i efektywności szkoleń:

- Prowadzenie szkoleń to spore wyzwanie. Dobrze przeprowadzone poszerza wiedzę, kompetencje oraz uczy jak wykorzystać zdobytą wiedzę. Wiedza i doświadczenie trenera oraz jego empatia, komunikatywność i twórczość stanowią trzon szkolenia oraz podstawę umiejętnego oraz praktycznego przekazywania wiedzy i zainteresowania uczestników tematem.
- Dzięki odpowiedniemu podejściu do kursantów, wywołaniu w nich zainteresowania, będziemy zbierać efekty pracy. Efektem wywołania zainteresowania jest nie tylko pełne uwagi słuchanie, ale także aktywny udział w zajęciach, który przejawia się m.in. zadawaniem pytań, ożywionymi dyskusjami (które nie ustają nawet w trakcie przerwy) czy aktywną pracą w podgrupach. Efektem długofalowym będzie przekazanie zdobytej

wiedzy oraz wykorzystanie jej w rozwoju nie tylko uczestników ale również organizacji pozarządowych które reprezentują.

- Przed przystąpieniem do szkolenia, trenerzy powinni zebrać informację o grupie, z którą będą współpracować, co pozwoli im dopasować formę szkolenia. Ważnym elementem warsztatów czy szkoleń jest poznanie oczekiwań uczestników. Organizacja szkolenia dla małej grupy (do 10 osób) pozwala aby metoda warsztatowa była najlepiej zastosowana. Kameralny charakter szkolenia daje szansę na efektywną pracę na linii trener – uczestnik.
- Wybór tematu szkolenia powinien zostać poprzedzony lokalnym rozpoznaniem, diagnozą potrzeb, dzięki czemu można w odpowiedni sposób wpasować się w niszę potrzeb środowiska lokalnego.
- Ważnym aspektem w zadaniach „około” warsztatowych jest rzetelna informacja na temat danego szkolenia. Przekazywanie, z odpowiednim wyprzedzeniem czasowym, informacji dotyczących tematyki szkolenia, możliwości wykorzystania zdobytej wiedzy, terminach szkolenia pozwala potencjalnym uczestnikom dobrze przygotować się do proponowanych zajęć.
- Uczestnicy konferencji wskazują, że przekazywana przez trenera wiedza powinna być wyłożona w różnorodny sposób. Zwracają przy tym uwagę, że praktyka powinna przeplatać się z teorią. Język, którym posługuje się prowadzący powinien być czytelny i łatwy do zrozumienia i zapamiętania (dzięki czemu nie stworzy się dystans pomiędzy prowadzącym a uczestnikami). Używanie słownictwa branżowego, można zastąpić wizualnym przykładem (pokazem slajdów czy krótkich filmikach). Ludzie, którzy są czymś zaintrygowani, szybciej i więcej się uczą. Prowadzący szkolenie powinni być wyczuleni i wrażliwi na potrzeby uczestników, odpowiednie pokierowanie i motywowanie do pracy wpłynie pozytywnie na wykorzystanie zdobytej wiedzy. Monotonia źle wpływa na skupienie oraz zaangażowanie, w związku z czym wskazana jest różnorodność form pracy warsztatowej od wykładu, ćwiczeń po przygotowanie wizualnej oprawy np. w formie ciekawej prezentacji pełnej obrazów i skondensowanej treści czy też gotowych wytworów docelowych. Jak wskazują respondenci, ważny jest dobór materiałów do ćwiczeń

praktycznych. Ich ilość powinna zostać dostosowana do potrzeb prowadzącego warsztaty oraz możliwości przerobowych uczestników. Zapewnienie odpowiednich materiałów i narzędzi sprawi, że praca na linii trener-uczestnik staje się łatwa i przyjemna, a sam uczestnik ma możliwość praktycznego przećwiczenia i utrwalenia zdobytej wiedzy teoretycznej na odpowiednim poziomie.

- Zajęcia powinny być jak najbardziej praktyczne i dostosowane do potrzeb poszczególnych uczestników. Według zasady że „*bez teorii jest się tylko praktycznym partaczem*” zawsze musi być też część teoretyczna i tu w zależności od specyfiki zajęć można wykorzystać współczesne udogodnienia w postaci projekcji materiałów filmowych czy graficznych. Ważne by uczestnik mógł wziąć do rąk zarówno narzędzia jak i materiały i osobiście wykonać pracę. Prowadzący powinien umożliwić zadawanie pytań i zgłaszanie wątpliwości, a udzielając odpowiedzi trener postarał się tak pokierować, by pytający sam doszedł do odpowiedzi.

**4. *W jaki sposób należy wspierać uczestników po szkoleniach, aby szkolenia dały im dodatkowe korzyści (osobiste, społeczne lub zawodowe)?***

Uczestnicy wskazali na następujące kluczowe zagadnienia:

- 4.1 Wspieranie pasji uczestników np. przez organizację wystaw, konkursów, kolejnych szkoleń dla uczestników warsztatów.
- 4.2 Organizowanie kolejnych warsztatów praktycznych, dających inspirację i pomysły oraz umiejętność praktycznego zastosowania poznanej wiedzy (powtarzanie, utrwalanie i poszerzanie wiedzy i umiejętności uczestników). Jednorazowe szkolenie może zostać „zapomniane”, przez uczestników. Kolejne szkolenia uwzględniające zdobytą już wiedzę umożliwiają budowanie trwałych praktycznych umiejętności oraz motywują do samodzielnego zdobywania wiedzy.
- 4.3 Umożliwienie indywidualnego wsparcia dla tzw. „perełek” czyli osób posiadających wybitne zdolności w tematyce szkolenia. Mogą to być indywidualne bony szkoleniowe, ocena pracy na zajęciach, promowanie prac, rekomendowanie i



przekazywanie informacji o kolejnych szkoleniach lub możliwościach zdobywania wiedzy.

- 4.4 Warsztaty powinny być dostosowane do specyfiki grupy odbiorców, uwzględniając praktyczne aspekty, które odbiorca może wykorzystać do dalszej pracy np. zawodowej, społecznej lub osobistej.
- 4.5 Do kolejnych edycji lub innych działań organizacji warto zapraszać aktywnych uczestników w roli trenera. Będzie to możliwość poszerzenia zasobów organizacji oraz urozmaicenia budowanej oferty. Ponadto będzie to weryfikacja skuteczności nauczania osób dorosłych, a w szczególności wyróżnienie i rozwój osobisty takiej osoby.

Na bazie zgłoszonych propozycji moderatorzy zaproponowali następujące działania mające na podniesienie atrakcyjności i efektywności szkoleń:

- Proponuję prowadzenie bloga lub wpisów w mediach społecznościowe w formie krótkich informacji i ciekawostek z każdego przeprowadzonego warsztatu. Ze względu na ilość przeprowadzonych warsztatów można zebrane wpisy publikować w sposób systematyczny i skoordynowany, tak aby „przypominać” pozyskaną wiedzę, „utrwalać” zdobyte umiejętności i „zachęcać” do zdobywania nowej wiedzy. Będzie to również doskonale uzupełnienie np. Zeszytów Regionalnych Resztówka. Ponadto ze względu na chęć uczestników do dalszego uczenia się rekomenduje budowę bazy mailingowej, jako narzędzie informacyjne i rekrutacyjne przyszłych uczestników działań.
- Biorąc pod uwagę że trwalszy efekt wywołują bodźce pozytywne, jak i „*zbiorowe my, jest silniejsze od indywidualnego JA*”. To w całym procesie szkolenia należy podkreślać pozytywne efekty dla uczestnika zarówno w trakcie kursu jak i po jego ukończeniu. Jednocześnie starając się integrować grupę i zachęcać do udziału w kolejnych wspólnych działaniach oraz podejmowania własnych inicjatyw.
- Utworzenie systemu przekazywania informacji o „perełkach” oraz umożliwienie uczestnikom szkoleń nabywania umiejętności i wiedzy jako trenerzy. Pozwoli to na poszerzenie bazy lokalnych twórców i trenerów ZUL.

- Prowadzenie przed szkoleniami i w ich trakcie diagnozy potrzeb w celu lepszego wspierania rozwoju osobistego, zawodowego i społecznego uczestników.