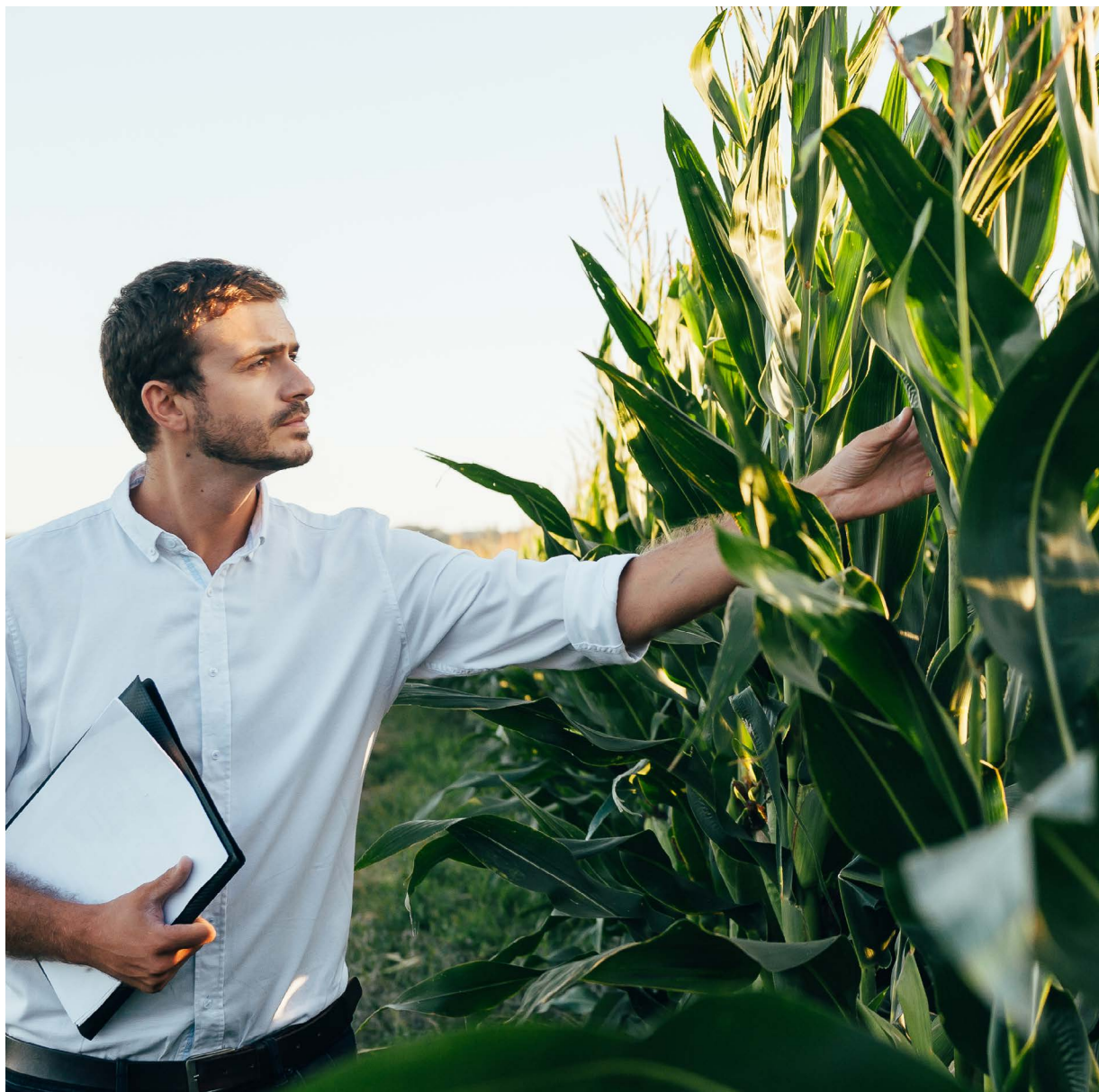




FarmDemo

PADOMI, KĀ PĀRVARĒT IZAICINĀJUMUS, AR KURIEM SASKARAS DEMONSTRĀCIJU ORGANIZĒTĀJI

Autori: Ellen Bulten, Delphine Neumeister
Līdzautori: Laure Triste, Cynthia Giagnocavo, Herman Schoorlemmer



Tabulā ir sniegts pārskats par jautājumiem, kas projektā NEFERTITI radās praktiķiem, organizējot demonstrācijas. Atbildot uz šiem jautājumiem, sniedzam praktiskus padomus par to, kā risināt šos jautājumus, un/vai piemērus, kā izmantot šos jautājumus, lai formulētu sasniedzamos mērķus.

Silti iesakām demonstrāciju organizētājiem aplūkot mērķu piemērus tabulas ceturtajā kolonnā. Kā varat pamanīt, šie mērķi ir vērsti uz demonstrācijas pasākumu organizēšanas **procesu**. Tie ir arī pietiekami konkrēti, lai būtu pārvaldāmi un atbilstīgi. Izvirzot šādus mērķus demonstrāciju organizēšanas procesam, organizētāju komanda var vieglāk novērtēt, mācīties un uzlabot turpmākos demonstrācijas izstrādes procesus.

Protams, šie mērķi kalpo kā *piemēri*; organizētāju komanda var tos izmantot kā iedvesmu vai attiecīgā gadījumā pielāgot to konkrētajam kontekstam. Formulējot savus mērķus, paturiet prātā jautājumus: **kas, kur, kā un kad?** To darot, jūs formulējat konkrētus mērķus. Ņemiet vērā arī to, ka vienam demonstrācijas pasākumam varat formulēt vairāk nekā vienu mērķi. Piemēram, varat formulēt mērķi, kas sasniedzams sagatavojot demonstrāciju, demonstrācijas laikā un pēc demonstrācijas. Vai arī varat izvēlēties dažas kategorijas (1. aile) un vienā demonstrācijas pasākumā formulēt mērķus dažām kategorijām.

KATEGORIJA	AKTUĀLAIS JAUTĀJUMS	PADOMI	MĒRĶU PIEMĒRI
MĒRĶIS UN MĒRĶ AUDITORIJA	Kā sasniegt mērķauditoriju?	<ul style="list-style-type: none"> Izmantojiet saistīto grupu lauksaimnieku adresātu sarakstus, ar kuriem varat strādāt. Izmantojiet oficiālus adresātu sarakstus (piemēram, no valsts iestādēm). Izmantojiet WhatsApp grupas (īpaši, ja to dalībnieki ir noteikta mērķa grupa, piemēram, lauksaimnieki, kurus interesē precīzā lauksaimniecība). Izmantojiet konsultantu tīklus. Izmantojiet Twitter, lai sasniegtu plašāku sabiedrību. Izmantojiet LinkedIn, lai uzaicinātu profesionāļus, piemēram, konsultantus, politikas veidotājus, pētniekus (publicējiet uzaicinājumu arī jebkurās attiecīgajās LinkedIn grupās, kurās, iespējams, piedalāties, lai sasniegtu konkrētu grupu). Izmantojiet atbilstošas Facebook grupas, lai sasniegtu konkrētu auditoriju (piemēram, grupu, kurā dalībnieki dalās ar informāciju par konkrētu tehniku). Skaidru un konkrētu mērķu formulēšana var atvieglot jūsu mērķauditorijas noteikšanu. 	
	Kā piesaistīt (pietiekami daudzus) dalībniekus, kam ir interese par demonstrācijas tematu?		<p>Demonstrācijas pasākuma X mērķis ir piesaistīt 30 cilvēkus, kuri interesējas par kultūru kombinēšanu.</p> <p><i>Pēc tam pārdomājiet, kā jūs šo mērķi sasniedzāt. Vai sasniedzāt savu mērķi? Ja sasniedzāt: kā jūs piesaistījāt šos cilvēkus, pa kādiem kanāliem jūs viņus atradāt utt.?</i></p>
	Kā uzrunāt politikas veidotājus dalībai demonstrācijas pasākumā?	<ul style="list-style-type: none"> Lūdziet palīdzību no DP6 par to, kā aktīvi iesaistīt politikas veidotājus. Demonstrācijā kā tematu iekļaujiet (konkrētu) lauksaimniecības politiku (piemēram, KLP, ekoshēmas utt.). Politikas veidotāji var labprātāk pievienoties, ja notiek liels pasākums, vēlēšanu laikā un tad, ja pasākumā piedalās prese. Mēģiniet nosūtīt personīgu ielūgumu (nevis sūtīt uz info@...). Sadarbojieties ar citiem, kuriem jau ir izveidojušās attiecības ar politikas veidotājiem (piemēram, lauksaimnieku grupu vai konsultantu organizāciju). Uzaicinājumos politikas veidotājiem skaidri norādiet projekta NEFERTITI vērtību. Pārlicinieties, vai piedalīsies citi dalībnieki, kas interesē politikas veidotājus (piemēram, konsultantu organizācijas vadītājs). 	

KATEGORIJA	AKTUĀLAIS JAUTĀJUMS	PADOMI	MĒRĶU PIEMĒRI
MĒRĶIS UN MĒRĶAUDITORĪJA	Kā noteikt mērķa grupas interesi un profilu ?		<p>Mūsu pirmajā šī gada demonstrācijā mēs lūgsim vismaz 20 bioloģiskos lauksaimniekus aizpildīt ātru aptauju (mentimeter.com) par viņu interesēm un profilu.</p> <p><i>Apkopojiet aptaujas rezultātus un izdriet par to secinājumus, lai tos varētu izmantot turpmākajās demonstrācijās. Pārdomājiet: vai tas bija lietderīgi? Vai dalībnieki patiešām ir ieinteresēti? Utt.</i></p>
DEMONSTRĀCIJAS SAIMNIECĪBA	Kā motivēt lauksaimniekus uzņemt demonstrācijas pasākumu ?	Pārlicinieties, vai uzņemošajam lauksaimniekam ir stimuls sadarboties ar jums: kāds viņam/viņai no tā būs labums?	
	Kā labāk saskaņot ar citiem notiekošajiem pasākumiem?		<p>Šajā demonstrāciju rīkošanas gadā mēs sadarbosimies ar vismaz vienu citu atbilstīgu ES projektu un vienu vietējo pasākumu, ko organizēs lauksaimnieku grupa.</p> <p><i>Padomājiet par to, kā jums veicās šajās sadarbībās, ko jūs uzzinājāt, ko vēlējāties, kas izdevās, kas neizdevās, vai šīs sadarbības bija tā vērtas? Kāpēc?</i></p>
	Vai mēs varam kopīgot paraugprakses piemērus , kā iedvesmot jaunus lauksaimniekus, jaunpienācējus, jaunus brīvprātīgos darbiniekus un jaunus patērētājus?		<p>Mēs ik pēc diviem mēnešiem organizēsīm Skype sesiju ar citiem demonstrāciju rīkotājiem, lai kopīgotu paraugpraksi, praktiskos padomus un pieredzi.</p> <p><i>Kopīgojiet šos labos piemērus ar saviem partneriem/kolēģiem!</i></p>
	Kā mēs varam atrast lauksaimniekus, kas iedvesmo ?	<ul style="list-style-type: none"> Izmantojiet savus sakarus, lai lūgtu padomus, piemēram, lauksaimniecības ekspertiem, konsultantiem vai citiem pētniekiem. Pirms pasākuma noteikti nodibiniet sava veida attiecības ar uzņemošo lauksaimnieku. 	

KATEGORIJA	AKTUĀLAIS JAUTĀJUMS	PADOMI	MĒRĶU PIEMĒRI
DEMONSTRĀCIJAS ORGANIZĒŠANA	Kā izveidot labu laika grafiku demonstrācijas pasākumam?	<p>Sagatavojot pasākumu, var būt lietderīgi izveidot gan laika grafiku (ātru pārskatu par to, kas un kad notiek), gan scenāriju (sīkāku informāciju par to, kurš ko dara, kur, kad, kādā secībā, ko teikt, kādus rīkus izmantot utt.).</p> <p>Laika grafika/scenārija koplietošana ar visiem iesaistītajiem var būt veids, kā izvairīties no saziņas traucējumiem un pārliecināties, ka visi zina, kas no viņiem tiek gaidīts.</p> <p><i>Vai jums ir laba laika grafika/scenārija sagatave? Kopīgojiet to ar saviem partneriem/kolēģiem!</i></p>	<p>Gatavojoties demonstrācijas pasākumam X, mēs izveidosim detalizētu laika grafiku, kurā tiks norādīts laiks, vieta, pienākumi un vajadzīgās lietas.</p> <p><i>Pēc pasākuma izvērtējiet, kas noderēja un kas nenoderēja? Kas, jūsuprāt, būtu jāmaina nākamreiz? Izdariet secinājumus attiecībā uz turpmākajiem pasākumiem.</i></p>
	Kā organizēt interaktīvākus pasākumus ?		<p>Demonstrācijas pasākuma X laikā prezentāciju laiks tiks ierobežots līdz 10 minūtēm, pasākuma laikā organizēsime vismaz 3 dažādas aktivitātes un izvērtēsime tās.</p> <p><i>Pārdomājiet, kāda veida aktivitātes esat organizējis un cik labi tās noritēja. Izdariet secinājumus attiecībā uz turpmākajiem pasākumiem.</i></p>
REKLĀMA	Kā sasniegt mērķauditoriju ?	Izmantojiet konkrētus izplatīšanas kanālus, ja vēlaties uzrunāt konkrētu mērķauditoriju (piem., bioloģiskos lauksaimniekus).	Pirms demonstrācijas pasākuma X mēs izpētīsim piemērotus saziņas un izplatīšanas kanālus, lai sasniegtu mērķauditoriju A, un pasākuma beigās veiksime ātru aptauju, lai jautātu, kā dalībnieki uzzināja par pasākumu.
	Kā izmantot sociālos medijus , lai piesaistītu cilvēkus?		<p>Pirms demonstrācijas pasākuma X par proksimālās augsnes noteikšanu mēs izmantosime sociālo mediju platformu Y, lai uzaicinātu dalībniekus uz pasākumu un arī sadarbotos ar viņiem, uzdodot jautājumus/sniedzot paziņojumus.</p> <p>Demonstrācijas pasākuma X laikā mēs tiešraidē straumēsime pasākumu (tā daļas) Facebook un sazināsimies ar tiešsaistes dalībniekiem tērzētavā.</p> <p>Pēc demonstrācijas pasākuma X mēs turpināsim diskusijas un zinātības apmaiņu par proksimālās augsnes noteikšanu sociālajos medijos un lūgsime atsauksmes gan no tiešsaistes dalībniekiem, gan dalībniekiem, kas pasākumu apmeklēja "dzīvajā".</p> <p><i>Iepriekš minētie piemēri parāda, kā varat formulēt mērķus pasākuma sagatavošanai, pasākuma laikā un pēc tā. Pēc tam varat īsi aprakstīt, kā izmantot sociālos medijus, un novērtēt panākumus, neveiksmes, mācības utt.</i></p>

KATEGORIJA	AKTUĀLAIS JAUTĀJUMS	PADOMI	MĒRĶU PIEMĒRI
REKLĀMA	Kā optimāli izmantot sociālo mediju kanālus?	<p>Izmantojiet vairākus kanālus, lai piesaistītu dažādus (piemēram, vecuma ziņā) cilvēkus.</p> <p>Piemēri: izmantojiet Twitter, Facebook un WhatsApp grupas, lai informētu cilvēkus par pasākumu un uzaicinātu dalībniekus. Lūdziet attiecīgajām pusēm (piemēram, augstskolām, lauksaimnieku organizācijai, konsultantu organizācijai) retvītēt, kopīgot, nospiegt “Patīk” utt., lai sasniegtu plašāku auditoriju. Taču ņemiet vērā, ka tādējādi var parādīties plaša auditorija. Ja vēlaties mērķēt uz noteiktu grupu, iespējams, gribēsīt izmantot konkrētus adresātu sarakstus vai Facebook grupas utt.</p>	
MĀCĪŠANĀS UN SAZIŅAS ATVIEGLĒŠANA	Kā izmantot un ieviest dažādas mācību metodes?		Demonstrācijas pasākumā X iekļausim mācību metodes a, b un c un kopā ar dalībniekiem izvērtēsīm šīs metodes.
	Kā rīkoties ar dalībniekiem, kuri nelabprāt kopīgo un apmainās ar zinātību?	<ul style="list-style-type: none"> Mazāku apakšgrupu izveidošana diskusijām var palīdzēt radīt drošāku vidi, kurā dalībnieki var kopīgot zinātību. Nodrošīniet pasākuma laikā arī vairākus neformālus brīžus, kuru laikā dalībnieki varētu viens otru iepazīt. Pasākuma laikā iekļaujiet dažus vingrinājumus, kas palīdz “salauzt ledu” (skatiet arī padomus saistībā ar nākamo jautājumu). Uzdodiet jautājumus un aiciniet konkrētus dalībniekus atbildēt (tā var arī izvairīties no tā, ka viens vai vairāki cilvēki monopolizē sarunu). Padomājiet par to, kā vēlaties sadalīt dalībniekus, ja sadalīsities mazākās grupās (piem., izveidojiet grupas “iesācēji” un “pieredzējušie”). Parūpējieties par koordinātoru nozīmēšanu, lai veicinātu diskusijas (arī mazākās grupās!). 	
	Kādus rīkus var izpētīt, lai palīdzētu dalībniekiem atvērties?	<p>Daži ieteikumi</p> <ul style="list-style-type: none"> Sāciet demonstrāciju, iepazīstoties viens ar otru. Izmantojiet “ledus salaušanas”/enerģijas aktivizācijas vingrinājumu (piemēram, palūdziet pastāstīt kādu jautru faktu; atrast trīs lietas, kas jums ir kopīgas ar blakus esošo personu; izmantojiet “domu kartes”; “tūlītēja arhitekta” vingrinājumus). <p>Skatiet šo nodaļu no Ceļveža par daudzu ieinteresēto personu partnerību, lai gūtu iedvesmu par to, kādas metodes izmantot pasākuma sākumā, kas varētu palīdzēt dalībniekiem vienam otra sabiedrībā justies ērtāk.</p>	<p>Demonstrācijas pasākuma X laikā mēs īpašu uzmanību pievērsīsim rīkiem, lai palīdzētu dalībniekiem atvērties vairāk. Mēs izmantosim vismaz divus dažādus rīkus un lūgsim dalībnieku atsauksmes pasākuma beigās.</p> <p><i>Pēc tam novērtējiet, kādus rīkus izmantojāt un kā dalībnieki tos novērtēja. Izdariet secinājumus par turpmākajiem pasākumiem.</i></p>

KATEGORIJA	AKTUĀLAIS JAUTĀJUMS	PADOMI	MĒRĶU PIEMĒRI
MĀCĪŠANĀS UN SAZIŅAS ATVIEGLOŠANA	Kā veicināt zinātības apmaiņu lielās grupās?	<ul style="list-style-type: none"> Šis darbību katalogs ir arī labs veicināšanas rīku avots (katalogs ir sagatavots projekta Engage2020 īstenošanasrezultātā). Iepriekš piesaistītais Ceļvedis par daudzu ieinteresēto personu partnerību un darbību katalogs nodrošina daudz vairāk rīku saziņas atvieglošanai un daudzu ieinteresēto personu partnerības veicināšanai. <i>Ja atrodat citus atbilstīgus (tiešsaistes) avotus ar saziņas veicināšanas rīkiem, lūdzu, kopīgojiet tos ar saviem partneriem/kolēģiem!</i> 	
	Kā stimulēt lauksaimniekus kopīgot zinātību?	Ērti izmantojams veids ir vienkārši pajautāt lauksaimniekiem, ko viņi vēlētos iegūt, piedaloties demonstrācijas pasākumā vai kā demonstrācijas pasākuma rīkotāji, un pārlicināties, ka jūs apmierināt viņu vajadzības. Ielūgumā noteikti iekļaujiet arī stimulu (Kas būs noderīgi viņiem?!).	
NOVĒRTĒŠANA UN PĒCPASĀKUMI	Kā iespējams izmērīt ietekmi?	Tas joprojām ir grūti risināms temats, jo ietekmes mērīšanai vajadzīgs diezgan ilgs laiks datu vākšanai un datu papildu analīzei. Demonstrācijas organizētāji varētu sadarboties ar augstskolām un lūgt studentiem veikt ietekmes analīzi, lai gūtu ieskatu. Organizētāju komanda var iepriekš norādīt, kā pasākuma ietekme tiks mērīta, apdomājot šādus jautājumus: kad mēs uzskatām, ka demonstrācija ir bijusi veiksmīga? Kādu ietekmi mēs vēlamies izmērīt? Izmantoto metožu ietekmi? Ietekmi uz inovāciju ieviešanu?	Mēs uzskatām, ka mūsu demonstrācijas pasākums ir bijis veiksmīgs, ja notiek X. Mēs novērtēsim mūsu demonstrācijas pasākuma ietekmi, pārtraugot Y. Mēs izmērīsim demonstrācijas pasākuma laikā izmantoto metožu ietekmi, pārtraugot Z. Mēs izmērīsim demonstrācijas pasākuma ietekmi uz inovāciju ieviešanu, pārtraugot Z.
	Kā nepazaudēt saikni ar dalībniekiem pēc pasākuma?	Dažiem centriem ir laba pieredze, nodrošinot tiešsaistes telpu (piemēram, Facebook grupu), kurā dalībnieki var turpināt kopīgot pieredzi un uzdot jautājumus. Vienkārši izveidot adresātu sarakstu un nosūtīt papildu informāciju, pateicības vēstuli vai pasākuma attēlus/video arī var būt veids, kā sazināties (protams, paturiet prātā VDAR noteikumus).	Pēc demonstrācijas pasākuma X mēs radīsim veidu, kā dalībnieki varēs sazināties ar mums un vienam ar otru, un lūgsim dalībniekus novērtēt mūsu metodi(-es). <i>Varat norādīt konkrētāk un minēt metodes/rīkus, ko gatavojaties pārbaudīt un novērtēt. Dalībnieku atsauksmes, protams, var tikt ņemtas vērā, izvērtējot demonstrācijas pasākuma organizēšanas procesu pēc tam.</i>
	Kā veicināt atgriezeniskās saites saņemšanu (lielās grupās)		Demonstrācijas pasākuma X laikā mēs izmantosim metodi Y, lai veicinātu atgriezeniskās saites saņemšanu no grupas. <i>Pēc tam pārdomājiet izmantoto metožu efektivitāti un izdariet secinājumus attiecībā uz turpmākajiem pasākumiem.</i>

KATEGORIJA	AKTUĀLAIS JAUTĀJUMS	PADOMI	MĒRĶU PIEMĒRI
VIRTUĀLIE DEMONSTRĀCIJAS PASĀKUMI	Kā sagatavot virtuālo demonstrācijas pasākumu?	<p>Sagatavojieties labi, pat rūpīgāk nekā, gatavojot “parastu” demonstrācijas pasākumu</p> <ul style="list-style-type: none"> Sagatavojiet labu programmu. Pirms demonstrācijas pasākuma izmēģiniet rīkus. Sagatavojiet citu referentu iesaisti kopā ar viņiem (laiks, mijiedarbība utt.). <p>Sagatavojiet uzmanību piesaistošus materiālus</p> <ul style="list-style-type: none"> Izmantojiet liecības: esiet gatavi, ar galvenajiem un skaidriem vēstījumiem, publikai atvērtiem referentiem. Nodrošiniet augstas kvalitātes videomateriālus (jau esošus vai īpaši izstrādātus demonstrācijas pasākumam). Izmantojiet vizuālos materiālus: attēlus, krāsas, fotogrāfijas utt. <p>Nenovērtējiet par zemu reklāmu un ielūgumus</p> <ul style="list-style-type: none"> Dažādojiet kanālus: Facebook, WhatsApp, tīmekļa vietne, sūtīšana pa pastu iepriekšējo demonstrāciju pasākumu/semināru dalībniekiem. Sadaliet pasākumu dažādās dienās, ja reģistrējas pārāk daudz cilvēku. 	
	Kā radīt mijiedarbību virtuālajā demonstrācijas pasākumā?	<ul style="list-style-type: none"> Sākumā parādiet īsu video, lai iepazīstinātu cilvēkus ar prezentācijas vadītāju un demonstrācijas pasākuma tematu. Izmantojiet aptaujas (Mentimeter) vai publicējiet tās (ir pieejami daudzi tiešsaistes rīki, skatiet ieteikumus par virtuālajiem demonstrāciju pasākumiem) Nodrošiniet vietu diskusijai: atvērti jautājumi un atbildes, tērzētava u.c. <p>Vadiet diskusiju</p> <ul style="list-style-type: none"> Lai sāktu darbu, dariet zināmus noteikumus par to, kā rīkoties tiešsaistes sanāksmē (piemēram, izslēgt mikrofonu). Uzsveriet, cik svarīgi ir ievērot laiku, pat vairāk nekā parasta demonstrācijas pasākuma laikā. Vadītājam un saziņas koordinātoram ir jābūt divām dažādām personām. <p>Neaizmirstiet veikt izvērtēšanu, kuras rezultātu varēsiet pēc tam kopīgot.</p>	

KATEGORIJA	AKTUĀLAIS JAUTĀJUMS	PADOMI	MĒRĶU PIEMĒRI
	Kā risināt tehniskas problēmas?	<p>Paredziet tehniskās problēmas, pat ja visu paredzēt nevarat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vispirms izmēģiniet dažādas elektroniskās ierīces (datoru, planšetdatoru un mobilo ierīci), lai pārlicinātos, ka rīki labi darbojas tajās visās. • Sagatavojiet brošūru, kā izmantot izvēlēto rīku, un nosūtiet to dalībniekiem dažas dienas iepriekš. • Paralēli demonstrācijas pasākumam nodrošiniet WhatsApp grupas vai jebkādu citu atbalstu, lai palīdzētu cilvēkiem, kuriem ir grūtības izveidot savienojumu. • Tērzētavā kopīgojiet dažādās saites, kuras izmantojat demonstrācijas pasākuma laikā, lai cilvēki varētu tās skatīties paši, ja ekrāna kopīgošana nedarbojas. • Saglabājiet mieru, dažas problēmas ir ļoti viegli atrisināt. <p>Nodrošiniet persondatu aizsardzību</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pieprasiet apstiprinājumu, reģistrējoties tīmekļsemināram. • Nodrošiniet dalībnieku sarakstu, lai veicinātu kontaktus tīklā. 	
	Kāda veida norādes mēs varam izmantot, lai uzlabotu dalībnieku mijiedarbību tīmekļsemināra/ virtuālā demonstrācijas pasākuma laikā?	<p>PROGRAMMU PIEMĒRI</p> <p>Uz videomateriālu orientēta programma</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vadītāja ievads. • Septiņi videomateriāli ar atvēlētu laiku jautājumiem un dalībnieku mijiedarbībai pēc katra videoklipa. • Papildlaiks beigās jautājumu uzdošanai. <p>Vadītājs, demonstrāciju uzņemošais lauksaimnieks un intervētājs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apsveikuma uzruna • Videomateriāla rādīšana • Intervija ar lauksaimnieku • Laiks jautājumiem un atbildēm • Mentimetra aptauja • Pasākuma beigas 	



PROJEKTA NEFERTITI PARTNERI



Šis projekts saņēma finansējumu no Eiropas Savienības pētniecības un inovācijas programmas "Apvārsnis 2020" dotāciju nolīguma Nr. 772705 ietvaros.

VAIRĀK RĪKU VIETNĒ

trainingkit.farmdemo.eu