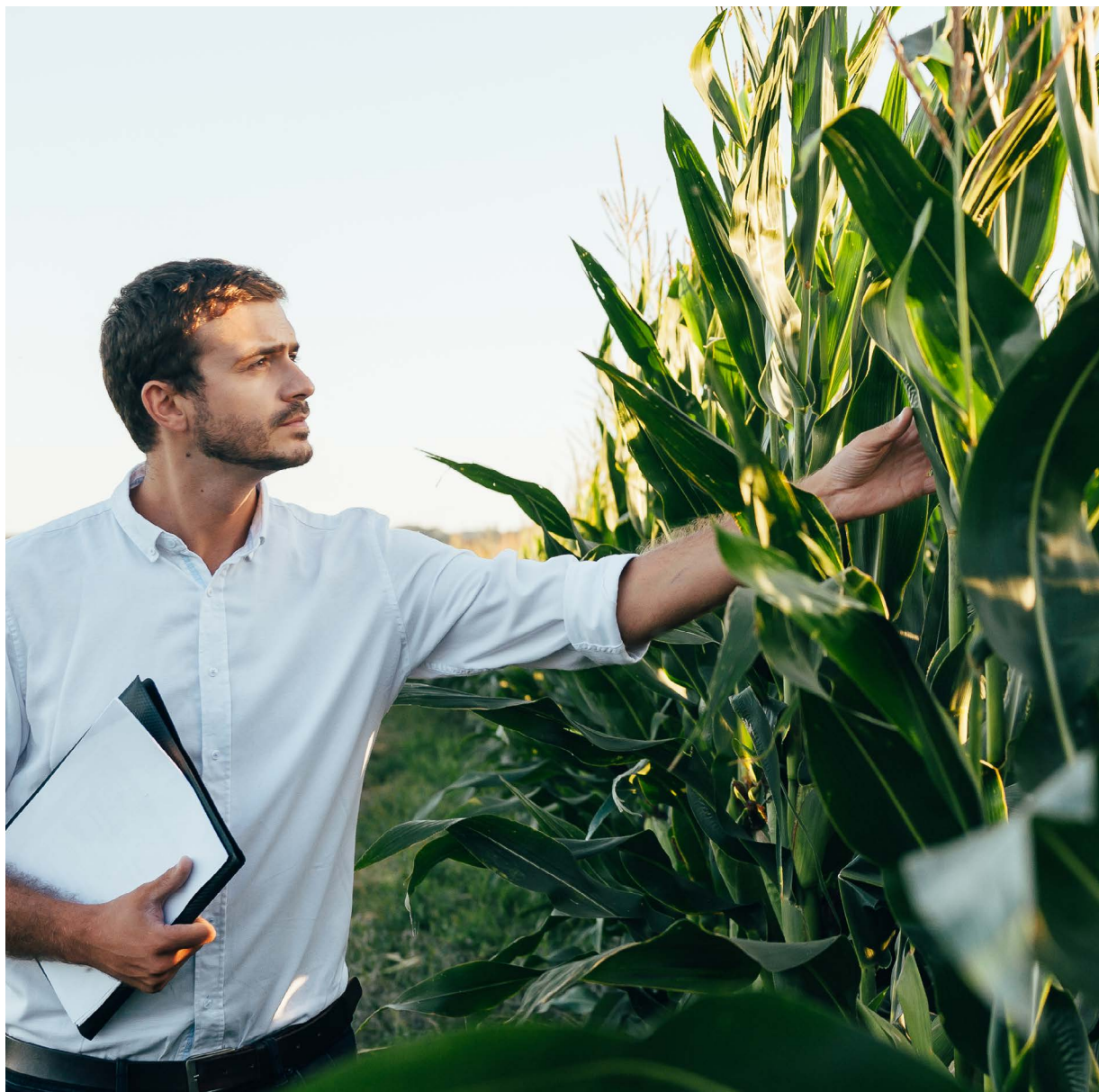




FarmDemo

**PATARIMAI, KAIP  
IŠSPRĘSTI SUNKUMUS,  
SU KURIAIS SUSIDURIA  
DEMONSTRACIJŲ  
ORGANIZATORIAI**

Authoriai: Ellen Bulten, Delphine Neumeister  
Bendraautorai: Laure Triste, Cynthia Giagnocavo, Herman Schoorlemmer



Lentelėje apžvelgiami NEFERTITI projekto metu specialistams iškilę klausimai, kurie jiems kilo organizuojant demonstracijas. Pateikiame praktinių patarimų, kaip spręsti šiuos klausimus, ir (arba) pavyzdžių, kaip galite pasinaudoti šiais kylančiais klausimais formuluodami siektinus tikslus.

Rekomenduojame demonstracijų organizatoriams pasidomėti ketvirtajame lentelės stulpelyje pateiktais tikslų pavyzdžiais. Kaip pastebėsite, šie tikslai skirti demonstracinių renginių organizavimo **procesui**. Be to, jie yra pakankamai konkretūs, kad juos būtų galima valdyti ir į juos atsakyti. Nustatydamas tokius demonstracijų organizavimo proceso tikslus, organizatorių komanda gali lengviau vertinti, mokytis ir tobulinti būsimus demonstracijų organizavimo procesus.

Žinoma, šie tikslai yra tik *pavyzdžiai*; organizacijos komanda gali jais pasinaudoti kaip įkvėpimo šaltiniu arba, jei reikia, pritaikyti juos konkrečioms aplinkybėms. Formuluodami savo tikslus nepamirškite klausimų: **kas, kur, kaip ir kada?** Taip suformuluosite konkrečius tikslus. Taip pat nepamirškite, kad vienam demonstraciniam renginiui galite nustatyti daugiau nei vieną tikslą. Pavyzdžiui, galite suformuluoti pasirengimo demonstracijai tikslą, demonstracijos tikslą ir tikslą po demonstracijos. Arba galite pasirinkti keletą kategorijų (1 stulpelis) ir suformuluoti kelių kategorijų tikslus vienam demonstraciniam renginiui.

KATEGORIJA	IŠKILĖS KLAUSIMAS	PATARIMAI	TIKSLŲ PAVYZDŽIAI
TIKSLAS IR TIKSLINĖ AUDITORIJA	Kaip <b>pasiekti tikslinę auditoriją?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Naudokitės susijusių grupių, su kuriomis galite dirbti, ūkininkų sąrašais.</li> <li>Naudokite oficialius adresatų sąrašus (pvz., vyriausybinių institucijų).</li> <li>Naudokite „WhatsApp“ grupes (ypač jei jų nariai yra konkreti tikslinė grupė, pvz., ūkininkai, besidomintys tiksliaja žemdirbyste).</li> <li>Naudokitės konsultantų tinklais.</li> <li>Pasinaudokite „Twitter“, kad pasiektumėte platesnę visuomenę.</li> <li>Pasinaudokite „LinkedIn“ ir pakvieskite specialistus, pvz., patarėjus, politikos formuotojus, tyrėjus (taip pat paskelbkite kvietimą visose atitinkamose „LinkedIn“ grupėse, kurioms galbūt priklausote, kad pasiektumėte konkrečią grupę).</li> <li>Naudokitės atitinkamomis „Facebook“ grupėmis, kad pasiektumėte konkrečią auditoriją (pvz., grupė, kurioje dalyviai dalijasi informacija apie konkrečius mechanizmus).</li> <li>Suformulavus aiškius ir konkrečius tikslus gali būti lengviau nustatyti, kas turėtų būti jūsų tikslinė auditorija.</li> </ul>	
	Kaip <b>pritraukti (pakankamai) demonstracijos tema besidominčių dalyvių?</b>		<p>X demonstracinio renginio tikslas – pritraukti 30 žmonių, kurie domisi mišriaisiais pasėliais.</p> <p><i>Vėliau apmąstykite, kaip jums pavyko pasiekti šį tikslą. Ar pasiekėte savo tikslą? Jei taip, kaip pritraukėte šiuos žmones, kokiais kanalais juos suradote ir t. t.?</i></p>
	Kaip <b>pasirinkti politikos formuotojus</b> demonstraciniam renginiui?	<ul style="list-style-type: none"> <li>Paprašykite WP6 pagalbos dėl to, kaip aktyviai įtraukti politikos formuotojus.</li> <li>Į demonstraciją įtraukite (konkrečią) žemės ūkio politikos temą (pvz., BŽŪP, ekologinės programos ir pan.).</li> <li>Politikai gali būti labiau linkę prisijungti, jei vyksta didelis renginys, rinkimų metu ir kai renginyje dalyvauja spaudos atstovai.</li> <li>Pasistenkite išsiųsti asmeninį kvietimą (užuot siuntę į info@...).</li> <li>Bendradarbiaukite su kitais, kurie jau yra užmezgę ryšius su politikos formuotojais (pvz., ūkininkų grupe arba konsultantų organizacija).</li> <li>Kvietimuose politikos formuotojams aiškiai nurodykite NEFERTITI vertę.</li> <li>Įsitinkinkite, kad yra ir kitų politikos formuotojus dominančių dalyvių (pvz., konsultacinės organizacijos vadovas).</li> </ul>	

KATEGORIJA	IŠKILĖS KLAUSIMAS	PATARIMAI	TIKSLŲ PAVYZDŽIAI
<b>TIKSLAS IR TIKSLINĖ AUDITORIJA</b>	Kaip <b>nustatyti</b> tikslinės grupės interesus ir profilį?		<p>Per pirmąją šių metų demonstraciją paprašysime bent 20 ekologiškai ūkininkaujančių ūkininkų užpildyti trumpą „Mentimeter“ apklausą (<a href="https://www.mentimeter.com">mentimeter.com</a>) apie jų pomėgius ir profilį.</p> <p><i>Apmąstykite apklausos rezultatus ir padarykite išvadas dėl būsimų demonstracijų. Apmąstykite: ar pavyko? Ar dalyviai iš tiesų susidomėjo? Ir t. t.</i></p>
<b>DEMONSTRACIJOS ŪKIS</b>	Kaip motyvuoti ūkininkus <b>surengti demonstracinį renginį?</b>	Įsitikinkite, kad priimančiajam ūkininkui yra paskata bendradarbiauti su jumis: kas jam iš to?	
	Kaip <b>geriau jį koordinuoti</b> su kitais vykstančiais renginiais?		<p>Šiais metais bendradarbiausime bent su 1 susijusiu ES projektu ir 1 vietos ūkininkų grupės organizuojamu renginiu.</p> <p><i>Apmąstykite, kaip sekėsi bendradarbiauti, ko išmokote, kas pavyko, kas nepavyko, ar buvo verta bendradarbiauti? Kodėl?</i></p>
	Ar galime pasidalyti <b>geriausių praktikos</b> pavyzdžiais, kaip įkvėpti jaunuosius ūkininkus, naujai įsisteigusius ūkininkus, naujus ūkyje dirbančius savanorius ir naujus ūkyje dirbančius vartotojus?		<p>Kas du mėnesius organizuosime „Skype“ sesiją su kitais demonstracijų organizatoriais ir dalinsimės geriausia praktika, praktiniais patarimais ir patirtimi.</p> <p><i>Pasidalykite geraisiais pavyzdžiais su kolegomis ir (arba) bendraminčiais!</i></p>
	Kaip <b>rasti įkvepiančių ūkininkų?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pasinaudokite savo ryšiais ir paprašykite patarimų, pavyzdžiui, žemės ūkio ekspertų, patarėjų, kitų tyrėjų.</li> <li>• Prieš renginį būtinai užmegzkite ryšius su priimančiu ūkininku.</li> </ul>	

KATEGORIJA	IŠKILĖS KLAUSIMAS	PATARIMAI	TIKSLŲ PAVYZDŽIAI
DEMONSTRACIJOS PARUOŠIMAS	Kaip sudaryti gerą demonstracinės programos <b>tvarkaraštį</b> ?	<p>Ruošiantis renginiui gali būti naudinga sudaryti tvarkaraštį (greita apžvalga, kas ir kada) ir scenarijų (detalesnė informacija apie tai, kas, kur, kada, kokia tvarka, ką sakyti, kokias priemones naudoti ir t. t.).</p> <p>Dalijimasis tvarkaraščiu ir (arba) scenarijumi su visais dalyviais gali padėti išvengti nesusipratimų ir užtikrinti, kad visi žinotų, ko iš jų tikimasi.</p> <p><i>Ar turite gerą tvarkaraščio ir (arba) scenarijaus šabloną? Pasidalykite su savo kolegomis!</i></p>	<p>Ruošdamiesi X demonstraciniam renginiui sukursime išsamų tvarkaraštį, kuriame nurodysime laiką, vietą, vaidmenis ir būtinus dalykus.</p> <p><i>Po renginio įvertinkite: kas buvo naudinga, o kas ne? Kaip manote, ką turėtumėte pakeisti kitą kartą? Padarykite išvadas dėl būsimų įvykių.</i></p>
	Kaip organizuoti daugiau <b>interaktyvių renginių</b> ?		<p>X demonstracijos metu pristatymams bus skirta ne daugiau kaip 10 minučių, renginio metu surengsime bent 3 skirtingas veiklas ir jas įvertinsime.</p> <p><i>Apmąstykite, kokią veiklą organizavote ir kaip ji pavyko. Padarykite išvadas dėl būsimų įvykių.</i></p>
REKLAMA	Kaip pasiekti <b>tikslinę auditoriją</b> ?	Jei norite orientuotis į konkrečią auditoriją (pvz., ekologiškai ūkininkaujančius ūkininkus), naudokite konkrečius sklaidos kanalus.	Prieš X demonstracinį renginį išstirsime tinkamus komunikacijos ir sklaidos kanalus, kad pasiektume tikslinę A auditoriją, o renginio pabaigoje atliksime trumpą apklausą, kad sužinotume, kaip dalyviai sužinojo apie renginį.
	Kaip <b>naudoti socialinę žiniasklaidą</b> , kad žmonės įsitrauktų?		<p>Prieš X demonstracinį renginį apie dirvožemio jutiklį pasinaudosime socialinės žiniasklaidos platforma Y, kad pakviestume dalyvius į renginį ir užmegztume su jais ryšį pateikdami klausimus ir (arba) teiginius.</p> <p>X demonstracinio renginio metu tiesiogiai transliuosime (dalį) renginio „Facebook“ tinkle ir bendrausime su dalyviais internete.</p> <p>Po X demonstracinio renginio tęsime diskusijas ir keitimąsi žiniomis apie dirvožemio jutiklį socialinėje žiniasklaidoje ir prašysime internetinių ir „gyvųjų“ dalyvių grįžtamojo ryšio.</p> <p><i>Pateiktuose pavyzdžiuose parodyta, kaip galima suformuluoti rengimosi renginiui tikslus, paties renginio tikslus ir tikslus po renginio. Vėliau galite trumpai aprašyti, kaip naudojote socialinę žiniasklaidą, ir įvertinti sėkmes, nesėkmes, pamokas ir pan.</i></p>

KATEGORIJA	IŠKILĖS KLAUSIMAS	PATARIMAI	TIKSLŲ PAVYZDŽIAI
REKLAMA	Kaip optimaliai išnaudoti <b>socialinės žiniasklaidos kanalus?</b>	<p>Pasinaudokite keliais kanalais, kad pritrauktumėte įvairią auditoriją (pvz., pagal amžių).</p> <p>Pavyzdžiui, naudokite „Twitter“, „Facebook“ ir „WhatsApp“ grupes, kad informuotumėte žmones apie renginį ir pakviestumėte dalyvius. Paprašykite atitinkamų šalių (pvz., universitetų, ūkininkų organizacijų, konsultacinių organizacijų) paskelbti, pasidalyti, pamėgti ir t. t., kad pasiektumėte platesnę auditoriją. Tačiau turėkite omenyje, kad dėl to gali atvykti daug žiūrovų. Jei norite orientuotis į konkrečią grupę, galite naudoti konkrečius sąrašus, „Facebook“ grupes ir pan.</p>	
MOKYMASIS IR PAGALBA	Kaip naudoti ir diegti <b>įvairius mokymosi metodus?</b>		Per X demonstracinį renginį integruosime a, b ir c mokymosi metodus ir kartu su dalyviais įvertinsime šiuos metodus.
	Kaip elgtis su dalyviais, kurie <b>nenoriai dalijasi ir keičiasi</b> žiniomis?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mažesnių diskusijų pogrupių sudarymas gali padėti sukurti saugesnę aplinką, kurioje dalyviai galėtų dalytis informacija.</li> <li>• Pasirūpinkite, kad renginio metu būtų ir neformalių akimirkų, per kurias dalyviai galėtų susipažinti vieni su kitais.</li> <li>• Renginio metu įtraukite keletą susipažinimo užduočių (taip pat žr. patarimus prie kito klausimo).</li> <li>• Užduokite klausimus ir pakvieskite konkrečius dalyvius į juos atsakyti (taip pat užtikrinsite, kad vienas ar keli žmonės nemonopolizuotų pokalbio).</li> <li>• Pagalvokite, kaip norėsite suskirstyti dalyvius, jei skirstysite į mažesnes grupes (pvz., sudarykite pradedančiųjų grupę ir pažengusiųjų grupę).</li> <li>• Pasirūpinkite, kad būtų paskirti koordinatoriai, kurie palengvintų diskusijas (taip pat ir mažesnėse grupėse!).</li> </ul>	
	Kokias <b>priemonės</b> galima išbandyti, siekiant <b>padėti dalyviams atsiverti?</b>	<p><b>Keletas pasiūlymų</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pradėkite demonstraciją nuo susipažinimo ir prisistatymo.</li> <li>• Panaudokite susipažinimo ir energijos suteikimo pratimą (pvz., paprašykite pasidalyti įdomiu faktu; suraskite 3 bendrus dalykus, kuriuos turite su šalia esančiu asmeniu; „mega protų žemėlapis“ pratimas; „greito architekto“ pratimas).</li> </ul> <p>Perskaitykite šį MSP vadovo skyrių, kuriame rasite idėjų, kaip renginio metu prisistatyti, kad dalyviai geriau jaustųsi vieni su kitais.</p>	<p>X demonstracinio renginio metu ypatingą dėmesį skirsime priemonėms, padėsiančioms dalyviams labiau atsiverti. Naudosime bent 2 skirtingas priemones, o renginio pabaigoje paprašysime dalyvių grįžtamojo ryšio.</p> <p><i>Vėliau įvertinkite, kokias priemones naudojote ir kaip jas vertino dalyviai. Padarykite išvadas dėl būsimų įvykių.</i></p>

KATEGORIJA	IŠKILĖS KLAUSIMAS	PATARIMAI	TIKSLŲ PAVYZDŽIAI
MOKYMASIS IR PAGALBA	Kaip palengvinti <b>keitimąsi žiniomis didelėse grupėse?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Šis veiksmų katalogas taip pat yra geras palengvinimo priemonių šaltinis (katalogas yra projekto „Engage2020“ rezultatas).</li> <li>• Aukščiau pateiktame vadove ir veiksmų kataloge pateikiama daug daugiau palengvinimo ir daugiašalės partnerystės priemonių.</li> <li>• <i>Jeį rasite kitų tinkamų (internetinių) šaltinių su palengvinimo priemonėmis, pasidalykite jais su kolegomis ir (arba) bendraminčiais!</i></li> </ul>	
	Kaip <b>paskatinti ūkininkus</b> dalytis žiniomis?	Paprastčiausiai tiesiog paklauskite ūkininkų, ką jie norėtų gauti dalyvaudami demonstraciniame renginyje arba būdami demonstracinio renginio šeimininkais, ir įsitikinkite, kad tenkinate jų poreikius. Be to, į kvietimą būtina įtraukti paskatą (kas jiems iš to?!).	
VERTINIMAS IR TOLESNI VEIKSMAI	Kaip galime <b>išmatuoti poveikį?</b>	Tai tebėra sudėtinga tema, nes poveikio vertinimui reikia skirti nemažai laiko duomenims rinkti ir papildomai duomenų analizei. Demonstracijų organizatoriai galėtų bendradarbiauti su universitetais ir paprašyti studentų atlikti poveikio analizę, kad gautų įžvalgų. Organizuojanti komanda gali iš anksto nurodyti, kaip vertins renginio poveikį, apgalvodama šiuos klausimus: Kada demonstraciją laikome sėkminga? Kokį poveikį norime įvertinti? Koks yra naudojamų metodų poveikis? Koks yra poveikis inovacijų diegimui?	Demonstracinį renginį laikome sėkmingu, kai įvyksta X. Demonstracinio renginio poveikį vertinsime stebėdami Y. Demonstracinio renginio metu taikytų metodų poveikį vertinsime stebėdami Z. Demonstracinio renginio poveikį inovacijų įsisavinimui vertinsime stebėdami Z.
	Kaip <b>palaikyti ryšį</b> su dalyviais po renginio?	Kai kurie centrai turi patirties bendraujant internetinėje erdvėje (pvz., sukuriant „Facebook“ grupę), kurioje dalyviai gali dalytis patirtimi ir užduoti klausimus. Paprastčiausiai sudarykite adresatų sąrašą ir atsiųskite papildomos informacijos, taip pat galite palaikyti ryšį nusiųsdami padėkos laišką arba renginio nuotraukas / vaizdo įrašus (žinoma, nepamirškite BDAR taisyklių...).	Po X demonstracijos sukursime būdą, kaip dalyviai galės palaikyti ryšį su mumis ir vieni su kitais, ir paprašysime dalyvių įvertinti mūsų metodą (-us).  <i>Galite būti konkretesni ir paminėti metodus ir (arba) priemones, kurias ketinate išbandyti ir įvertinti. Į dalyvių atsiliepimus, be abejo, galima atsižvelgti vėliau vertinant demonstracijos organizavimo procesą.</i>
	Kaip <b>palengvinti grįžtamąjį ryšį</b> (didelėse grupėse)		Per X demonstracinį renginį naudosisime Y metodą, kad palengvintume grupės grįžtamąjį ryšį.  <i>Vėliau apmąstykite taikytų metodų veiksmingumą ir padarykite išvadas dėl būsimų renginių.</i>

KATEGORIJA	IŠKILĖS KLAUSIMAS	PATARIMAI	TIKSLŲ PAVYZDŽIAI
VIRTUALIOS DEMONSTRACIJOS	Kaip <b>parengti virtualią demonstraciją?</b>	<p><b>Gerai pasiruoškite, net labiau nei „įprastos“ demonstracinės versijos atveju.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Parenkite gerą programą.</li> <li>• Prieš demonstracinę versiją išbandykite priemones.</li> <li>• Kartu su kitais kalbėtojais pasiruoškite jų pasisakymams (laikas, sąveika ir t. t.).</li> </ul> <p><b>Paruoškite patrauklią medžiagą</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pasinaudokite patirtimi: kalbėtojai būti pasirengę, turėti pagrindines ir aiškias žinutes, ir būti atviri.</li> <li>• Pateikite aukštos kokybės vaizdo įrašus (jau esamus arba sukurtus specialiai demonstracinei versijai).</li> <li>• Naudokite vaizdinę medžiagą: paveikslėlius, spalvas, nuotraukas...</li> </ul> <p><b>Nepamirškite reklamos ir kvietimo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Naudokite įvairius kanalus: „Facebook“, „WhatsApp“, interneto svetainę, laiškų išsiuntimą ankstesnių demonstracijų / seminarų dalyviams.</li> <li>• Jei užsiregistruoja per daug žmonių, padalykite renginį į skirtingas dienas.</li> </ul>	
	Kaip <b>sukurti sąveiką</b> virtualioje demonstracinėje programoje?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pradžioje parodykite trumpą vaizdo įrašą, kad žmonės susipažintų su pranešėju ir demonstracijos tema.</li> <li>• Naudokite apklausas arba skelbkite jas (yra daug internetinių priemonių, žr. virtualių demonstracijų gaires).</li> <li>• Suteikite erdvės diskusijoms: atviri klausimai ir atsakymai, pokalbiai...</li> </ul> <p><b>Moderuokite diskusiją</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nustatykite tam tikras taisykles, kaip elgtis internetiniame susitikime (pvz., nutildyti mikrofoną).</li> <li>• Pabrėžkite, kad svarbu laikytis nustatyto laiko, net labiau nei per įprastą demonstraciją.</li> <li>• Moderatorius ir vedėjas turėtų būti du skirtingi asmenys.</li> </ul> <p>Nepamirškite atlikti vertinimo, kurio rezultatais galima pasidalyti vėliau.</p>	



KATEGORIJA	IŠKILĖS KLAUSIMAS	PATARIMAI	TIKSLŲ PAVYZDŽIAI
	Kaip spręsti <b>technines problemas?</b>	<p><b>Numatykite technines problemas, net jei negalite visko numatyti.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pirmą kartą pabandykite naudoti skirtingus elektroninius įrenginius (kompiuterį, planšetinį kompiuterį ir mobilųjį telefoną), kad įsitikintumėte, jog jis gerai veikia su visais jais.</li> <li>Paruoškite informacinį lapelį, kaip naudotis pasirinkta priemone, ir išsiųskite jį dalyviams likus kelioms dienoms iki renginio.</li> <li>Be demonstracijos, sukurkite ir „WhatsApp“ grupę arba naudokite bet kokią kitą pagalbos formą, kad padėtumėte žmonėms, kuriems sunku prisijungti.</li> <li>Internetinio pokalbio kambaryje dalykitės įvairiomis nuorodomis, kuriomis naudojotės demonstracijos metu, kad žmonės galėtų patys jas peržiūrėti, jei dalijimasis ekranu nėra veiksmingas.</li> <li>Išlikite ramūs, kai kurias problemas labai lengva išspręsti.</li> </ul> <p><b>Užtikrinti asmens duomenų apsaugą</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Registruojantis į internetinį seminarą prašykite patvirtinimo.</li> <li>Pateikite dalyvių sąrašą, kad skatintumėte užmegzti ryšius tinkle.</li> </ul>	
	Kokias gaires galime naudoti, kad <b>pagerintume sąveiką</b> internetinio seminaro ir (arba) virtualios demonstracijos metu?	<p><b>PROGRAMŲ PAVYZDŽIAI</b></p> <p><b>Į vaizdo įrašus orientuota programa</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Moderatoriaus įžanga.</li> <li>7 vaizdo įrašai, o po kiekvieno vaizdo įrašo dalyviai galės užduoti klausimus ir bendrauti tarpusavyje.</li> <li>Papildomas laikas klausimams pabaigoje.</li> </ul> <p><b>Moderatorius, demonstruojantis ūkininkas ir pašnekovas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pasisveikinimas</li> <li>Vaizdo įrašo rodymas</li> <li>Pokalbis su ūkininku</li> <li>Atviri klausimai ir atsakymai</li> <li>„Mentimeter“ apklausa</li> <li>Renginio pabaiga</li> </ul>	



## NEFERTITI PARTNERIAI



Šis projektas finansuojamas pagal Europos Sąjungos mokslinių tyrimų ir inovacijų programą „Horizontas 2020“ pagal dotacijų sutartį Nr. 772705.

DAUGIAU ĮRANKIŲ

[trainingkit.farmdemo.eu](http://trainingkit.farmdemo.eu)