



PRZEWODNIK PLANOWANIA POKAZU W GOSPODARSTWIE DEMONSTRACYJNYM







Wstęp

Pokazy w gospodarstwach rolnych organizowane są od co najmniej dwóch stuleci. Początkowo jako sposób na zapoznanie rolników z innowacjami, a w dzisiejszych czasach, jest to niepowtarzalna okazja do wymiany doświadczeń pomiędzy rolnikami oraz ich udziału we współtworzeniu wiedzy wraz z innymi podmiotami. Coraz częściej sami rolnicy udostępniają swoje gospodarstwa, aby nawiązywać kontakty z innymi rolnikami i ogółem społeczeństwa w ramach strategii rozwoju biznesu (np. krótkie łańcuchy dostaw żywności, społeczność wspierająca rolnictwo).

Działania demonstracyjne mogą obejmować różnorodne formy, począwszy od jednorazowych imprez typu „dzień otwarty w gospodarstwie”, przez wieloletnie działania takie jak „monitorowanie gospodarstw”, w których rolnicy, doradcy i przedstawiciele branży spotykają się regularnie w celu oceny możliwości upraw w danym gospodarstwie, do stałych „gospodarstw badawczych”, w których naukowcy dokonują badań i demonstrują innowacyjne technologie i nowatorskie rozwiązania. Pokazy w gospodarstwach rolnych dotyczą wielu aspektów, są planowane z myślą o różnych celach i są inicjowane oraz organizowane przez różne podmioty. Biorąc pod uwagę różnorodność, nie istnieje uniwersalne podejście do udanego pokazu w gospodarstwie.

Niniejszy przewodnik zawiera zestawienie najważniejszych wskazówek i porad, które należy uwzględnić podczas przygotowywania, przeprowadzania i ocenie pokazów w gospodarstwach. Zaproponowano 6 prostych kroków, które należy wykonać podczas organizowania pokazu w gospodarstwie, poczynając od jasnego określenia celów a kończąc na dobrej ocenie i dalszych działaniach. W przewodniku zawarte są wskazówki, podpowiedzi oraz konkretne narzędzia wspierające przygotowanie wydarzenia demonstracyjnego.



Wersja online przewodnika dostępna jest na stronie: <https://farmdemo.eu>

Niniejszy przewodnik jest wynikiem ścisłej współpracy pomiędzy 3 projektami Farm-Demo, które otrzymały dofinansowanie z unijnego programu badań i innowacji „Horyzont 2020” w ramach umów o dotację nr 727388 (PLAID), nr 728061 (Agridemo-F2F) i nr. 772705 (NEFERTITI).

PRZEWODNIK PLANOWANIA POKAZU W GOSPODARSTWIE DEMONSTRACYJNYM 6 KROKÓW

1 Cel pokazu i określenie grup docelowych



- Określ cele pokazu
- Dobierz odpowiednią grupę odbiorców do celów pokazu
- Zaproś przedstawicieli różnych środowisk, aby zwiększyć wpływ oddziaływania

-7-

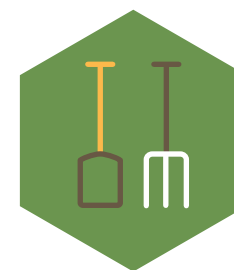
2 Dobór gospodarstwa demonstracyjnego



- Wybierz gospodarstwo pokazowe zgodnie z zaplanowanymi celami
- Wybierz wiarygodnego i innowacyjnego rolnika goszczącego demonstrację
- Zapewnij dostęp do gospodarstwa poprzez dobrą lokalizację i dogodny dojazd

-11-

3 Organizacja pokazu



- Stwórz zespół organizacyjny zgodny z celami
- Zapewnij odpowiednią ilość czasu na interakcję i nawiązywanie kontaktów
- Uwzględnij dogodny dla każdego termin
- Zapewnij rekompensatę gospodarzowi

-13-

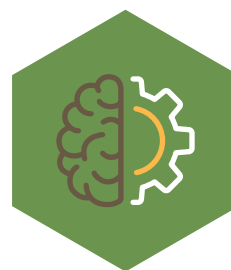
4 Promocja



- Podaj swoje kluczowe przesłanie zgodne z celami pokazu
- Dostosuj terminologię/język prezentacji do grupy docelowej
- Przygotuj zaproszenie jasno określające cele prezentacji w atrakcyjnej formie dla odbiorcy
- Używaj wielu kanałów komunikacji

- 17 -

5 Metody przekazu i prezentacji



- Powiąż teorię z praktyką
- Zaangażuj uczestników w aktywną wymianę wiedzy
- Używaj różnych metod przekazu wiedzy
- Podziel duże grupy na mniejsze

- 20 -

6 Ewaluacja i dalsze działania



- Oceń, czy cele zostały osiągnięte
- Wdrażaj wnioski wynikające z oceny
- Organizuj dalsze działania dla uczestników i osób zainteresowanych, niebędących uczestnikami

- 25 -





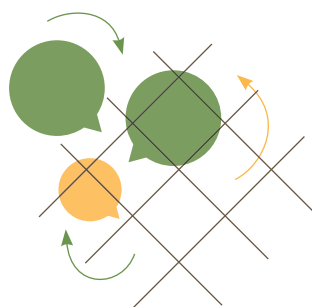
1

Cel pokazu i określenie grup docelowych

? "Co zamierzasz osiągnąć dzięki demonstracji w gospodarstwie?"

W przypadku każdego wydarzenia demonstracyjnego istotne jest określenie, z dużym wyprzedzeniem celów i kluczowych przesłań. Wpływają one na wszystkie decyzje, które podejmiesz podczas przygotowywania i realizacji wydarzenia demonstracyjnego: organizacja pokazu, zaangażowane podmioty, ocenę skuteczności.

Poczynając od pytania „dlaczego” (dlaczego robimy ten pokaz), poprzez „co” (co chcemy pokazać). Wynika z tego następnie „kto” (grupa docelowa pokazu) i „jak” (organizacja pokazu i metody przekazu).



Wydarzenia demonstracyjne
miejscem spotkań



Aby przyciągnąć rolników i zwiększyć oddziaływanie należy uwzględnić regionalne uwarunkowania i wyzwania w rolnictwie.

DLACZEGO ORGANIZUJESZ TO WYDARZENIE?

Określenie motywacji i potrzeb organizowanego pokazu.

Możliwe ukierunkowane efekty:

- **Współtworzenie wiedzy.** Dążenie do tworzenia (nowej) wiedzy, korzystając z wiedzy i doświadczeń uczestników biorących udział w wydarzeniu demonstracyjnym.
- **Stosowanie innowacji.** Pokazy są elementem transferu nowych możliwości, nowości lub praktycznych rozwiązań, które można wykorzystać bezpośrednio w gospodarstwach. Innowacje mogą wynikać z badań, działalności gospodarczej (związanej ze sprzedażą produktów rolnych) lub nowatorskiej działalności rolników. Dają one rolnikom pewność podejmowania uzasadnionej decyzji o przydatności demonstrowanych rozwiązań lub innowacji dla potrzeb własnego gospodarstwa.
- **Rozwiązywanie problemów.** Pokazy są niezbędną platformą do powiązania potrzeb lokalnych rolników. Pozwalają prezentować rozwiązania problemów, z którymi borykają się rolnicy, na przykład związanych z obniżeniem nakładów pracy w gospodarstwie, uprawą roślin w zmieniającym się klimacie lub weryfikacją zrealizowanych badań i innowacji w warunkach lokalnych i dostosowania ich do potrzeb rolników.
- **Szkolenia.** Pokazy służą jako platforma podnoszenia umiejętności i budowania potencjału, umożliwiającego praktyczne wdrażanie innowacyjnych praktyk w gospodarstwie.
- **Budowanie świadomości.** Pokazy mogą podnosić świadomość na tematy związane z oczekiwaniami społeczny-
nymi. Ponadto tematy dotyczące rozwoju zrównoważonego nie są omawiane wprost, ale często stanowią one integralną część pokazu.
- **Budowanie sieci.** Pokazy w gospodarstwa demonstracyjnych pełnią rolę miejsc spotkań. Regularne (np. coroczne) demonstracje można wykorzystać jako wydarzenie sieciowe, w celu zgromadzenia wszystkich osób zaangażowanych w program, sieć lub projekt. Mogą one przyczynić się do wzmocnienia i rozwoju współpracy oraz pobudzić potencjalne partnerstwo dla wypracowania wspólnych rozwiązań, zarówno krajowych jak i międzynarodowych. Dla niektórych uczestników, aspekt społeczny tworzenia sieci, umożliwiający nawiązanie kontaktów z innymi rolnikami, jest bardzo ważny.
- **Wdrażanie wyników badań.** Wydarzenia pokazowe w gospodarstwach mogą działać jako transfer wiedzy z badań do praktyki rolniczej. Innowacje i praktyczne rozwiązania można testować, porównywać lub też weryfikować w warunkach „rzeczywistych”.
- **Wdrażanie polityki.** Pokazy są okazją do informowania rolników o nowych przepisach i regulacjach prawnych oraz dostarczania konkretnych rozwiązań i przykładów, oraz sposobów ich wdrożenia w gospodarstwach.

CO JEST PRZEDMIOTEM TWOJEGO POKAZU?

Tematyka pokazu może być różnorodna, jak na przykład prezentacja produktu, maszyny, procesu, zarządzania lub marketingu.

Cechy przedstawianej tematyki mają duży wpływ na sposób demonstracji oraz dobór grupy docelowej, potencjalnie zainteresowanej tematem. Czy jest to innowacja, która nie jest znana społeczności rolniczej bez przykładów praktycznego wdrożenia, czy jest to rozwiązanie już wdrożone przez niektórych rolników, czy jest to też powszechna praktyka, którą rolnicy mogą zoptymalizować i udoskonalić?

Często siła pokazu polega na jego prostocie. Dlatego zalecane jest ograniczenie liczby tematów poruszanych podczas jednego wydarzenia. Jeśli chcesz poruszyć wiele tematów, należy rozważyć zorganizowanie serii/cykladu wydarzeń demonstracyjnych lub zaplanować odpowiednio długi czas dla każdego z przedstawianych tematów.



Wybór tematu pokazu może zostać dokonany ogólnie przez organizatorów, przedstawicieli rolników lub przez projekt, którego pokaz jest elementem, jak również oddolnie z zaangażowaniem rolnika lub przez uczestników poprzedniego pokazu, w przypadku gdy obejmuje to serię wydarzeń pokazowych. Przed podjęciem interesującego, inspirującego i stosownego tematu niezbędna jest dogłębna analiza lub dyskusja.



Cykl pokazów czy jeden pokaz

Przy podejmowaniu decyzji o programie pokazu bardzo istotne jest, czy będzie to jednorazowy pokaz lub seria demonstracji tego samego tematu czy powtarzające się (sieciowe/cykliczne) wydarzenia organizowane przez tych samych organizatorów.

Seria/cykl pokazów jest czasami uznawana za bardziej skuteczną metodę, ponieważ:

- Uczestnicy poznają się i ufają sobie nawzajem (będą bardziej skłonni do dzielenia się informacjami)
- Pokazy mogą dotyczyć wielu etapów procesu wdrażania (efekt skutecznego trafienia w potrzeby odbiorców)
- Pozwala pokazać zmiany w czasie, sezonowość
- Możliwość dotarcia do większej liczby rolników i innych osób zainteresowanych
- Kolejne pokazy mogą opierać się na opinii z poprzednich
- Organizację i program pokazu można poprawiać/ulepszać/uzupełniać.

KTO JEST TWOJĄ GRUPĄ DOCELOWĄ?

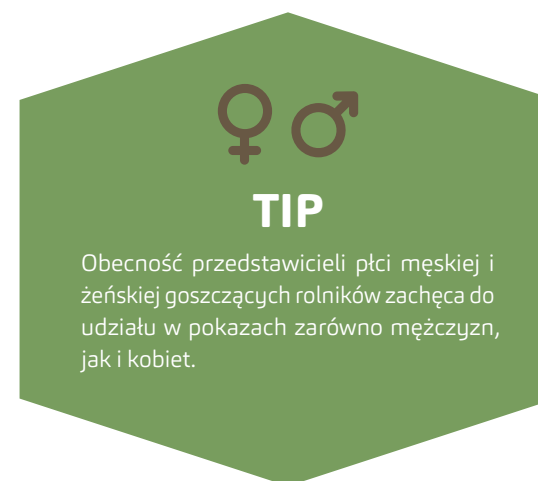
Wybór grupy (grup) docelowych zależy od tematyki pokazu. Na przykład, jeśli przewidywana jest intensywna wymiana wiedzy lub współtworzenie wiedzy na bardzo konkretny temat, w celu zapewnienia efektywnych i silnych interakcji, należy skierować się do małej grupy rolników, którzy „używają podobnego języka/żargonu”. Określenie konkretnych grup docelowych pozwala na dobór odpowiedniego kanału komunikacyjnego.

Grupa docelowa może być określona w odniesieniu do:

- Sektorów (np. producenci mleka, producenci buraków cukrowych).
- Regionów (np. konkretna prowincja, kraj lub kontekst międzynarodowy).
- Doświadczeń w konkretnej dziedzinie/technice, np. początkujący lub eksperci. W zależności od celu organizatorzy mogą wybrać wyłącznie doświadczonych rolników (np. w celu ulepszenia praktyki lub innowacji) lub połączenia obu (gdy celem jest wymiana doświadczeń). Doświadczeni rolnicy mogą pomóc w nawiązaniu dyskusji podczas wydarzenia pokazowego i zachęcić innych do zadawania pytań.
- Konkretnie „typy” rolników (np. „Innowacyjni” rolnicy dla tematyki wymagającej dalszego rozwoju, „standardowi” rolnicy dla tematów przygotowanych już do użycia/wdrożenia, młodzi rolnicy lub nowicjusze).
- Przedstawiciele różnych płci, wszyscy przedstawiciele z gospodarstw mogą uczestniczyć w wydarzeniu i powinni czuć się mile widziani.

Często, w zależności od zaplanowanego celu, warto zaprosić również przedstawicieli innych podmiotów, przyczyni się to do zwiększenia oddziaływania wydarzenia demonstracyjnego w dłuższym okresie:

- Doradcy rolniczy mogą działać jako potencjalni „multiplikatorzy” kluczowych pokazów. Mogą oni rozpowszechniać i promować wartość demonstracyjną pokazów wśród rolników nieuczestniczących w pokazach oraz mogą łączyć rolników, którzy zastosowali praktykę lub innowację, z tymi, którzy są potencjalnie zainteresowani.
- Prasa rolnicza, która może przekazywać demonstrowany temat szerszej publiczności.
- Podmioty z łańcucha rolno-spożywczego (np. dostawcy, przetwórcy żywności, konsumenci...), którzy są ważnymi partnerami w wypracowywaniu wspólnych rozwiązań, a ich obecność może wzmocnić powiązania między producentami i rynkami. Mogą oni udostępniać dane i doświadczenia nabyte w innych obszarach.
- Aktywni politycy mogą podnieść świadomość na temat barier prawnych i inicjatyw, które z jednej strony mogą zwiększyć uzasadnienie i podnieść skalę demonstrowanych tematów, ale także pozwolą wymienić informacje o praktycznych problemach, z jakimi borykają się rolnicy w kontekście regulacji prawnych. Z drugiej strony należy wsiąść pod uwagę, że rolnicy często niechętnie uczestniczą i dzielą się doświadczeniami w grupie, w której występują przedstawiciele władz.
- Uczniowie i nauczyciele szkół rolniczych biorących udział w badaniach nad innowacjami, mogą wymieniać wiedzę z rolnikami o sposobach produkcji, uczyć się jednocześnie praktycznych rozwiązań. Mogą pomóc w monitorowaniu i ocenie, uczyć się poprzez współorganizowanie wydarzeń.





2

Dobór gospodarstwa demonstracyjnego

Pokazy mogą odbywać się w różnych miejscach, począwszy od prywatnych gospodarstw należących do rolników, a kończąc na polach będących własnością publicznych uniwersytetów lub ośrodków badawczych. Przyjmuje się pewne kryteria wyboru odpowiedniego miejsca dla przeprowadzenia demonstracji.

? „Czy rolnicy mogą identyfikować się z gospodarstwem goszczącym?”

Pokaz może mieć większy wpływ, gdy gospodarstwo działa w warunkach „prawdziwego życia” przeciętnego gospodarstwa. Z drugiej strony, pionierscy rolnicy mogą prezentować innowacyjne i bardziej eksperymentalne techniki.

? „Czy goszczący rolnik jest „dobrym rolnikiem”, uznawanym za wiarygodnego i „dobrze poinformowanego”, jak również innowacyjnego i produktywnego?”

W atrakcyjności wydarzenia dla potencjalnych uczestników, ogólne postrzeganie gospodarza odgrywa kluczową rolę. Wybranie znanego rolnika lub gospodarstwa wyznaczonego przez organizacje rolnicze, w których prowadzone są wieloletnie badania, może być „bezpieczną” opcją. Przygotowanie gospodarstwa dla odwiedzających i na potrzeby samego wydarzenia pokazowego często wymaga od gospodarza dodatkowego zaangażowania i wielu wysiłków. Z drugiej strony, nie należy używać tylko standardowych rozwiązań.

? „Czy gospodarstwo jest odpowiednie do planowanego wydarzenia demonstracyjnego, biorąc pod uwagę tematykę, lokalizację i planowane działania?”

Należy sprawdzić, czy działania rolnika goszczącego, praktyki i wyposażenie gospodarstwa rolnego pokrywają się z celem pokazu oraz przewidywaną liczbą uczestników. Czas dojazdu, lokalizacja może być istotnym kryterium.

Należy jednak pamiętać, że uczestnicy są skłonni podróżować dalej, aby zapoznać się innowacyjnymi technikami, które nie są powszechnie stosowane w ich własnym regionie.



Wybór gospodarstwa goszczącego ma wpływ na dostępność pokazu:

- Geograficzna (lokalizacja, czas dojazdu, łatwość dostępu dla uczestników)
- Społeczna (udogodnienia, komfort i bezpieczeństwo dla odwiedzających)



TIPS

Sprawdź wykaz gospodarstw pokazowych w FarmDemo hub:

<https://farmdemo.eu>

Bardzo istotna może okazać się współpraca między firmami komercyjnymi a gospodarstwami: pozwala uczestnikom zapoznać się z najnowszymi innowacjami w prawdziwym gospodarstwie rolnym.

Gospodarstwo „nietypowe” może dostarczyć inspiracji i wzbudzić zainteresowanie nad możliwością zastosowania nowych rozwiązań.

Aby dotrzeć do szerszej grupy odbiorców, można organizować pokaz wielokrotnie w różnych miejscach w danym regionie/kraju i w różnych typach gospodarstw.

Zorganizowanie transportu grupowego zwiększy dostępność do odległych gospodarstw goszczących.

Zapewnienie środka transportu zbiorowego umożliwi odwiedzenie wielu miejsc.



3

Organizacja pokazu

ORGANIZACJA ZESPOŁU



„Jaki rodzaj partnerów (takich jak rolnicy, organizacje rolników, doradcy, przedsiębiorstwa rolne) będzie zaangażowany w organizację aby osiągnąć sukces zakładanych celów pokazu?”

Ze względu na zróżnicowane doświadczenie zawodowe, umiejętności, podstawy wiedzy, priorytety, zakres prac i motywacje, współpraca między różnymi podmiotami zaangażowanymi w pokaz może być wyzwaniem. Aby przedsięwzięcie odniosło sukces, ważne jest uzgodnienie celów, zakresu i podziału obowiązków.

AKIS może określać kontekst, w którym organizowane są zdarzenia demonstracyjne. Dobra współpraca i istniejące już sieci współpracy regionalnych/krajowych przedstawicieli AKIS mogą ułatwić organizację lub stworzenie strategii dla pokazów, dostosować tematykę pokazu do konkretnego regionu i skorzystać z dostępnego kapitału społecznego i sieci, aby znaleźć ekspertów o odpowiednich kompetencjach. Sukces pokazów często wiąże się z postrzeganiem zespołu przez społeczność lokalną. Zespoły organizacyjne powinny zatem współdziałać z uznanymi organizacjami lokalnymi, które są współpracującą z rolnikami.

System Wiedzy i Innowacji w Rolnictwie (AKIS) obejmuje cały system wymiany wiedzy rolniczej w regionie/kraju i określa sposób, w jaki ludzie i organizacje, takie jak służby doradcze, naukowcy, organizacje polityczne i rolnicze, współdziałają i współpracują.

Współpraca z partnerami komercyjnymi daje możliwość przeprowadzania skutecznych wydarzeń demonstracyjnych pod względem transferu wiedzy i informacji. Jednak aby uniknąć sytuacji, w której rolnicy mogą postrzegać takie wydarzenie jako okazję do sprzedaży produktów komercyjnych, potrzebne są jasne umowy zawarte z firmami.



Podział ról w organizacji zespołu

Jasne określenie ról i zapewnienie wystarczającego personelu (zarówno w zakresie wiedzy, jak i liczby) może mieć znaczący wpływ w procesie przygotowywania wydarzenia demonstracyjnego. Cztery ważne elementy powinny zostać spełnione:

- Rolnik goszczący
- Prowadzący pokaz
- Kierownik/koordynator logistyczny
- Facylitator

TIPS

Zaangażuj rodzinę rolnika goszczącego już we wczesnym etapie organizacyjnym.

Zaproś przedstawicieli różnych organizacji pracujących nad daną tematyką, aby odpowiednio dotrzeć do grupy docelowej (grup docelowych).

Zaangażuj przedstawicieli organów administracyjnych: odpowiedni dobór może przyciągnąć rolników, niewłaściwe zaangażowanie może zniechęcić rolników.

Facylitator jest pomocny w wielu aspektach, może prowadzić dyskusję i działać jako neutralna strona trzecia.



ZRÓWNOWAŻONY PROGRAM

Dostępny czas na przeprowadzenie pokazu decyduje o jego zakresie i zastosowanych metodach przekazu. Czas trwania może wynosić od jednej godziny, połowy dnia, do całego lub nawet wielu dni. Należy pamiętać, aby zapewnić wystarczająco dużo miejsca w programie na dyskusję, pytania i odpowiedzi, ale także na sieciowanie kontaktów i interakcje uczestników.

Odpowiednio przygotowany program pokazu powinien zapewniać wystarczającą różnorodność. Musi obejmować podstawowe elementy, takie jak:

- Powitanie/wprowadzenie, najlepiej przy udziale rolnika goszczącego
- Prezentacja innowacji
- Stymulowanie dyskusji lub interaktywne pytania i odpowiedzi
- Ocena pokazu przez uczestników
- Oficjalne zamknięcie wydarzenia z jasnymi wnioskami/rekomendacjami i końcowym przesłaniem
- Czas na nieformalne rozmowy, dyskusje i nawiązywanie kontaktów (zapewnij posiłki i napoje! – zapoznaj się także z metodami przekazu i organizowania wydarzeń demonstracyjnych)
- Opinie uczestników o wydarzeniu

TIPS

Mile widziane jest powitanie przez goszczących rolników

Zapewnij wycieczkę po gospodarstwie

WYBIERZ ODPOWIEDNIĄ DATĘ POKAZU

Data pokazu jest kluczowym czynnikiem zapewniającym dobrą frekwencję. Chociaż, nie zawsze można dokładnie zaplanować (np. gdy przypadkowo zdarzy się, że jest to pierwszy ciepły okres w sezonie), można określić terminy, w których rolnicy mają mniej pracy w gospodarstwie. Należy wziąć pod uwagę dni (np. godziny dojenia) i/lub tygodniowe zróżnicowanie zajęć (np. dni nauki szkolnej).

TIPS

Wybierz stałą datę (powtarzającą się) pokazów (np. ostatni weekend września lub co 6 miesięcy, aby pokazać zmienność, sezonowość)

Weź pod uwagę inne lokalne wydarzenia.

WYPOSAŻENIE I SPRZĘT

Poczucie, że jest się mile widzianym i dobrze traktowanym zwiększa skuteczność i efektywność pokazu. Upewnij się, że zostały zapewnione odpowiednie udogodnienia, dojazd, toalety, parking, uporządkowane, dobrze przygotowane otoczenie itp.

CHECKLISTA

- Sprawny sprzęt audio-wizualny
- Środki bezpieczeństwa
- Toalety
- W miarę możliwości zapewnij dostęp dla wózków inwalidzkich
- Zapewnij oznakowanie drogowe, banery, parking
- Zapewnij zacienione obszary lub odpowiednie schronienia, przewidując warunki pogodowe
- Zamieść logo i banery sponsorów (jeśli dotyczy)
- Pomyśl o jedzeniu i napojach!



BUDŻET

- ? „Kto sfinansuje wydarzenie demonstracyjne?”
- ? „Czy uczestnicy będą musieli uiścić opłatę za uczestnictwo?”
- ? „Czy budżet wpłynie na zakres i liczbę uczestników?”

Budżet powinien pokrywać wszystkie wydatki, takie jak nakłady, koszty transportu, wydatki organizacyjne i koszty reklamy. Upewnij się również, że zrekompensujesz rolnikowi wszelkie poniesione koszty/straty oraz poświęcony czas (w tym czas poświęcony na przygotowanie pokazu).

Dostępny budżet jest powiązany z partnerami finansującymi, będącymi członkami zespołu organizacyjnego i ma duży wpływ na program, czas trwania pokazu oraz niektóre podejmowane decyzje, np. dotyczące wielkości grupy docelowej, czy wprowadzenia opłat za uczestnictwo lub zapraszanych prowadzących i facylitatora pokazu. Ograniczone zasoby finansowe nie muszą jednak wpływać na skuteczność pokazu. Tańsze metody mogą być równie skuteczne jak droższe, jednakże mogą wymagać bardziej przemyślanego podejścia w fazie planowania pokazu.

W przypadku większych imprez, dodatkowe wsparcie (np. w postaci dodatkowych zasobów ludzkich czy też wsparcie rzeczowe) może być finansowane poprzez sponsoring, w miarę możliwości przez zaprzyjaźnione organizacje.

REJESTRACJA UCZESTNIKÓW

Pozwala na łatwe komunikowanie się z uczestnikami przed pokazem umożliwiając oszacowanie liczby uczestników i po wydarzeniu w celu kontynuacji współpracy i oceny pokazu. Rejestracja na wydarzenie demonstracyjne powinna być łatwa i przebiegać płynnie.

TIPS

Zarejestruj uczestników przed wydarzeniem: pozwoli to poznać odbiorców i rozesać odpowiednie materiały.

stwórz listę kontaktów.





4

Promocja

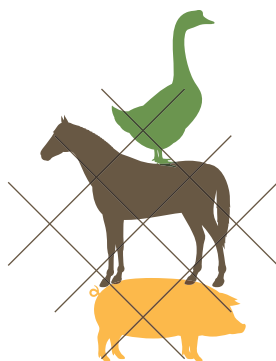
CZYTELNE ZAPROSZENIE DOSTOSOWANE DO GRUPY DOCELOWEJ

„Którzy ludzie zostaną poinformowani o odbywającym się pokazie?”

Odpowiedni wybór uczestników ma wpływ na frekwencję podczas pokazu.

TIP

W miarę możliwości, wyślij zaproszenie na pokaz dla całej rodziny.



Kluczowe znaczenie ma dostosowanie treści zaproszenia do rodzaju grupy docelowej. Upewnij się, że w zaproszeniu użyto odpowiedniego języka (żargonu) dostosowanego do grupy docelowej.

Przy projektowaniu zaproszenia należy uwzględnić kilka elementów: (patrz: <https://thefloorisyours.be/en/pitchinghandson/>)

Kto jest twoją grupą docelową?

- Każda grupa docelowa ma swój własny zestaw oczekiwań i problemów. Jeśli możliwe, skup się na jednej grupie docelowej.
- W zaproszeniu określ grupę docelową (np. tylko rolnicy ekologiczni lub rolnicy ekologiczni i nie ekologiczni). Może to zapewnić przyciągnięcie uwagi rolników o wyszczególnionych zainteresowaniach.

Jakie jest twoje główne przesłanie pokazu?

Jak chcesz zmobilizować uczestników do działania?

- Wyraźnie zaznacz, że jest to zaproszenie do przyłączenia się i aktywnego uczestnictwa w wydarzeniu
- Wybierz atrakcyjną nazwę pokazu, odzwierciedlającą również kluczowe przesłanie wydarzenia

Precyzyjnie określ jaki problem napotyka Twoja grupa docelowa i jak ten problem rozwiązać?

- Wyraźnie określ cele pokazu, ponieważ przyczynia się to do efektywności wydarzenia.
- Jeśli w pokazie biorą udział doświadczeni animatorzy, wykwalifikowani facylitatorzy i rolnik goszczący, wyraźnie wspomnij o tym na zaproszeniu, ponieważ mogą one przyciągnąć uwagę i zainteresować potencjalnych uczestników.

Jakie korzyści wyniesie docelowa grupa odbiorców?

- Określ, jaka będzie wartość dodana dla uczestników pokazu.

TIPS

Na zaproszeniu poinformuj o wszystkich organizatorach pokazu

Poinformuj o opłacie za uczestnictwo (jeśli dotyczy).

Przygotuj zaproszenie atrakcyjne wizualnie ze zrównoważonym zakresem informacji. Możesz skorzystać z oprogramowania, takiego jak: www.lucidpress.com/pages/examples/online-invitation-maker, <https://spark.adobe.com/make/invitation-maker>

W celu zwiększenia popularności serii pokazów, używaj stałego szablonu zaproszenia. Taki „branding” powinien uwzględniać nazwę wydarzenia. Pomaga to w rozpoznaniu wydarzenia demonstracyjnego, a gdy zyska ono dobrą reputację, będzie skuteczniej przyciągać kolejnych uczestników.

Spraw, aby zaproszenie było czytelne i atrakcyjne, nie używaj wielu czcionek, niech nie będzie „przeładowane”. Przyjazne zdjęcie gospodarstwa lub rolnika na „dzień dobry” może być bardzo korzystne.



UŻYJ WŁAŚCIWYCH KANAŁÓW KOMUNIKACJI

Do przyciągnięcia uczestników można wykorzystać wiele kanałów komunikacji. Zaproszenia można rozpowszechniać za pomocą ulotek, listów, e-maili, plakatów, artykułów prasowych, stron internetowych, mediów społecznościowych, promocji werbalnych lub radiowych i telewizyjnych. Aby rozpowszechnić zaproszenia, można skorzystać ze spotkań, kontaktów osobistych, własnych sieci lub list mailingowych, sieci innych organizacji (np. związków rolników, sieci doradców), ogłoszeń w odpowiednich instytucjach.

TIPS

Wyślij zaproszenia imienne do uczestników

Używaj stopniowej w czasie kombinacji kanałów komunikacyjnych

Rozważ, kto rozpowszechni zaproszenia

Podjmij specjalne wysiłki na rzecz trudnych do zmobilizowania rolników!

KONTAKTY Z UCZESTNIKAMI PRZED POKAZEM

Możesz przed pokazem kontaktować się z potencjalnymi uczestnikami:

- Dodatkowe informacje na temat gospodarstwa goszczącego, struktury pokazu, badań terenowych,...
- Poproś uczestników o wypełnienie formularza rejestracyjnego online (np. określonych zainteresowań)
- Poproś uczestników o przygotowanie pytań na interesujące ich tematy

Zaoferuj dodatkowe zachęty dla uczestników:

- Próbki testowe
- Darmowa analiza gleby
- Jedzenie i napoje
- Pokazy
- Nagrody do wygrania



5

Metody przekazu i prezentacji

Do transferu i wymiany wiedzy oraz rozwijania umiejętności i uczenia się mogą być wykorzystywane różne metody. Ważne jest, aby uświadomić sobie, że nie ma jednej właściwej, uniwersalnej metody, a wybór zależy od wielu czynników, takich jak na przykład wielkość grupy i jej skład. Wydarzenie demonstracyjne powinno również zawierać kombinację dobrze przemyślanych i dobrze wyważonych działań, w celu zapewnienia najlepszych wyników przekazu.



WIELKOŚĆ I SKŁAD GRUPY

Decyzja o wielkości grupy zależy od celu pokazu i ma istotny wpływ na formę i sposób pokazu.

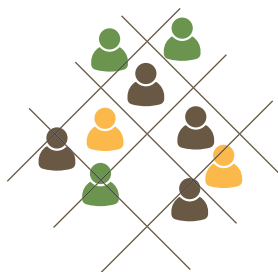
- Mniejsze grupy (8-15 uczestników):
 - Bardziej efektywna wymiana wiedzy, analiza i przemyślenia, efektywniejszy transfer pomiędzy uczestnikami.
 - Prostsze zarządzanie.
 - Małe grupy zamknięte, które spotykają się regularnie, zdobyły wzajemne zaufanie, umożliwiają pogłębione dyskusje tematyczne.
- Większe grupy:
 - Kiedy celem jest podnoszenie świadomości i szeroki transfer wiedzy.
 - Przyciąga sponsorów i firmy zaopatrujące gospodarstwa.
 - Potrzeba zapewnienia odpowiedniego nagłośnienia i wizji.

Wydaje się, że jednorodne grupy z łatwością dzielą się wiedzą i są skłonne do ufania innym uczestnikom, podczas gdy grupy złożone z różnych typów przedstawicieli mogą być korzystne dla wywołania dyskusji i nawiązania nowych kontaktów. Jest to ważny element, który należy uwzględnić podczas zapraszania.

Również stopień znajomości pomiędzy uczestnikami pokazu ma duży wpływ na aktywność grupy i skuteczność zastosowanych metod przekazu. W celu ułatwienia tworzenia nowych sieci niezbędne są bardziej zorganizowane metody, w których uwzględnić należy dzielenie się wiedzą i dyskusje grup, które się nie znają. Umiejętny i przyjazny facylitator może stworzyć unikalną atmosferę, która ułatwi rolnikom otwarte mówienie o problemach i może zainicjować efektywną dyskusję.

TIP

Podziel duże grupy na kilka mniejszych, aby ułatwiać aktywne uczestnictwo i zaangażowanie w dyskusje.



Film pokazuje alternatywny (w stosunku do zwykłej prezentacji ppt) sposób w jaki rolnik goszczący wykorzystuje rzeczywiste warunki hodowli do wyjaśnienia techniki.

www.youtube.com/watch?v=vAcn7WlO-cE&feature=youtu.be

WYBÓR ODPOWIEDNIH METOD PRZEKAZU

Istnieją 3 podstawowe zasady:

- 1 | Powiązanie tematu pokazu z praktyką rolniczą
- 2 | Zaangażowanie uczestników w aktywną wymianę wiedzy
- 3 | Używanie różnych metod przekazu

1 | Powiązanie tematu pokazu z praktyką rolniczą

Należy zwrócić uwagę na szerszy kontekst. Uwzględnienie wpływu demonstrowanej praktyki lub innowacji na gospodarstwo, a także omówienie szerszego kontekstu (np. społecznego, gospodarczego, politycznego). Dostarczając dodatkowe informacje, uczestnicy mogą podejmować świadome decyzje dotyczące możliwości zaadoptowania rozwiązania lub innowacji.

Skorzystaj z gospodarstwa i doświadczenia gospodarza.

Możliwość odwiedzenia innego gospodarstwa jest często jedną z głównych motywacji rolników do uczestnictwa w pokazie. Ważne jest, aby powiązać tematykę demonstracji z rzeczywistymi warunkami zarządzania gospodarstwem i dostarczyć jak najwięcej praktycznych przykładów. Oznacza to również zwracanie uwagi na problemy, niepowodzenia, błędy lub negatywne skutki uboczne jej zastosowania. Problemy często odzwierciedlają bariery we wdrażaniu praktyk. Tak więc, przedyskutowanie i wyjaśnienie, w jaki sposób można sobie z nimi radzić, może zachęcić do przyjęcia danej praktyki i innowacji przez uczestników.

2 | Angażuj uczestników do aktywnej wymiany wiedzy

Oferuj możliwości wymiany wiedzy peer-to-peer. Możesz zwiększyć udział uczestników w prezentacjach i pokazach, np. dając uczestnikom możliwość aktywnego dzielenia się swoimi doświadczeniami z innymi, organizując dyskusje w mniejszych grupach lub organizując warsztaty, na których stymulowana jest aktywna wymiana wiedzy. Stwórz możliwości bardziej nieformalnej formy, zapewniając rolnikom wystarczająco dużo czasu na swobodną rozmowę, podczas lunchu, przerwy kawowej czy warsztatów.

TIP

NIE ZAPOMNIJ O JEDZENIU I NAPOJACH

Śniadanie lub lunch, podczas przemówienia wprowadzającego

Przekąski i napoje po „części formalnej”, czas na dyskusje pomiędzy uczestnikami

Zapewnij wyroby domowe, najlepiej przy użyciu składników gospodarstwa goszczącego

Zapewnij żywność z lokalnych źródeł, współorganizatorów lub sponsorów

Zapewnij przekąski i kawę w trakcie przerw

Zaoferuj szeroką gamę doświadczeń i poszukaj sposobów zaskoczenia uczestników. Uwzględnij szereg różnorodnych działań. Przykładem mogą być spacery w terenie, obserwacja pokazów praktycznych przeprowadzanych przez animatora i umożliwienie aktywnego uczestnictwa w działaniach praktycznych. Zwiększają wiedzę i zainteresowanie, a także kontakty i interakcje między uczestnikami. Dodając „efekt zaskoczenia” do działań demonstracyjnych, uczestnicy prawdopodobnie zapamiętają przekazane informacje na dłuższy czas. Efekt może być osiągnięty na różne sposoby, poprzez opowiadania o historii, zaangażowania do działań uczestników lub poprzez prezentację produktu/innowacji podczas pokazu.



Rysunek 1. Zdjęcia testu „moje spodnie w ziemi, jako przykład zaskakującego i prostego testu na stan gleby



Film przedstawia test „moje spodnie w ziemi”, który jest zaskakującą i prostą metodą sprawdzenia gleby na podstawie zakopanego bawełnianego materiału.

www.nrcs.usda.gov/wps/portal/nrcs/detail/or/soils/health/?cid=nrcseprd1470410

Stwórz inspirujące i przyjazne otoczenie. Zaaranżuj salę konferencyjną/przestrzeń w taki sposób, aby każdy mógł słyszeć i rozumieć prowadzącego i innych uczestników. Niektóre pomysły to:

- Używaj mikrofonów, aby każdy uczestnik mógł słyszeć mówiącego (w szczególności na zewnątrz)
- Używaj materiałów wizualnych, które każdy uczestnik może zobaczyć (tj. nie używaj plakatów o małym rozmiarze czcionki, które mogą być widoczne tylko w pierwszym rzędzie)
- Jeśli spotkanie odbywa się w pomieszczeniu: umieść krzesła w kole/półkolu, aby wszyscy widzieli innych uczestników
- Zorganizuj „targ” z różnymi stoiskami/prezenterami, aby ludzie mogli odwiedzać w mniejszych grupach
- Przemysł, w jakich miejscach będziesz prowadził dyskusję, biorąc pod uwagę, że rolnicy mają większą swobodę na polu lub stodole niż w klasach szkolnych
- Zapewnij zabawne, rozluźniające „lodołamacze” na wstępie wydarzenia. Inspirację można znaleźć w Internecie, na przykład: www.thebalancecareers.com/top-ice-breakers-1918426, www.icebreakers.ws/large-group

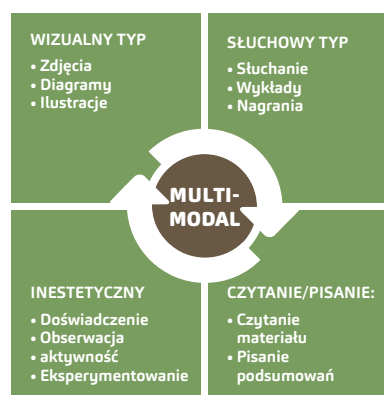
3 | Użyj różnych metod przekazywania wiedzy

Stosuj łączone metody. Różne metody przekazywania wiedzy mogą być wykorzystywane podczas imprez demonstracyjnych, np. poprzez plakaty, prezentacje, eksperymenty, dyskusje, warsztaty itp. Metody te różnią się stopniem interakcji między facylitatorem a uczestnikami oraz aktywnym zaangażowaniem rolników, i odwołują się do różnych stylów uczenia się. Należy podkreślić, że wybór kombinacji metod przekazu zależy od celu demonstracji oraz składu i wielkości grupy. Przegląd niektórych możliwych metod uczenia się można znaleźć (Przegląd metody przekazu można znaleźć na stronach 28-30).



Dostosuj się do różnych poziomów wiedzy i stylów uczenia się uczestników. Jeśli to możliwe, zapoznaj się z wyprzedzeniem z poziomem wiedzy uczestników na demonstrowany temat. Przy braku możliwości, zacznij od podstawowych informacji dla początkujących w tej dziedzinie. Typowe „typy uczniów” to: (<https://blog.prezi.com/the-four-different-types-of-learners-and-what-they-mean-to-your-presentations-infographic>)

- Słuchacze- wolą słyszeć informacje. Często rozmawiają ze sobą podczas nauki. Proces ten można wspierać poprzez zachęcanie odbiorców do głośnego powtarzania kluczowych wiadomości, np. poprzez zadawanie im pytań.
- Widzowie- wolą widzieć informacje i wizualizować relacje między pomysłami, na przykład w infografikach, wykresach, schematach i kolorach.
- Czytający/piszący- wolą czytać lub zapisywać informacje w broszurach lub ulotkach.
- Kinestetyczni (fizyczni)- wolą wykonywać praktyczne ćwiczenia i eksperymenty.



Rysunek 2. Różne „typy uczniów” i sposób ich uwzględnienia podczas demonstracji. (Źródło: <https://tutoringwithatwist.ca/vark-learning-styles/>)

Skorzystaj z odpowiednich narzędzi edukacyjnych. Narzędzia edukacyjne to wszelkiego rodzaju materiały wykorzystywane podczas pokazów, stosowane w celu ułatwienia przekazywania wiedzy (np. materiały szkoleniowe, filmy, interaktywne elektroniczne systemy głosowania):

- Zwiększ interakcję pomiędzy uczestnikami poprzez korzystanie z systemów do głosowania lub aplikacji interaktywnych (www.mentimeter.com; <https://kahoot.com>)
- Wizualizacja poprzez np. pokaz sprzętu używanego w gospodarstwie, plakaty z atrakcyjnymi infografikami (darmowi producenci infografiki online na www.canva.com/create/infographics, filmy pokazujące „dobre” lub „złe” praktyki.
- Podaj informacje pomocnicze wydarzenia demonstracyjnego: np. broszury z dodatkowymi informacjami o gospodarstwie lub listę uczestników. Takim przykładem są „broszury dotyczące wycieczki po gospodarstwie” opublikowane przez Teagasc (www.teagasc.ie/rural-economy/organics/farm-walks)
- Przekaż informacje np. broszury z praktycznymi informacjami na temat prezentowanej innowacji. Ma to szczególne znaczenie, dając uczestnikom możliwość robienia notatek. Jeśli jest to możliwe, wykorzystaj strony internetowe, Instagram, Facebook.

TIP

Pomyśl, w jaki sposób rozpowszechnić materiały w trakcie wydarzenia demonstracyjnego. Jeśli zostaną rozprowadzone podczas prezentacji, mogą rozpraszać uczestników. Niektóre z tych informacji można również przesłać uczestnikom z wyprzedzeniem.



ROFESJONALNE I PŁYNNIE WYDARZENIE DEMONSTRACYJNE

Postępuj zgodnie z „zasadą trzech”. Dostarcz kluczowe wiadomości, które są powtarzane podczas wydarzenia demonstracyjnego, podsumowane na końcu jako materiał do zabrania do domu. Dobrą praktyką jest tutaj stosowanie „zasady trzech”. Zasada ta, często używana w kampaniach reklamowych, sugeruje, że sformułowanie trzech kluczowych komunikatów jest najbardziej skuteczne.



Rysunek 3. Użyj reguły trzech, aby przekazać kluczowe wiadomości

Zapewnij dobrego facylitatora. Podczas pokazów często brakuje stymulującego, aktywnego uczestnictwa, wynika to najprawdopodobniej z powodu braku umiejętności nawiązywania kontaktów przez organizatorów. Znaczenie dobrego facylitatora jest nie do przecenienia, ponieważ jest on kluczowy podczas całego wydarzenia. Powinien upewnić się, że wszystko przebiega płynnie, aktywnie angażując uczestników w dyskusje i motywując ich przez cały czas trwania imprezy. Może on/ona również gromadzić pytania, pojawiające się podczas wydarzenia.

Zapewnij odpowiednie zarządzanie czasem. Nie ma nic tak frustrującego dla uczestników, jak konieczność opuszczenia spotkania, gdy program jeszcze się nie skończył lub poczucie, że spotkanie nagle się kończy. Pamiętaj, aby wyznaczyć opiekuna czasu podczas imprezy, który pomagać będzie w dotrzymaniu harmonogramu. Może to być osoba z organizacji lub zespołu organizacyjnego lub w niektórych przypadkach (np. mniejsze grupy) nawet uczestnik.

Zaplanuj i bądź gotowy na sytuacje niespodziewane. Niektóre nieprzewidziane okoliczności zawsze mogą się zdarzyć i wskazane jest, aby myśleć z wyprzedzeniem i być przygotowanym na nieoczekiwane sytuacje. Takimi przykładami jest zła pogoda, zbyt duża lub mała liczba uczestników, skład grupy różni się od zaplanowanego (np. niewielu aktywnych rolników), problemy ze sprzętem, problemy z badaniami polowymi itp. Dla przykładu, prognozowana jest zła pogoda, pokaz można odłożyć na późniejszy termin, lub alternatywnie można zaplanować prezentacje w pomieszczeniach, filmy, pokazy lub odpowiednio zaplanowaną dyskusję.



6

Ewaluacja i dalsze działania

OCENA ORGANIZACJI I WPŁYWU TWOJEGO WYDARZENIA

Ocena wydarzenia pomaga usprawnić organizację przyszłych, kolejnych wydarzeń. Ważne jest, aby powiązać ewaluację z celem wydarzenia: jeśli celem było stworzenie sieci kontaktów, warto skupić się na tym, czy uczestnicy byli w stanie rozbudować swoją sieć. Jeśli celem było zastosowanie innowacji, organizatorzy muszą monitorować zainteresowanie uczestnika do wdrożenia prezentowanej innowacji we własnym gospodarstwie.

Informacje zwrotne można gromadzić w różnych zakresach organizacji pokazu (zaproponowanym programie, lokalizacji, obiektów, tematu,...), ale także na temat pozyskanej wiedzy i zainteresowania możliwością zastosowania wyników pokazu w ich gospodarstwach:

Krótką perspektywą:

„Co uczestnicy zabierają do domu?”

- Know-why (motywacja, podniesiona świadomość): uczestnicy są świadomi, że istnieją konkretne problemy lub wyzwania i/lub że nowe rozwiązania są dostępne i mogą być niezbędne w przyszłości
- Know-what (temat demonstracyjny): uczestnicy są informowani o konkretnych nowościach (nowe praktyki, materiały, odmiany, maszyny itp.)
- Know-how: uczestnicy mogą połączyć nowe informacje/wiedzę z własną praktyką i są w stanie ocenić możliwości wdrożenia ich we własnym gospodarstwie

Długa perspektywa:

„W jaki sposób uczestnicy wykorzystują to, co zabrali do domu?”

Oddziaływanie takie rzadko pochodzi tylko z samego pokazu i jest trudniejsze do oceny z powodu opóźnienia czasowego. Potrzeba odstępu czasowego, aby uczestnicy dokonali rzeczywistych zmian w swojej praktyce rolniczej, ponieważ może to wymagać inwestycji finansowych, nowych umiejętności i wiedzy oraz dostosowania do zwyczajowej rutyny i sposobu myślenia rolnika. Na rzeczywistą decyzję o zmianie nie ma również wpływu wyłącznie spotkanie demonstracyjne, ale obejmuje ona szeroki wachlarz innych źródeł informacji, takich jak publikacje w prasie (rolniczej), kolejne wydarzenia, warsztaty, biuletyny, kontakty z doradcami, inni rolnicy itd.

Oceny możesz dokonać na różne sposoby, takie jak:

- Nieformalne rozmowy z uczestnikami podczas wydarzenia demonstracyjnego
- Informacje zwrotne od uczestników podczas wydarzenia demo, przy użyciu formularzy lub w trakcie dyskusji
- Formularze ewaluacyjne po pokazie. Istnieje ryzyko związane z brakiem czasu i chęci uczestników spieszących się, aby porozmawiać z innymi ludźmi lub wrócić do domu
- Wysłane po wydarzeniu e-maile lub rozmowy telefoniczne. Jeśli chcesz ocenić wpływ, możesz poczekać kilka tygodni, a nawet miesięcy na kolejną rozmowę telefoniczną
- Formularze ewaluacyjne dla organizatorów demonstracji, które powinny zostać wypełnione podczas imprezy demonstracyjnej

Ocena jest ważna dla poprawy jakości kolejnych czy dalszych pokazów w gospodarstwie. Zatem po dokonaniu oceny należy ją udostępnić i wdrożyć wnioski dla przyszłych planowanych działań.

TIPS

Użyj tylko kilku istotnych pytań. Kwestionariusz z wieloma pytaniami będzie trudniejszy do wypełnienia dla uczestników.

Bardziej prawdopodobne jest, że uda ci się zebrać opinie w danym dniu, niż później przez e-mail



Film pokazuje, w jaki sposób ocenę wydarzenia przez uczestników można zawrzeć w programie wydarzenia demonstracyjnego.

www.youtube.com/watch?v=BfkkuhbJ90-I&feature=youtu.be

DALSZE DZIAŁANIA

„Kontynuacja” odnosi się do dalszej poprawy i dystrybucji tematu pokazu, w celu zwiększenia jego oddziaływania. Chociaż dalsze działania mają miejsce po spotkaniu, ważne jest, aby były one zgłaszane lub omawiane z uczestnikami podczas bieżącego wydarzenia demonstracyjnego.

Działania mogą mieć charakter formalny, takie jak zorganizowanie kolejnego wydarzenia demonstracyjnego. Nieformalne, które mogą obejmować kontakt telefoniczny między uczestnikami, prowadzącym/organizatorem lub uczestniczącymi rolnikami rozmawiającymi z sąsiadami.



Ten film pokazuje korzyści płynące z platformy wymiany wiedzy na temat ekologicznych odmian oraz rolę, jaką mogą odgrywać wydarzenia demonstracyjne. www.youtube.com/watch?v=oQMam6-eKI&feature=youtu.be

Efektywne działania następcze dla uczestników powinny obejmować:

- Udostępnienie listy uczestników za ich zgodą (zgodnie z europejskimi zasadami prywatności RODO).
- Udostępnienie danych kontaktowych rolnika-gospodarza lub organizatorów innym uczestnikom zainteresowanym zdobyciem rozszerzonej wiedzy lub wdrożeniem praktyki w swoim gospodarstwie.
- Dostarczenie uczestnikom ulotek informacyjnych.
- Stworzenie platformy internetowej, grupy mediów społecznościowych (np. WhatsApp), bloga lub sieci, w których praktycy mogą przekazywać swoje doświadczenia innym zainteresowanym rolnikom.
- Dostarczenie biuletynu lub stworzenie strony internetowej, na której uczestnicy będą informowani o dalszych uwagach i zmianach dotyczących pokazu.
- Zapewnienie (grupowego) wsparcia dla zainteresowanych uczestników, którzy planują wdrożenie praktyk lub innowacji.

Efektywne działania dla osób, które nie uczestniczyły w wydarzeniu demonstracyjnym obejmują:

- Udostępnienie raportu lub wideo online z pokazu. Jeśli wideo jest atrakcyjne, może również przyciągnąć kolejnych zainteresowanych rolników do udziału w przyszłych wydarzeniach demonstracyjnych.
- Aby przedstawić zdarzenie korzystaj z mediów (media społecznościowe, blogi, strony internetowe, prasa, radio, itp.).
- Publikowanie artykułów dla rolników w prasie rolniczej i broszur, które można rozpowszechniać wśród rolników i doradców. Wskazane jest, aby dziennikarze byli obecni na wydarzeniu i poświęcili czas, aby upewnić się, że rozpowszechniają właściwą informację w swoich przekazach.
- W przypadku badań długookresowych w gospodarstwie, informacje o ich prowadzeniu powinny być opublikowane, aby lokalni rolnicy mogli zobaczyć i obserwować postępy procesu bez organizowania wydarzeń demonstracyjnych.

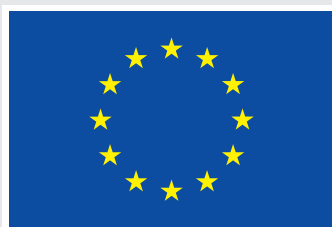
Przegląd metod przekazu. Więcej informacji można znaleźć na trainingkit.farmdemo.eu

METODA	ODPOWIEDNIA DLA CELU/ KONTEKSTU SYTUACYJNEGO	ELEMENTY DO ROZWAŻENIA/ OKREŚLENIE WARUNKÓW WSTĘPNYCH	PRZYKŁADY DOBRYCH PRAKTYK
Webinar	<ul style="list-style-type: none"> W celu dotarcia do jak największej liczby odbiorców, którzy nie są w stanie osobiście uczestniczyć w pokazie. 	<ul style="list-style-type: none"> Dokładne określenie celu i grupy docelowej. Zajrzyj do przewodnika dla webinar. 	<ul style="list-style-type: none"> https://www.wiley.com/network/researchers/promoting-your-article/so-you-want-to-create-a-webinar-six-tips-for-success Jak przygotować webinar w Powerpoint: https://www.youtube.com/watch?v=Atzswy5VhFI Bezpłatne szkolenia na temat tworzenia webinarów: <ul style="list-style-type: none"> https://webinarsthatwork.net/free-webinar https://www.youtube.com/watch?v=xsXe5upL_d8
Tablica informacyjna, stojaki, drogowskazy	<ul style="list-style-type: none"> Odwiedzający mogą samodzielnie gromadzić informację, zapoznając się z opisem wszystkich stoisk. Dokładny opis na planszach i drogowskazach wszystkich zabiegów oraz informacja kto udziela dokładniejszych informacji. Oznaczenia i/lub plakaty mogą być również używane w celu kierowania rolników do miejsc pokazów. 	<ul style="list-style-type: none"> Ograniczone informacje mogą być przekazywane odwiedzającym Brak możliwości interakcji przekazywane informacje w formie prostej, atrakcyjnej i łatwej do odczytania Podaj wskazówki i wyjaśnienia na panelach informacyjnych lub stoiskach. 	<ul style="list-style-type: none"> https://www.youtube.com/watch?v=AwMFhyH7_5g
Wykład lub prezentacja	<ul style="list-style-type: none"> Możliwość wprowadzenia i zapoznania większej grupy, łatwiejsze wprowadzenie do wizyty w gospodarstwie Natomiast aby przedstawić konkretne wnioski i wiadomości, można to zrobić w domu. Gdy prezentacja na żywo nie jest możliwa, pokazy zdjęć/filmów. 	<ul style="list-style-type: none"> Prezentacje teoretyczne lub zbyt skomplikowana mogą spowodować, że uczestnicy nie zrozumieją tematu i nie będą zaangażowani Brak zaangażowania i aktywności rolników Może konkurować z pokazem na zewnątrz (jeśli jest częścią większej imprezy) Odniesienie się do praktyki i gospodarstwa demonstracyjnego podczas prezentacji Prezentuj krótkie prezentacje (maks. 20 minut) Postaw się z perspektywy odbiorców docelowych podczas przygotowywania prezentacji Używanie tej samej prezentacji, którą Przedstawiałeś na (naukowej) konferencji, nie wystarczy! 	<ul style="list-style-type: none"> https://thefloorisyour.be/en/ https://blog.polleverywhere.com/presentation-advice/ https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit,p.30-31
Prezentacja w formie interesującej opowieści	<ul style="list-style-type: none"> Pozwala uczestnikom lepiej zapamiętać główne przesłanie/wiadomości Zaproś entuzjastycznego użytkownika lub wykonawcę praktyki, którą chcesz przedstawić Łącz teorię z praktyką Wymiana poglądów z praktykami, którzy już wdrożyli określone rozwiązania lub innowacyjne podejście, jest często bardzo wciągająca i prowokująca do myślenia Anegdoty bardzo pomagają w zapamiętywaniu treści 	<ul style="list-style-type: none"> Osoba opowiadająca musi mieć zdolności do opowiadania ożywionej zrozumiałej historii. Przemyśl dokładnie, gdzie umieścić opowiadanie w trakcie pokazu; na przykład na początku aby wzbudzić zainteresowanie lub w środku podając przykład 	<ul style="list-style-type: none"> https://www.youtube.com/watch?v=yhQxwnT11Tw https://www.youtube.com/watch?v=i68a6M5FFBc

METODA	ODPOWIEDNIA DLA CELU/ KONTEKSTU SYTUACYJNEGO	ELEMENTY DO ROZWAŻENIA/ OKREŚLENIE WARUNKÓW WSTĘPNYCH	PRZYKŁADY DOBRYCH PRAKTYK
Pytania i odpowiedzi	<ul style="list-style-type: none"> Zgodnie z harmonogramem, ważne po jednokierunkowym przekazie komunikacyjnym W celu łatwiejszego zrozumienia otrzymanych informacji 	<ul style="list-style-type: none"> Zachęcające i pośredniczące pytania, pozwalające każdemu na przemówienie (rola facylitatora) Zaplanuj odpowiedni czas Powtarzaj pytania za pomocą mikrofonu, aby upewnić się, że wszyscy uczestnicy słyszą Upewnij się, ile pytań można zadać/ile masz czasu Staraj się otrzymywać krótkie i precyzyjne odpowiedzi, aby mieć czas na kolejne pytania, Poproś uczestników o wcześniejsze przygotowanie pytań 	<ul style="list-style-type: none"> Przykłady pytań aktywizujących: https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit, p. 20-21 https://www.youtube.com/watch?v=P2lgW_SXnEQ
Interaktywna dyskusja między prezenterami i uczestnikami lub wśród uczestników	<ul style="list-style-type: none"> Aby pomóc w uporządkowaniu otrzymanych informacji refleksja rolników odwiedzających na temat tego, w jaki sposób przedstawione innowacje mogłyby być zastosowane w ich własnych gospodarstwach. może służyć do analizy i powiązania z wcześniejszymi prezentacjami Pogłębianie wiedzy i zrozumienia na określony temat Skuteczne oddziaływanie zarówno w małych, jak i dużych grupach 	<ul style="list-style-type: none"> Wykorzystaj przewodniki ułatwiające prowadzenie takich spotkań, Przygotuj z wyprzedzeniem pytania aktywizujące grupę, Animuj dyskusję, zaczynając od prostego pytania, np. ankieta, na którą wszyscy mogą odpowiedzieć, Poproś uczestników o przedstawienie się, Uczestnicy, którzy są już zaznajomieni z tematem lub innowacjami, mogą rozpocząć dyskusję i zachęcić niedoświadczonych uczestników do zaangażowania się w dyskusję. Może być wskazane/konieczne, zapewnienie obecności doświadczonych rolników Potrzebne są dobre umiejętności słuchania i animowania spotkania: przeformułowywanie, podsumowywanie głównych kwestii Podziel duże grupy na mniejsze 	<ul style="list-style-type: none"> Przykłady pytań aktywizujących: https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit, p. 20-21
Spacer po polu/ gospodarstwie		<ul style="list-style-type: none"> Należy pamiętać, że niektórzy gospodarze nie lubią kiedy uczestnicy swobodnie chodzą po gospodarstwie, Niektóre miejsca mogą być dla uczestników niepełnosprawnych lub poruszających się na wózkach. Należy zapewnić obecność gospodarzy podczas spaceru po terenie w celu zapewnienia wskazówek, wyjaśnień i odpowiedzi na pytania Odczekaj wystarczająco dużo czasu na zmianę stanowisk Uwzględnij wszystkie przepisy BHP związane z wizytą / transportem po gospodarstwie (transport z przyczepą) są przestrzegane i dokonaj oceny ryzyka przed pokazem. 	
Praktyczne przykłady prezentowane przez animatorów	<ul style="list-style-type: none"> W celu zilustrowania prezentowanych treści nauczania Prezentacja staje się zabawna i przyciąga uwagę Działa dobrze w połączeniu ze spacerem po terenie oraz z innymi formami prezentacji 	<ul style="list-style-type: none"> Używaj łatwych, ale zaskakujących sposobów na wyjaśnienie swojego przekazu Upewnij się, że angażujesz całą grupę Rozważ wielkość grupy: każdy musi być w stanie zobaczyć praktyczny przykład 	<ul style="list-style-type: none"> Proste narzędzia do testowania jakości gleby: https://www.youtube.com/watch?v=9VWMoDijDm4&feature=youtu.be Test slake, aby zwizualizować strukturalną stabilność gleby (język francuski); https://www.youtube.com/watch?v=pRaN6SLUPuk&feature=youtu.be

METODA	ODPOWIEDNIA DLA CELU/ KONTEKSTU SYTUACYJNEGO	ELEMENTY DO ROZWAŻENIA/ OKREŚLENIE WARUNKÓW WSTĘPNYCH	PRZYKŁADY DOBRYCH PRAKTYK
Wielozmysłowa prezentacja dla bardziej intensywnych doświadczeń	<ul style="list-style-type: none"> Wspiera zapamiętywanie praktyki i nawyk uczenia się Działa skutecznie w połączeniu ze spacerem po terenie oraz innymi formami prezentacji 	<ul style="list-style-type: none"> Wymaga zapewnienia wystarczającej ilości czasu, Dołącz doświadczenie do swojej prezentacji, np. pytając o to: „Jak to pachnie?”, „Jak opisałbyś uczucie...?” 	<ul style="list-style-type: none"> Przykłady: <ul style="list-style-type: none"> Dotknij i zbadaj ziemię po przejechaniu maszyn pielących W ciszy posłuchaj pszczoł w strefie buforowej na polu, Smakuj chleb wypiekany przy użyciu mąki produkowanej w gospodarstwie, aby umożliwić uczestnikom docenienie jakości produkcji Pokaz testu łopaty do analizy jakości gleby: https://www.youtube.com/watch?v=f-kigHj3vbw Pokaz uprawy roślin strączkowych wyjaśnia, w jaki sposób demonstrator uwzględnił doświadczenie w swoim pokazie: https://www.youtube.com/watch?v=10E_13d85-l&feature=youtu.be
Ćwiczenia dające odwiedzającym praktyczne doświadczenia	<ul style="list-style-type: none"> Nauka poprzez działanie pozwala uczestnikom samodzielnie opracować rozwiązanie Wspiera zapamiętywanie praktyki i nawyku uczenia się wspiera opanowanie umiejętności przez uczestników 	<ul style="list-style-type: none"> Nie można stosować tego sposobu do prezentacji każdego tematu, na przykład, gdy wymagane są licencje do korzystania ze sprzętu lub ze względu na środki bezpieczeństwa biologicznego Upewnij się, że zaplanowano wystarczającą ilość czasu w harmonogramie imprezy pokazowej. 	<ul style="list-style-type: none"> Wykorzystaj odzież ochronną podczas stosowania środków zwalczania szkodników Dostosuj własne maszyny natryskowe Demonstracja testu łopaty do analizy jakości gleby https://www.youtube.com/watch?v=f-kigHj3vbw
Warsztaty	<ul style="list-style-type: none"> Dla pogłębionej dyskusji i skupienia się na omówieniu konkretnego zagadnienia Możliwość zastosowania prezentowanego przykładu do sytuacji we własnym gospodarstwie Dane wyjściowe można wykorzystać do dokumentowania postępu prac 	<ul style="list-style-type: none"> Wymaga co najmniej jednej godziny w pomieszczeniu lub przy stole na zewnątrz Wymaga warunków do notowania kluczowych punktów dyskusji / wyników skoncentrowanego zapytania (np. dostarczenie szablonów). Ostrożnie sformułuj cel warsztatu (musi być wykonalny w dostępnym czasie) i jaki jest oczekiwany jego wynik Uczestnicy oczekujący na wizytę w terenie mogą w trakcie warsztatów wykorzystywać papieru i materiały piśmiennicze (unikaj tego, ogłaszając to w zaproszeniu); może to konkurować z prezentacjami Rozważ różne preferencje uczestników w odniesieniu do stosowanych metod Grupa musi podzielić się na małe grupy około 3-7 osób każda Zajrzyj do poradników organizowania warsztatów 	<ul style="list-style-type: none"> Przykładowy przewodnik po warsztatach: https://www.seedsforchange.org.uk/shortfacilitatingworkshops
Obiad, napoje, transport itp., momenty, które są okazją na (nieformalną) wymianę wiedzy między uczestnikami	<ul style="list-style-type: none"> Możliwość swobodnego wypowiedziania się na temat wszelkich niepowodzeń lub obaw w stosowaniu praktyk innowacyjnych w gospodarstwie, w celu umożliwienia efektywnego, wzajemnego uczenia się w oparciu o własne doświadczenia Podczas nieformalnej (jedzenie i napoje) części pokazu lub podczas przechodzenia między stanowiskami Odniesienie do wcześniejszych prezentacji Aby uporządkować przedstawione informacje 	<ul style="list-style-type: none"> Zapewnij wystarczającą ilość miejsca i czasu, aby umożliwić nieformalną wymianę opinii Możliwość sponsorowania kosztów żywności / napojów / transportu 	<ul style="list-style-type: none"> Tak czy inaczej ma to miejsce, jeśli jest czas; zachęcaj, zapewniając miejsce w programie na tę nieformalną wymianę, i oferuj uczestnikom jedzenie / picie





Niniejszy przewodnik jest wynikiem ścisłej współpracy pomiędzy 3 projektami Farm-Demo, które otrzymały dofinansowanie z unijnego programu badań i innowacji „Horyzont 2020” w ramach umów o dotację nr 727388 (PLAID), nr 728061 (Agridemo-F2F) i nr. 772705 (NEFERTITI).

WIĘCEJ INFORMACJI

trainingkit.farmdemo.eu