



# PRŮVODCE NÁVRHEM PŘEDVÁDĚCÍCH AKCÍ NA FARMÁCH







## Úvod

Předváděcí akce přímo na farmách se pořádají již nejméně dvě století, původně jako způsob, jak seznámit zemědělce s inovacemi, ale v poslední době také jako způsob sdílení zkušeností mezi zemědělci a jako podpora společného vytváření znalostí mezi zemědělci a dalšími subjekty. Stále častěji otevírají své farmy ze své vlastní iniciativy i sami zemědělci, aby se propojili se svými kolegy a širokou veřejností v rámci strategií rozvoje podnikání (např. krátké potravinové dodavatelské řetězce, komunitou podporované zemědělství).

Předváděcí aktivity mohou sahát od jednorázových akcí typu „náš den v praxi“ přes víceleté programy „pozorovacích farem“, kde se zemědělci, poradci a členové odvětví v pravidelných intervalech setkávají, aby na místě posoudili možnosti hospodaření, až po stálé „výzkumné farmy“, kde výzkumní pracovníci testují a demonstrovají inovativní technologie a přístupy. Předváděcí akce na farmách se tedy řídí širokou škálou přístupů, jsou plánovány s ohledem na různé cíle a jsou iniciovány a organizovány širokou škálou aktérů. Vzhledem k této rozmanitosti neexistuje k úspěšným předváděcím akcím na farmách žádný univerzální přístup.

Tento průvodce nabízí přehled nejdůležitějších prvků, které je třeba při přípravě, provádění a vyhodnocování předváděcích akcí na farmách vzít v úvahu. Předkládá 6 jednoduchých kroků, které je třeba při přípravě předváděcích akcí na farmách dodržet, počínaje jasným vymezením cílů a konče správným vyhodnocením a následnými opatřeními. V tomto průvodci najdete konkrétní tipy a triky a konkrétní nástroje, které vám pomohou při přípravě akce.



Online verze je k dispozici na adrese:

<https://farmdemo.eu>

Tento průvodce je výsledkem úzké spolupráce tří projektů FarmDemo, které získaly finanční prostředky z programu Evropské unie pro výzkum a inovace Horizont 2020 v rámci grantových dohod č. 727388 (PLAID), č. 72861 (Agridemo-F2F) a č. 772705 (NEFERTITI).



# NAVRHNĚTE SVOU PŘEDVÁDĚCÍ AKCI NA FARMĚ V 6 KROCÍCH

## 1 Cíle předváděcí akce a cílové skupiny



- Stanovte si jasné cíle
- Zaměřte se na zemědělskou veřejnost v souladu s vašimi cíli
- Pozvěte další aktéry ke zvýšení dopadu akce

- 7 -

## 2 Demonstrační farma



- Vyberte si hostitelskou farmu v souladu se svými cíli
- Vyberte si důvěryhodného a inovativního hostitelského zemědělce
- Skrze polohu a vybavení farmy zajistěte dobrý přístup

- 11 -

## 3 Uspořádání předváděcí akce



- Sestavte vyvážený organizační tým v souladu s vašimi cíli
- Poskytněte dostatek času na interakci a navazování kontaktů
- Při výběru vhodného času zvažte kompromisy
- Odměňte hostitelské zemědělce

- 13 -



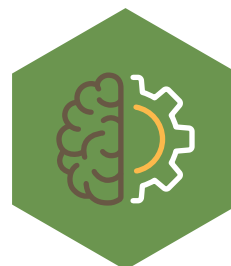
## 4 Propagace



- Uvedte svá klíčová sdělení v souladu s vašimi cíli
- Přizpůsobte žargon cílové skupině
- Vytvořte srozumitelnou a atraktivní pozvánku
- Využijte několik komunikačních kanálů

- 17 -

## 5 Metody vzdělávání a facilitace



- Propojte vzdělávací obsah se zemědělskou praxí
- Zapojte účastníky do aktivní výměny znalostí
- Použijte různé vzdělávací metody
- Rozdělte velké skupiny do menších

- 20 -

## 6 Vyhodnocení a následné kroky



- Vyhodnoťte, zda byly vaše cíle splněny
- Výsledky hodnocení použijte a implementujte
- Zorganizujte navazující aktivity pro účastníky i neúčastníky

- 25 -

Navrhněte svou předváděcí akci na farmě v 6 krocích 6 steps | 5





# 1

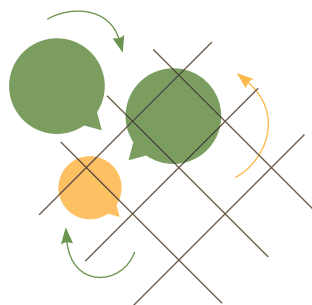
## Cíle předváděcí akce a cílové skupiny

„Čeho chcete touto předváděcí akcí dosáhnout?“

U každé předváděcí akce je důležité s dostatečným předstihem jasně stanovit cíl(e) a klíčová sdělení. Od nich se odvíjejí všechna další rozhodnutí, která během přípravy a realizace předváděcí akce učiníte: uspořádání, zapojení aktérů, vyhodnocení efektivity.

Začněte otázkou „proč“ (proč tuto předváděcí akci pořádáme) a poté „co“ (co chceme demonstrovat). Z tohoto cíle předváděcí akce následně vyplyne odpověď na otázku „kdo“ (cílová skupina předváděcí akce) a „jak“ (uspořádání předváděcí akce a vzdělávací metody).





Předváděcí akce mohou sloužit jako místo setkávání účastníků



Abyste přilákali co nejvíce zemědělců a zvýšili dopad akce, zohledněte regionální vývoj v zemědělství a výzvy, se kterými se místní zemědělci potýkají.

## PROČ CHCETE USPOŘÁDAT PŘEDVÁDĚCÍ AKCI?

*To specifikuje motivaci nebo potřebu pro uspořádání předváděcí akce.*

Možné cílené efekty:

- **Spoluvytváření znalostí.** Můžete se zaměřit na vytváření (nových) znalostí tím, že budete těžit ze znalostního fondu účastníků, kteří se předváděcí akce zúčastní.
- **Přijetí inovací.** Předváděcí akce napomáhají přenosu nových možností, novinek nebo praktických zkušeností, které lze využít přímo v zemědělských podnicích. Tyto inovace mohou vzejít z výzkumu, podnikání (souvisejícího s prodejem produktů) nebo od zemědělců průkopníků a dávají zemědělcům jistotu, že se mohou fundovaně rozhodnout o užitečnosti demonstrováných postupů nebo inovací pro jejich vlastní farmu.
- **Řešení problémů.** Předváděcí akce jsou užitečnou platformou pro propojení poradenství s potřebami místních zemědělců. Můžete demonstrovat řešení problémů zemědělců, například v souvislosti se snížením zemědělské práce nebo s tím, jak pěstovat plodiny v měnícím se klimatu, nebo můžete ověřit provedený výzkum a inovace v místních podmínkách a přizpůsobit je potřebám zemědělců.
- **Školení.** Předváděcí akce slouží jako platforma pro zvyšování kvalifikace a budování kapacit, což umožňuje praktické zavádění inovativních postupů na farmě.
- **Budování povědomí.** Předváděcí akce mohou zvýšit povědomí o tématech, jako jsou například sociální potřeby. Také témata související s udržitelností se často neřeší explicitně, ale často jsou součástí předváděcích akcí, na kterých se zvyšuje povědomí účastníků v tomto ohledu.
- **Vytváření sítí.** Předváděcí akce mohou sloužit jako místo setkávání účastníků. Pravidelné (např. každoroční) předváděcí akce lze využít jako akce, na kterých se sejdou všichni lidé zapojení do programu, sítě nebo projektu. Mohou přispět k posílení a rozvoji spolupráce a posílit možné partnerství pro kooperativní řešení problémů, a to jak na národní, tak na mezinárodní úrovni. Pro některé účastníky je velmi atraktivní také sociální aspekt vytváření sítí, možnost setkat se s dalšími zemědělci.
- **Provádění výsledků výzkumu.** Předváděcí akce na farmách mohou sloužit jako platforma pro přenos znalostí o výsledcích aplikovaného výzkumu do zemědělské praxe. Inovace a postupy lze vyzkoušet, porovnat nebo ověřit v „reálných“ podmínkách zemědělského podniku.
- **Provádění politiky.** Předváděcí akce jsou příležitostí informovat zemědělce o nových právních předpisech a politických nařízeních a poskytnout jim konkrétní postupy a příklady, jak je mohou na svých farmách realizovat.

## CO CHCETE DEMONSTROVAT?

Témata předváděcích akcí mohou být velmi různorodá, například předvedení výrobku, stroje, procesu, řízení nebo marketingu.

Charakteristiky předváděného tématu ovlivňují uspořádání předváděcí akce a to, jaké cílové skupiny lze potenciálně oslovit. Jedná se o inovaci, kterou zemědělská komunita vůbec nezná a nemá žádné příklady její realizace v praxi? Je již u nějaké menšiny zemědělců zavedena? Jedná se o rozšířenou praxi, kterou by zemědělci mohli optimalizovat a zdokonalit?

Síla předváděcí akce často spočívá v její jednoduchosti. Je proto vhodné omezit počet témat, která se během jedné akce řeší. Pokud se chcete věnovat více tématům, můžete zvážit uspořádání série předváděcích akcí nebo se ujistit, že je na každé jednotlivé téma naplánován dostatečný čas.



Výběr tématu může být proveden shora dolů pořadatelem, zástupci zemědělců nebo projektem, do něhož je předváděcí akce začleněna, stejně jako zdola nahoru se zapojením zemědělců nebo účastníků předchozí předváděcí akce, pokud se jedná o sérii předváděcích akcí. V každém případě je nezbytné předem důkladně zvážit nebo prodiskutovat výběr zajímavého, inspirativního a relevantního tématu.



### Série předváděcích akcí v. jednorázová předváděcí akce

Důležitou volbou při rozhodování o uspořádání předváděcí akce je, zda se bude jednat o jednorázovou předváděcí akci, sérii předváděcích akcí na stejné téma nebo opakovanou (síťovou) akci pořádanou stejnými pořadatelem.

Série předváděcích akcí jsou někdy označovány jako efektivnější, protože:

- Účastníci se navzájem poznají a budou si důvěřovat (budou se méně zdráhat sdílet informace).
- Předváděcí akce se mohou týkat několika kroků v procesu osvojování (cílenější efekty).
- Série umožňuje ukázat vývoj v čase, sezónnost.
- Můžete oslovit více zemědělců a více typů zainteresovaných stran.
- Předváděcí akce mohou stavět na dobré pověsti předchozích akcí.
- Organizaci a uspořádání lze dále zlepšovat/vylepšovat.

## NA KOHO CÍLÍTE?

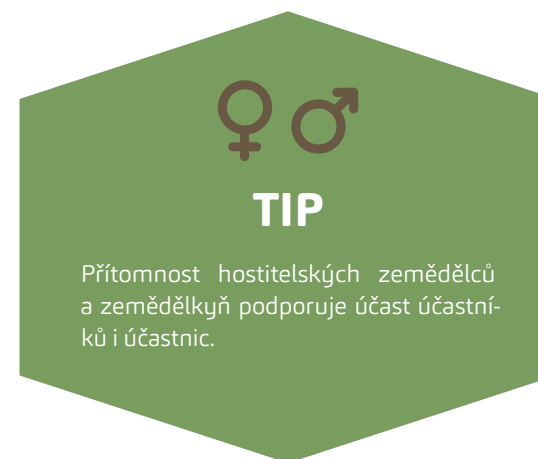
Výběr cílové skupiny (nebo několika cílových skupin) závisí na tom, čeho chcete předváděcí akcí dosáhnout. Pokud například plánujete intenzivní výměnu znalostí nebo spolupřetváření znalostí na velmi specifické téma, můžete se rozhodnout pro malou skupinu zemědělců, kteří „mluví podobným jazykem“, abyste zajistili kvalitní a intenzivní interakce. Identifikace konkrétních cílových skupin určí, které informační kanály by měly být použity k jejich oslovení.

Cílovou skupinu lze specifikovat ve vztahu ke:

- konkrétním odvětvím (např. producenti mléka a mléčných výrobků, pěstitelé cukrové řepy);
- konkrétnímu regionu (např. konkrétní provincie, celostátní nebo mezinárodní);
- ke zkušenostem s konkrétní technikou, např. začátečník nebo expert. V závislosti na cíli se pořadatelé mohou rozhodnout pouze pro zkušené zemědělce (např. pro zdokonalení postupu nebo inovace) nebo pro kombinaci obou (když chcete výměnu). „Zkušení“ zemědělci mohou pomoci zahájit diskusi během předváděcí akce a povzbudit se navzájem ke kladení otázek.
- konkrétním „typům“ zemědělců (např. „inovativní“ zemědělci pro témata, která potřebují další rozvoj, „průměrní“ zemědělci pro témata připravená k použití, mladí zemědělci nebo začínající zemědělci);
- pohlaví, aby se všichni příslušní zástupci farem cítili vítáni a zúčastnili se.

Často, ale v závislosti na tom, čeho chcete dosáhnout, je výhodné přizvat další aktéry, aby přispěli k dlouhodobějšímu dopadu předváděcí akce:

- Zemědělství poradci mohou působit jako potenciální „šířitelé“ klíčových sdělení předváděcí akce. Mohou šířit a rozšiřovat obsah předváděcí akce mezi neúčastněné zemědělce a mohou propojovat zemědělce, kteří aplikovali určitý postup nebo inovaci, s těmi, kteří o ně mají zájem.
- Zemědělský tisk, který může demonstrovat téma zprostředkovat širšímu publiku.
- Aktéři zemědělsko-potravinářského řetězce (např. dodavatelé, zpracovatelé potravin, spotřebitelé...) jsou důležitými partnery v kooperativních řešeních a jejich přítomnost může posílit vazby mezi výrobcí a trhy. Mohou přispět daty a zkušenostmi z jiných oblastí.
- Tvůrci politik mohou na jedné straně zvýšit povědomí o politických překážkách a pobídkách, které by mohly zvýšit zakotvení a rozšíření obsahu předváděcí akce, ale také se sami poučit o praktických problémech nebo překážkách, s nimiž se zemědělci potýkají, aby zlepšili politickou regulaci. Na druhou stranu se zemědělci často zdráhají účastnit se skupinových demonstrací a sdílet své zkušenosti, pokud jsou ve skupině přítomny úřady.
- Studenti a učitelé (zemědělství) mohou přinášet do výzkumu inovace, mohou se ptát zemědělců na jejich způsoby výroby a zároveň se dozvědět o zemědělských postupech. Mohou pomáhat při monitorování a hodnocení, učit se spoluorganizaci, a také jsou dobrými pomocníky.







## 2 Demonstrační farma

Předváděcí akce lze pořádat na různých typech míst, od zemědělských podniků až po veřejná pole pronajatá univerzitami, výzkumnými středisky nebo poradenskými pracovišti. Pro výběr vhodného hostitelského místa pro předváděcí akci existují určitá kritéria.

## „Dokáží se zemědělci s hostitelskou farmou ztotožnit?“

Předváděcí akce může mít větší dopad, pokud hostitelská farma funguje za stejných „reálných“ podmínek jako průměrné farmy. Na druhou stranu mohou například průkopnickí zemědělci předvést inovativní a experimentálnější techniky.

## „Je hostitel ‚dobrým zemědělcem‘, který je uznáván jako důvěryhodný a ‚moudrý‘, stejně jako inovativní a produktivní?“

Roli v atraktivitě akce pro potenciální účastníky hraje i vnímání hostitele veřejností. Výběr někoho, koho již znáte, nebo farmy, na kterou organizace poukazují již několik let, během nichž se na farmě testují pokusy, může být „bezpečnou“ volbou, protože předváděcí akce od hostitelů často vyžadují velké úsilí, aby připravili svou farmu pro návštěvníky. Na druhou stranu je třeba zvážit, zda vždy využívat „obvyklé podezřelé“.

## „Je hostitelská farma pro předváděcí akci vhodná s ohledem na téma, místo a plánované aktivity?“

Měli byste si ověřit, zda se činnosti, postupy a vybavení farmy hostitelského zemědělce shodují s účelem předváděcí akce a očekávaným počtem účastníků. Důležitým

kritériem může být i časová náročnost cesty, nicméně za ukázkami inovativních technik, které nejsou v jejich regionu běžné, jsou účastníci ochotni cestovat na delší vzdálenost.



Výběr hostitelského místa má vliv na dostupnost předváděcí akce:

- Geografická (poloha, doba cesty, dobrý a snadný přístup pro cílovou skupinu)
- Sociální (zázemí, pohodlí a bezpečnost pro návštěvníky)



## TIPY

Prohlédněte si seznam demonstračních farem po celé EU ve středisku FarmDemo: <https://farmdemo.eu>

Přínosná by mohla být spolupráce mezi komerčními společnostmi a zemědělskými podniky: umožňuje účastníkům vidět nejnovější inovace na skutečné fungující farmě.

„Atypická“ farma může poskytnout inspiraci a přispět k zamýšlení nad současnými postupy.

Chcete-li oslovit širší skupinu účastníků, můžete uspořádat stejnou předváděcí akci na různých místech ve vašem regionu / ve vaší zemi a na různých typech farem.

Zajištěním skupinové dopravy zvýšíte dostupnost vzdálenějších hostitelských farem.

Zajistěte dopravní prostředky pro návštěvu více míst.





### 3 Uspořádání předváděcí akce



## ORGANIZAČNÍ TÝM

„Jaký typ partnerů (např. zemědělci, zemědělské organizace, poradci, zemědělské podniky) bude zapojen do organizace předváděcí akce, aby byl organizační tým při plnění cílů předváděcí akce úspěšný?“

Spolupráce mezi různými aktéry může být vzhledem k jejich odlišnému profesnímu zázemí, dovednostem, znalostem, prioritám, pracovním postupům a motivacím náročná. Aby toto úsilí bylo úspěšné, je důležité dohodnout se na cílech, obsahu a rozdělení práce.

Regionální systém AKIS (viz rámeček) může definovat kontext, ve kterém se předváděcí akce pořádají. Dobrá spolupráce a již existující síť regionálních aktérů AKIS by mohly usnadnit organizaci nebo vytvoření strategie pro předváděcí akce, přizpůsobení tématu konkrétnímu regionu a využití dostupného sociálního kapitálu a sítě k nalezení správných profilů a kompetencí pro organizaci předváděcí akce. Úspěch předváděcí akce často souvisí také s tím, jak je organizační tým vnímán místní komunitou. Organizační týmy proto mohou těžit ze spolupráce s respektovanými místními organizacemi, které mají mnoho kontaktů se zemědělci.

Regionální zemědělský znalostní a inovační systém (AKIS) zahrnuje celý systém výměny zemědělských znalostí v rámci regionu a je definován způsobem, jakým lidé a organizace, jako jsou poradenské služby, výzkumní pracovníci, politické a zemědělské organizace, vzájemně spolupracují.

Spolupráce s komerčními partnery může realizovat velmi efektivní předváděcí akce z hlediska poskytování znalostí a informací. Je však třeba, aby před konáním předváděcí akce byly s komerčními společnostmi uzavřeny řádné dohody, aby zemědělci nevnímali akci jako prodejní. Tomu lze předejít zapojením více než jedné obchodní společnosti nebo přizváním „neutrálních“ stran, jako jsou neobchodní poradenské služby nebo výzkumní pracovníci.



### Role v organizačním týmu

Přípravu a strukturu předváděcí akce může podpořit jasné vymezení rolí a dostatečný počet pracovníků (jak z hlediska odbornosti, tak počtu). Během předváděcí akce by měly fungovat čtyři důležité role:

- hostitelský zemědělec
- předvádějící subjekt
- manažer logistiky / koordinátor
- facilitátor

## TIPY

Zapojte rodinu hostitelského zemědělce do organizace předváděcí akce již na začátku.

Pozvěte více organizací, které sdílejí váš cíl (cíle), abyste oslovili cílovou skupinu (cílové skupiny).

Rozumné zapojení regulačních orgánů: vhodné (např. objasnění informací / prokázání souladu) může zemědělce přilákat, nevhodné je naopak odradit.

V mnoha případech je užitečný facilitátor. Facilitátor může vést diskusi a působit jako neutrální třetí strana.



## VYVÁŽENÝ PROGRAM

Čas, který je pro předváděcí akci k dispozici, je určující pro rozhodnutí o obsahu předváděcí akce a o vzdělávacích metodách, které budou použity. Dostupný čas se může pohybovat od jedné hodiny přes půl dne až po celý den nebo dokonce více dní. Nezapomeňte poskytnout dostatek času na diskusi a otázky a odpovědi, ale také na navazování kontaktů a společenskou interakci.

Dobrý program předváděcí akce poskytuje dostatečnou variabilitu. Měl by přinejmenším obsahovat:

- přivítání/představení, nejlépe společně s hostitelským zemědělcem
- samotné předvedení inovace (ať už v kombinaci s prezentací, nebo bez ní)
- zprostředkovanou diskusi nebo interaktivní otázky a odpovědi
- zhodnocení předváděcí akce účastníky
- oficiální zakončení akce s jasnými závěry a vzkazy
- čas na neformální rozhovory, diskuse a navazování kontaktů (poskytněte občerstvení a nápoje! – viz také vzdělávací metody a facilitace pro předváděcí akce)
- zpětné hodnocení akce.

### TIPY

Přivítání hostitelskými zemědělci je velmi ceněno.

Vezměte účastníky na prohlídku farmy.

## ZVOLTE VHODNÝ ČAS

Načasování předváděcí akce je klíčovým faktorem pro zajištění dobré návštěvnosti. Ačkoli to nelze vždy přesně naplánovat (např. když termín náhodou připadne na první teplý týden sezóny), lze to odhadnout na období, kdy mají zemědělci na farmě méně práce. Vezměte v úvahu načasování během dne (např. hodiny dojení) a/nebo týdne (např. dny školní výuky).

Volba správného času je často kompromisem mezi více aspekty. Například období, kdy je na poli hodně vidět, je často také obdobím, kdy je na farmě hodně práce.

### TIPY

Pro opakované akce zvolte pevně daný termín (např. poslední víkend v září, každých 6 měsíců, abyste ukázali sezónní změny, ...).

Vezměte v úvahu další události.

## ZAŘÍZENÍ A VYBAVENÍ

K efektivitě předváděcí akce přispívá pocit, že jste vítáni a že se s vámi dobře zachází. Dbejte na vhodné zázemí, dobrý přístup, toalety, parkování, uklizené a dobře připravené prostředí atd.



### KONTROLNÍ SEZNAM:

- Kvalitní audiovizuální technika
- (Bio)bezpečnostní opatření
- Toalety
- Kde je to možné, zajistěte bezbariérový přístup a zvyšte tak přístupnost
- Zajistěte dopravní značení a poutače, parkování
- Zajistěte stinná místa nebo přístřešky s ohledem na povětrnostní podmínky
- Vyvěste loga a bannery případných sponzorů
- Myslete na občerstvení a nápoje!



## ROZPOČET

- ? „Kdo bude předváděcí akci financovat?“
- ? „Budou účastníci platit účastnický poplatek?“
- ? „Bude mít rozpočet vliv na uspořádání akce a počet účastníků?“

Rozpočet by měl pokrýt všechny výdaje, jako jsou vstupy, náklady na dopravu, organizační výdaje a výdaje na propagaci. Dbejte také na to, abyste zemědělci poskytli kompenzaci za případný výpadek výnosů i za věnovaný čas (včetně času na přípravu).

Dostupný rozpočet souvisí s finančními partnery v organizačním týmu a může mít velký vliv na uspořádání a velikost předváděcí akce a může určovat některá rozhodnutí, např. pokud jde o velikost cílové skupiny, zda účastníci musí platit vstupné, nebo o pozvané předvádějící subjekty. Omezené zdroje však nutně nemusí mít vliv na efekt předváděcí akce. Méně nákladné metody mohou být stejně efektivní jako metody nákladnější, ale mohou vyžadovat promyšlenější přístup ve fázi plánování předváděcí akce.

U větších akcí lze další pomoc (např. v podobě lidských nebo materiálních zdrojů) zajistit sponzorský, případně prostřednictvím spřátelených organizací.

## REGISTRACE

Registrace vám umožní snadno kontaktovat účastníky po skončení akce za účelem následného postupu a vyhodnocení a umožňuje dobrou organizaci pro odhadovaný počet účastníků. Registrace na předváděcí akci by měla být snadná a plynulá.

### TIPY

Implementujte registraci účastníků před akcí, abyste poznali své publikum a mohli před akcí poslat zajímavé materiály.

Poskytněte seznam kontaktů účastníků.







## 4 Propagace

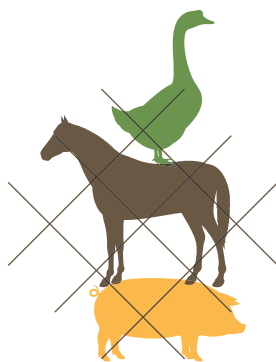
## SROZUMITELNÁ POZVÁNKA PŘÍZPŮBENÁ CÍLOVÝM SKUPINÁM

**?** „Kteří lidé se o pořádání předváděcí akce mají dozvědět?“

Efektivní nábor má vliv na návštěvnost předváděcí akce.

### TIP

V případě potřeby zašlete pozvánku celé rodině.



Je nezbytné přizpůsobit pozvánku cílové skupině. Neopomeňte přizpůsobit jazyk (žargon) cílové skupině.

Při navrhování pozvánky je třeba zvážit několik otázek: (viz <https://thefloorisyours.be/en/pitchinghandson/>)

#### Kdo je vaše cílová skupina?

- Každá cílová skupina má jedinečná očekávání a problémy. Pokud je to možné, zaměřte se vždy jen na jednu cílovou skupinu.
- V pozvánce specifikujte cílovou skupinu (např. pouze ekologičtí zemědělci nebo ekologičtí i neekologičtí zemědělci). Tím můžete zajistit, že přilákáte zemědělce s konkrétním zájmem.

#### Jaké je vaše hlavní sdělení?

##### Jaká je vaše výzva k akci?

- Jasně uveďte, že se jedná o pozvánku k účasti na předváděcí akci.
- Zvolte pro ukázkovou akci dobrý název, který bude zároveň vyjadřovat klíčové sdělení.

#### S jakým problémem se vaše cílová skupina potýká a jak ho vyřešíte?

- Srozumitelně uveďte cíle a úkoly předváděcí akce, protože to přispívá k její efektivitě.
- Pokud máte zkušené předvádějící subjekty, kvalifikované pomocníky nebo hostitelské zemědělce, jasně to uveďte na pozvánce, zemědělce mohou přilákat.

#### Jakou výhodu z toho vaše cílová skupina získá?

- Uveďte, jaká bude přidaná hodnota pro účastníky předváděcí akce.

### TIPY

V pozvánce informujte o všech organizátorech.

Uveďte případný vstupní poplatek.

Pozvánka by měla být vizuálně atraktivní a informace by měly být vyvážené. Můžete použít nějaký softwarový nástroj, například [www.lucidpress.com/pages/examples/online-invitation-maker](http://www.lucidpress.com/pages/examples/online-invitation-maker) a <https://spark.adobe.com/make/invitation-maker>

Zvyšte viditelnost série předváděcích akcí pomocí pevně dané šablony. Tento „branding“ by se pak měl odrážet i v názvu akce. To pomáhá s rozpoznatelností předváděcí akce, a až si udělá dobré jméno, bude úspěšnější při získávání dalších účastníků.

Pozvánka musí být srozumitelná a přitažlivá. Nepřehánějte to s mnoha designovými prvky, nepoužívejte mnoho různých písem. Dobře by mohla fungovat uvítací přátelská fotografie farmy nebo zemědělce.



## POUŽIJTE SPRÁVNÉ KOMUNIKAČNÍ KANÁLY

Pro nábor účastníků lze využít více komunikačních kanálů. Pozvánky lze šířit pomocí letáků, dopisů, e-mailů, plakátů, novinových článků, webových stránek, sociálních médií, osobních zmínek nebo pomocí rádia a televize. K šíření pozvánky lze využít schůzky, osobní kontakty, vlastní síť nebo poštovní seznamy, síť jiných organizací (např. zemědělská sdružení, síť poradců), oznámení ve školách.

### TIPY

Zasílejte osobní pozvánky.

Použijte krokovou kombinaci komunikačních kanálů v čase.

Zvažte, kdo bude pozvánku šířit.

Vynaložte zvláštní úsilí na těžko mobilizovatelné zemědělce!

## INTERAKCE S ÚČASTNÍKY PŘED SAMOTNOU PŘEDVÁDĚCÍ AKCÍ

Již nyní můžete zorganizovat určitý druh interakce s očekávanými účastníky:

- Další informace o hostitelské farmě, ukázkový obsah, testy v terénu, ...
- Požádejte účastníky o vyplnění online registračního formuláře (např. specifické zájmy).
- Požádejte účastníky, aby si připravili několik otázek k zamyšlení.

Nabídněte zemědělcům další pobídky, aby přijeli:

- Testovací vzorky
- Bezplatná analýza půdy
- Národní mistrovství v zemědělské disciplíně
- Občerstvení a nápoje
- Přehlídka
- Večírek
- Ceny, které mohou vyhrát





# 5

## Metody vzdělávání a facilitace

K předávání a výměně znalostí a k rozvoji dovedností lze využít různé vzdělávací metody. Je důležité si uvědomit, že neexistuje jediná správná metoda, ale že konkrétní volba závisí na několika faktorech, jako je například velikost a složení skupiny. Předváděcí akce by také měla obsahovat kombinaci promyšlených a vyvážených aktivit, které podpoří dobré podmínky pro vzdělávání.





## VELIKOST A SLOŽENÍ SKUPINY

Rozhodnutí o velikosti skupiny závisí na cíli (cílech) předváděcí akce a má zásadní vliv na formát vaší předváděcí akce.

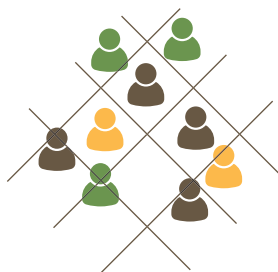
- Menší skupiny (8–15 účastníků):
  - Efektivnější pro výměnu znalostí, reflexi a hlubší vzájemné učení
  - Snadnější řízení
  - Malé uzavřené skupiny, které se pravidelně scházejí, si vybudovaly důvěru, což případně umožňuje efektivní diskuse
- Větší skupiny:
  - Pokud je cílem zvýšit povědomí a široký přenos znalostí
  - Pomoc při získávání sponzorů a zemědělských dodavatelů
  - Potřeba dobrého zvládnutí audiovizuální stránky akce

Zdá se, že homogennější skupiny jsou „připraveny sdílet“ s ostatními účastníky a důvěřovat jim, zatímco skupiny složené z různých typů aktérů mohou být přínosné pro podněcování diskusí a vytváření sítí, protože se na stejný problém dívají společně z různých úhlů pohledu. To je samozřejmě také důležitý prvek při uvažování o náboru.

Také míra známosti mezi účastníky může mít velký vliv na dynamiku skupiny a může ovlivnit vhodnost některých metod vzdělávání oproti jiným. Pro podněcování práce v síti, sdílení a diskuse skupin, které se navzájem neznají, potřebujete organizovanější facilitační metody. Zdatný a přátelský facilitátor pomůže vytvořit příjemnou a přátelskou atmosféru a prostředí, které zemědělcům usnadní otevřeně hovořit a vytvořit dobrou diskusi.

### TIP

Rozdělte velké skupiny do menších, abyste zvýšili aktivní účast a diskusi.



Toto video o nestresujícím chovu dobytka ukazuje, jak hostitelský zemědělec využívá k vysvětlení techniky skutečné podmínky chovu, nikoliv například PowerPoint prezentaci.

[www.youtube.com/watch?v=vAcn7WlO-cE&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=vAcn7WlO-cE&feature=youtu.be)

## VOLBA VHODNÝCH VZDĚLÁVACÍCH METOD

Existují 3 základní principy:

- 1 | Propojte vzdělávací obsah se zemědělskou praxí
- 2 | Zapojte účastníky do aktivní výměny znalostí
- 3 | Použijte různé vzdělávací metody

### 1 | Propojte vzdělávací obsah se zemědělskou praxí

**Věnujte pozornost širším souvislostem.** Zabývejte se dopadem předvedeného postupu nebo inovace na celý zemědělský podnik a diskutujte také o širších souvislostech (např. společenských, ekonomických, politických). Poskytnutím těchto dodatečných informací mohou účastníci učinit informovanější rozhodnutí, zda postup nebo inovaci přijmout, či nikoli.

**Využijte hostitelskou farmu a zkušenosti hostitelského zemědělce.** Možnost navštívit jinou farmu je často jednou z hlavních motivací zemědělců k účasti na předváděcí akci, proto je důležité propojit obsah předváděcí akce se skutečnými podmínkami hospodaření na hostitelské farmě a poskytnout co nejvíce praktických příkladů. To také znamená věnovat pozornost problémům, neúspěchům, chybám nebo negativním vedlejším účinkům daného postupu. Tyto problémy často odrážejí překážky pro osvojení postupů. Pokud se jim věnujete a vysvětlíte, jak by se daly řešit, mohou přispět k tomu, že účastníci postupy a inovace přijmou.

## 2 | Zapojte účastníky do aktivní výměny znalostí

**Nabídněte příležitosti pro vzájemnou výměnu znalostí.** Účast na prezentačních a předváděcích akcích můžete zvýšit např. tím, že účastníkům aktivně poskytnete možnost podělit se o své zkušenosti s publikem, zorganizujete diskuse s menším počtem účastníků nebo uspořádáte semináře, na kterých bude stimulována aktivní výměna znalostí. Vytvořte příležitosti pro neformálnější výměnu znalostí tím, že poskytnete zemědělcům dostatek času na vzájemné rozhovory, např. během oběda, přestávek na občerstvení nebo seminářů.

### TIPY

#### NEZAPOMEŇTE NA OBČERSTVENÍ A NÁPOJE

Snídaně nebo oběd, během nichž se konají úvodní proslovy.

Občerstvení po „formální části“, aby lidé mohli diskutovat o tom, co viděli nebo dělali.

Zajistěte domácí výrobky, nejlépe s použitím surovin z hostitelské farmy.

Zajistěte potraviny z místních zdrojů, které jsou spoluorganizátory nebo sponzory.

Zajistěte občerstvení během přestávek mezi jednotlivými bloky.

**Nabídněte širokou škálu zážitků a hledejte způsoby, jak účastníky překvapit.** Zahrňte do programu řadu různorodých aktivit. Příkladem mohou být procházky v terénu, pozorování praktických ukázek prováděných předváděcím subjektem a možnost pro účastníky vyzkoušet si něco v praxi. Takové praktické činnosti podporují učení a porozumění a také zlepšují vzájemné vztahy mezi účastníky. Zahrnutím efektu překvapení do předváděcích aktivit si účastníci s větší pravděpodobností zapamatují informace na delší dobu. Tento efekt překvapení lze vyvolat různými způsoby, například zvládnutými technikami vyprávění příběhů, použitím originální poutavé aktivity pro účastníky nebo odhalením výrobku/novinky přímo během předváděcí akce.



**Obr. 1** Obrázky z testu Soil my Pants jako příkladu překvapivého a jednoduchého testu zdravé půdy. (Zdroje: <https://cereals-blog.ahdb.org.uk/when-i-soiled-my-undies/> (vlevo); ILVO (vpravo))



Toto video ukazuje test „Soil my Pants“, což je jednoduchá metoda testování stavu půdy za využití zakopaného bavlněného spodního prádla. [www.nrcs.usda.gov/wps/portal/nrcs/detail/or/soils/health/?cid=nrcseprd1470410](http://www.nrcs.usda.gov/wps/portal/nrcs/detail/or/soils/health/?cid=nrcseprd1470410)

**Vytvořte podnětné a známé prostředí.** Uspořádejte zasedací místnost/prostor tak, aby každý mohl pohodlně poslouchat a rozumět řečníkovi/řečnickům i ostatním účastníkům. Několik nápadů:

- Používejte mikrofony, aby řečníka slyšel každý jeden účastník (zejména venku).
- Používejte vizuální materiály, které každý účastník dobře uvidí (tj. nepoužívejte plakáty s malou velikostí písma, které mohou být viditelné pouze pro první řadu).
- Pokud akce probíhá uvnitř: postavte židle do kruhu/půlkruhu tak, aby všichni dobře viděli na ostatní účastníky.
- Uspořádejte „trh“ s různými stánky/vystavujícími, aby se lidé mohli pohybovat v menších skupinkách.
- Vzhledem k tomu, že zemědělci se obvykle cítí lépe na poli nebo ve stodole než ve školních učebnách, zamyslete se nad tím, kde budete diskuse pořádat.
- Na začátku akce zahrňte několik zábavných témat k prolomení ledu. Inspiraci můžete najít na internetu, například: [www.thebalancecareers.com/top-ice-breakers-1918426](http://www.thebalancecareers.com/top-ice-breakers-1918426) nebo [www.icebreakers.ws/large-group](http://www.icebreakers.ws/large-group)

### 3 | Použijte různé vzdělávací metody

**Kombinujte.** Při předváděcích akcích lze použít různé vzdělávací metody, např. postery, prezentace, experimenty, diskuse, praktické semináře atd. Tyto metody se liší mírou interakce mezi předvádějícím subjektem a účastníky a aktivním zapojením vyžadovaným od zemědělců a vyhovují různým stylům nabývání znalostí. Volba kombinace vzdělávacích metod opět závisí na cíli dne a na složení a velikosti skupiny. Přehled vzdělávacích metod najdete na stranách 28–30.



**Přizpůsobte se různým úrovním znalostí a stylům nabývání znalostí posluchačů.** Pokud je to možné, zjistěte si úroveň znalostí účastníků předem. Pokud ne, začněte se základními informacemi pro nováčky v oboru. Obvyklými typy posluchačů jsou ([blog.prezi.com/the-four-different-types-of-learners-and-what-they-mean-to-your-presentations-infographic](https://blog.prezi.com/the-four-different-types-of-learners-and-what-they-mean-to-your-presentations-infographic)):

- Sluchově vnímaví studenti informace raději slyší. Často si při studiu nebo přemýšlení povídají sami pro sebe. To lze podpořit tím, že posluchače podníte k tomu, aby si klíčová sdělení zopakovali nahlas, např. tím, že jim budete klást otázky.
- Vizualně vnímaví studenti dávají přednost zobrazení informací a vizualizaci vztahů mezi myšlenkami, například v infografikách, grafech, schématech a barvách.
- Čtoucí/zapisující si studenti si informace raději čtou nebo zapisují, a to do brožur nebo letáků.
- Kinestetičtí studenti dávají přednost provádění praktických cvičení a experimentů.



**Obr. 2.** Studijní typy a způsob, jak je při předváděcí akci zohlednit. (Zdroj: <https://tutoringwithatwist.ca/vark-learning-styles/>)

**Použijte vhodné vzdělávací nástroje.** Vzdělávací nástroje jsou nejrůznější materiály, které se používají při předváděcí akci k usnadnění přenosu znalostí (např. letáky, videa, interaktivní elektronické hlasovací systémy):

- Zvyšte interakci: například pomocí hlasovacích systémů nebo interaktivních aplikací (např. [www.mentimeter.com](http://www.mentimeter.com) nebo <https://kahoot.com>).
- Vizualizujte obsah: např. ukázka vybavení používaného na farmě, plakáty s poutavými infografikami (bezplatné online nástroje pro tvorbu infografik na [www.canva.com/create/infographics](http://www.canva.com/create/infographics), videa ukazující „dobré“ nebo „špatné“ postupy.
- Poskytněte podpůrné informace k předváděcí akci: např. brožury s dalšími informacemi o hostitelské farmě nebo seznam účastníků. Příkladem mohou být brožurky, které vydává Teagasc ([www.teagasc.ie/rural-economy/organics/farm-walks](http://www.teagasc.ie/rural-economy/organics/farm-walks)).
- Poskytněte informace, které si účastníci mohou odnést domů: např. brožury s praktickými informacemi o předvedené inovaci. To je obzvláště důležité, protože účastníci nemají vždy možnost dělat si poznámky. Uveďte odkazy na webové stránky, Instagram, Facebook, pokud jsou k dispozici.

## TIP

Promyslete, jak budete materiály distribuovat během předváděcí akce. Pokud budou distribuovány během prezentace, mohlo by to účastníky rozptylovat. Některé z těchto informací lze také účastníkům zaslat předem.





## PROFESIONÁLNÍ A PLYNULÁ PŘEDVÁDĚCÍ AKCE

**Říďte se „pravidlem tří“.** Poskytněte tři klíčová sdělení, která se budou opakovat v průběhu celé předváděcí akce a která budou shrnuta na konci jako sdělení, která si účastníci odnesou domů. Osvědčenou praxí je mít na paměti „pravidlo tří“. Tato zásada, často používaná v reklamních kampaních, naznačuje, že formulace tří klíčových sdělení je efektivnější než jiný počet.

**Zajistěte přítomnost zdatného facilitátora.** Podněcování aktivní účasti při předváděcích akcích často chybí, nejspíše kvůli nedostatečným facilitačním dovednostem předváděčích. Důležitost dobrého facilitátora opravdu nelze přeceňovat, protože je stěžejní během celé akce, zajišťuje, aby vše probíhalo plynule, aktivně zapojuje účastníky do diskusí a vede je po celou dobu akce. Může také shromažďovat dotazy, které se během akce objeví.

**Zajistěte dobrý time management.** Nic není pro účastníky tak frustrující, jako když musí odejít, když program ještě neskončil, nebo když mají pocit, že program skončil velmi náhle. Nezapomeňte určit hlídače času, který pomáhá dodržovat časový harmonogram akce. Může to být někdo z organizačního nebo facilitačního týmu, v některých případech (např. u menších skupin) i někdo z řad účastníků.

**Počítejte s neočekávanými událostmi.** Vždy se mohou vyskytnout nějaké nepředvídané okolnosti, proto je vhodné na ně myslet předem a být připraven na neočekávané situace. Příkladem může být špatná předpověď počasí, příliš velká nebo příliš malá velikost skupiny, jiné složení skupiny, než se očekávalo (např. málo aktivních zemědělců), problémy s vybavením, problémy s pokusy v terénu atd. Například při předpovědi špatného počasí lze ukázkou odložit nebo jako alternativu naplánovat prezentaci v interiéru, natočení videa, uspořádání ukázky nebo diskuse.



Obr. 3 Pro vyjádření klíčových sdělení použijte pravidlo tří.





## 6

### Vyhodnocení a následné kroky

## VYHODNOCENÍ NASTAVENÍ A DOPADU VAŠÍ AKCE

Vyhodnocení akce pomáhá zlepšit organizaci budoucích akcí. Je důležité propojit hodnocení s cílem akce: Pokud bylo cílem navázání kontaktů, je užitečné zaměřit se na to, zda účastníci byli schopni navázat kontakty. Pokud bylo cílem přijetí inovace, organizátoři musí sledovat, zda účastníci mají sklon přijmout předvedenou inovaci.

Je možné získat zpětnou vazbu k uspořádání (program, vybavení, zařízení, téma, ...) a organizaci předváděcí akce, ale také o tom, co se účastníci dozvěděli a co považují za použitelné pro svou farmu:

### V krátkodobém ohledu:

*„Co si návštěvníci odnášejí domů?“*

- Proč (motivace, zvýšené povědomí): účastníci si uvědomují, že existují konkrétní problémy nebo výzvy a/ nebo že jsou k dispozici nové možnosti, které mohou být v budoucnu potřebné
- Co (téma předváděcí akce): účastníci jsou informováni o konkrétních novinkách (nové postupy, materiály, odrůdy, stroje atd.)
- Jak: účastníci si dokážou propojit nové informace s vlastní praxí a jsou schopni posoudit možnosti jejich implementace na vlastní farmě.

### V dlouhodobém ohledu:

*„Jak návštěvníci naloží s tím, co si odnesli domů?“*

Tento dopad málokdy vyplývá pouze z předváděcích akcí samotných a kvůli časovému odstupu je složitější ho vyhodnotit. Účastníkům trvá nějakou dobu, než skutečně změní svou zemědělskou praxi, protože to může vyžadovat finanční investice, nové dovednosti a znalosti a změnu zažitě rutiny a myšlení zemědělce. Samotné rozhodnutí pro změnu také není ovlivněno pouze předváděcí akcí, ale zahrnuje širokou škálu dalších informačních zdrojů, jako jsou publikace v (zemědělském) tisku, následné předváděcí akce, semináře, zpravodaje, kontakty s poradci, dalšími zemědělci atd.

Hodnocení můžete provádět různými způsoby, například:

- Neformální rozhovory s účastníky během předváděcí akce
- Zprostředkování zpětné vazby od účastníků během předváděcí akce pomocí formulářů nebo na základě diskusí
- Hodnotící formuláře zaslané účastníkům po skončení akce. Riziko výstupních dotazníků spočívá v tom, že jsou často vyplněny příliš rychle, když lidé spěchají, aby si promluvili s dalšími lidmi nebo odešli domů.
- Následné navazující e-maily nebo telefonáty. Pokud chcete vyhodnotit dopad, můžete s následným telefonátem počkat několik týdnů nebo dokonce měsíců.
- Hodnotící formuláře pro organizátory předváděcích akcí, které je třeba vyplnit během předváděcí akce

Podniknutí kroků na základě hodnocení je důležité pro zlepšení budoucích předváděcích akcí na farmách. Jakmile je tedy hodnocení shromážděno, je třeba se o něj podělit a provést zlepšení pro budoucí aktivity.

## TIPY

Použijte pouze několik relevantních otázek. U dotazníku s mnoha otázkami bude těžší přimět lidi k jeho vyplnění.

Je pravděpodobnější, že se vám podaří získat zpětnou vazbu přímo na místě, než později prostřednictvím e-mailu.



Toto video ukazuje, jak je hodnocení akce účastníky zařazeno do programu předváděcí akce.

[www.youtube.com/watch?v=Bfkkuhbj9OI&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=Bfkkuhbj9OI&feature=youtu.be)

## NAVAZUJÍCÍ AKTIVITY

„Navazující kroky“ se týkají dalšího rozvoje a šíření obsahu předváděcí akce po jejím skončení, aby se dále zvýšil její dopad. Přestože navazující aktivity probíhají až po skončení akce, je důležité, aby byly oznámeny nebo projednány s účastníky již během předváděcí akce.

Navazující aktivity mohou být formální, například organizované navazující předváděcí akce. Neformální navazující kroky mohou zahrnovat telefonický kontakt mezi účastníky a předváděčím nebo rozhovory zúčastněných zemědělců s jejich sousedy.



Toto video ukazuje výhody platformy pro výměnu znalostí o ekologických odrůdách a roli, kterou v ní mohou předváděcí akce hrát.

[www.youtube.com/watch?v=oQMam6-eKI&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=oQMam6-eKI&feature=youtu.be)

Mezi vhodné navazující aktivity pro účastníky patří:

- Sdílení seznamu účastníků se souhlasem účastníků (v souladu s evropskými pravidly ochrany osobních údajů (GDPR)).
- Sdílení kontaktních údajů hostitelského zemědělce nebo jiných předváděčích pro účastníky, kteří mají zájem dozvědět se více nebo zavést určitý postup na své farmě.
- Poskytnutí informačních letáků účastníkům.
- Vytvoření online platformy, skupiny na sociálních sítích (např. WhatsApp), blogů nebo fyzických sítí, kde mohou praktikující zemědělci sdělovat své zkušenosti ostatním zájemcům.
- Zasílání informačního bulletinu nebo vytvoření webových stránek, na kterých budou účastníci informováni o dalších poznatcích a vývoji v oblasti tématu předváděcí akce.
- Poskytnutí (skupinové) podpory těm účastníkům, kteří mají zájem o zavedení postupů nebo inovací.

Mezi vhodné navazující aktivity pro osoby, které se nezúčastnily předváděcí akce, patří:

- Poskytnutí zprávy nebo videa z předváděcí akce online. Pokud bude video atraktivní, může i další zemědělce přilákat k účasti na budoucích předváděcích akcích.
- Využití různých mediálních zdrojů (sociální média, blogy, webové stránky, tisk, rozhlas atd.) a informování o události.
- Vydávání článků pro zemědělce v zemědělském tisku a poskytnutí brožur, které lze distribuovat mezi zemědělce a poradce. Doporučuje se přivést na akci novináře a věnovat jim zvláštní sezení, aby se ujistili, že ve svých článcích nebo zprávách šíří správné poselství.
- V případě dlouhodobějších pokusů na hostitelské farmě by mohly být pokusy veřejně přístupné, aby se místní zemědělci mohli přijít podívat na průběh pokusu nezávisle na účasti na předváděcích akcích.

Přehled různých vzdělávacích metod. Další informace najdete na stránkách [trainingkit.farmdemo.eu](https://trainingkit.farmdemo.eu)

| METODA                                    | UŽITEČNÉ PRO ÚČELY DEMONSTRAČNÍ SITUACE / V DEMONSTRAČNÍ SITUACI   | BODY KE ZVÁŽENÍ / PŘEDPOKLADY   | PŘÍKLAD DOBRÉ PRAXE   |
|---|--|---|---|
| <b>Webinář</b>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Oslovení široké škály lidí, kteří se nemohou zúčastnit předváděcí akce osobně</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Pečlivě zvažte cíl a cílovou skupinu</li> <li>Absolvujte výukové programy pro tvůrce webinářů</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.wiley.com/network/researchers/promoting-your-article/so-you-want-to-create-a-webinar-six-tips-for-success">https://www.wiley.com/network/researchers/promoting-your-article/so-you-want-to-create-a-webinar-six-tips-for-success</a></li> <li>Jak vytvořit webinář pomocí PowerPointu: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Atzswy5VhFI">https://www.youtube.com/watch?v=Atzswy5VhFI</a></li> <li>Bezplatné školení o tvorbě webinářů: <ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://webinarsthatwork.net/free-webinar">https://webinarsthatwork.net/free-webinar</a></li> <li><a href="https://www.youtube.com/watch?v=xsXe5upL_d8">https://www.youtube.com/watch?v=xsXe5upL_d8</a></li> </ul> </li> </ul> |
| <b>Informační panel, stojany, cedule</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Návštěvníci si mohou sami řídit shromažďování informací tím, že si samostatně a vlastním tempem projdou všechny informační stánky</li> <li>U více testovacích proužků může být u každého ošetření umístěna cedulka s informací, na koho se obrátit pro další informace</li> <li>K nasměrování zemědělců na místo ukázky lze použít také cedule a/nebo plakáty</li> </ul>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Návštěvníkům lze předat jen omezené množství informací</li> <li>Žádné možnosti interakce</li> <li>Je nezbytné jednoduché, atraktivní a snadno čitelné značení</li> <li>Potřeba vyhovět úrovni vizuální gramotnosti zemědělců, kteří předváděcí akci sledují</li> <li>Na informačních panelech nebo stáncích poskytněte rady a vysvětlení</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.youtube.com/watch?v=AwMFhyH7_5g">https://www.youtube.com/watch?v=AwMFhyH7_5g</a></li> </ul>   |
| <b>Přednáška nebo prezentace v učebně</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Představení tématu a souvislostí větší skupině, kterou farma snadno pojme</li> <li>Předložení jasných závěrů a sdělení, které si účastníci odnesou</li> <li>Zobrazení obrázků/videí, když není možné prezentovat živě</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Teoretické prezentace nebo prezentace shora dolů představují riziko, že účastníci zůstanou od tématu vzdáleni a nezapojí se</li> <li>Nedostatečné zapojení zemědělců a jejich interakce by mohly konkurovat předváděcí akci venku (pokud je součástí větší akce)</li> <li>Odkazování na praxi a demonstrační farmy během prezentace</li> <li>Prezentace musí být krátké (max. 20 minut)</li> <li>Při přípravě prezentace přemýšlejte z pohledu cílové skupiny</li> <li>Recyklace poslední prezentace, kterou jste přednesli na (vědecké) konferenci, nestačí!</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://thefloorisyours.be/en/">https://thefloorisyours.be/en/</a></li> <li><a href="https://blog.polleverywhere.com/presentation-advice/">https://blog.polleverywhere.com/presentation-advice/</a></li> <li><a href="https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit,p.30-31">https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit, p. 30-31</a></li> </ul>   |
| <b>Vyprávění příběhů</b>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Umožňuje účastníkům lépe si zapamatovat hlavní sdělení</li> <li>Když máte nadšeného uživatele nebo člověka z praxe, kterou chcete předvést</li> <li>Propojení teorie s praxí</li> <li>Výměna zkušeností s odborníky z praxe, kteří již implementovali určitou techniku nebo inovativní přístup, je často velmi poutavá a podněcující</li> <li>Anekdoty podporují zapamatování obsahu</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Vypravěč musí být nadaný, aby dokázal živě vyprávět a aby mu bylo rozumět</li> <li>Dobře si rozmyslete, kam během předváděcí akce zařadit vyprávění příběhu; např. na začátek, abyste vzbudili zájem, nebo doprostřed, abyste uvedli vhodný příklad</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.youtube.com/watch?v=yhQxwnT11Tw">https://www.youtube.com/watch?v=yhQxwnT11Tw</a></li> <li><a href="https://www.youtube.com/watch?v=i68a6M5FFBc">https://www.youtube.com/watch?v=i68a6M5FFBc</a></li> </ul>  |
| <b>Otázky a odpovědi</b>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Důležité zařadit po časových slotech pouze jednosměrné komunikace</li> <li>Snazší zpracování předaných informací</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Podněcování a zprostředkování otázek a umožnění každému, aby se vyjádřil (role facilitátora)</li> <li>Naplánujte si dostatek času</li> <li>Zopakujte otázky do mikrofonu, aby je slyšeli všichni účastníci</li> <li>Ujasněte si, kolik otázek lze zodpovědět / kolik času je k dispozici</li> <li>Odpovědi musí být krátké a přesné, abyste měli čas na několik otázek</li> <li>Požádejte účastníky, aby si otázky připravili předem</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Příklady aktivizujících otázek: <a href="https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit,s.20-21">https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit, s. 20-21</a></li> <li><a href="https://www.youtube.com/watch?v=P2lgW_SXnEQ">https://www.youtube.com/watch?v=P2lgW_SXnEQ</a></li> </ul>  |

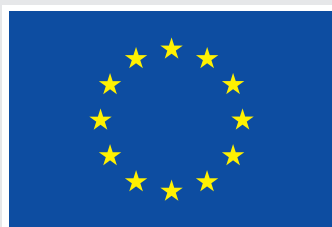


| METODA  | UŽITEČNÉ PRO ÚČELY DEMONSTRAČNÍ SITUACE / V DEMONSTRAČNÍ SITUACI   | BODY KE ZVÁŽENÍ / PŘEDPOKLADY  | PŘÍKLAD DOBRÉ PRAXE  |
|---|--|--|--|
| <b>Interaktivní facilitované diskuse mezi předvádějíci a účastníky nebo mezi účastníky navzájem</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Snazší zpracování předaných informací</li> <li>• Podněcuje úvahy návštěvníků o tom, jak by se předvedené inovace uplatnily v jejich vlastním zemědělském podniku</li> <li>• Lze využít k reflexi a propojení s předchozími prezentacemi</li> <li>• Prohloubení znalostí a lepší porozumění určitému tématu</li> <li>• Funguje dobře s malými i velkými skupinami</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Podívejte se po průvodcích facilitací</li> <li>• Připravte si předem aktivizační otázky pro skupinu</li> <li>• Aktivujte diskusi tím, že začnete jednoduchou otázkou, např. anketou, na kterou mohou odpovědět úplně všichni</li> <li>• Požádejte účastníky, aby se představili</li> <li>• Účastníci, kteří jsou s tématem nebo inovací již obeznámeni, mohou zahájit diskusi a povzbudit nezkušené účastníky, aby se do diskuse zapojili také. Může být zajímavé/nutné zajistit účast několika zkušených zemědělců</li> <li>• Dobré naslouchací a facilitační dovednosti: přeformulování, shrnutí hlavních otázek</li> <li>• Rozdělte velké skupiny na menší</li> <li>• Dobré naslouchací a facilitační dovednosti: přeformulování, shrnutí hlavních otázek</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Příklady aktivizujících otázek: <a href="https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit">https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit</a>, s. 20–21</li> </ul>  |
| <b>Procházka v terénu / po farmě</b>  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Někteří hostitelé nemají rádi, když se účastníci volně pohybují po farmě</li> <li>• Mohou být nepřístupné pro zdravotně postižené nebo imobilní účastníky a bránit jim v zapojení se</li> <li>• Přítomnost hostitelů během celé procházky v terénu, kteří poskytují rady, vysvětlení a odpovědi na otázky</li> <li>• Ponechte dostatek času na výměnu mezi jednotlivými zastávkami</li> <li>• Zvažte všechny zdravotní a bezpečnostní aspekty procházky po farmě / přepravy (přívěsem) a před předváděcí akcí proveďte posouzení rizik</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Přesun osob na přívěsu, pokud pole nebo části farmy nejsou pro zdravotně postižené účastníky snadno přístupné</li> </ul>  |
| <b>Praktický příklad předvedený předvádějíci</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pro ilustraci vzdělávacího obsahu a tématu</li> <li>• Aby prezentace byla zábavná a přitáhla pozornost</li> <li>• Dobře funguje v kombinaci s procházkou v terénu a dalšími formami prezentace</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Použijte jednoduché, ale překvapivé způsoby, jak předat vaše sdělení</li> <li>• Zapojte celou skupinu</li> <li>• Zvažte velikost skupiny: praktický příklad musí mít možnost vidět každý</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jednoduché nástroje k otestování kvality půdy: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=9VWMoDijDm4&amp;feature=youtu.be">https://www.youtube.com/watch?v=9VWMoDijDm4&amp;feature=youtu.be</a></li> <li>• Zkouška se slámou pro vizualizaci strukturální stability půdy (francouzsky); <a href="https://www.youtube.com/watch?v=pRaN6SLUPuk&amp;feature=youtu.be">https://www.youtube.com/watch?v=pRaN6SLUPuk&amp;feature=youtu.be</a></li> </ul>   |
| <b>Vícemyslová prezentace pro intenzivnější zážitek</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Podporuje zapamatování praxe a ukotvení předávaných znalostí</li> <li>• Dobře funguje v kombinaci s procházkou v terénu a dalšími formami prezentace</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zajistěte dostatek času</li> <li>• Zahrňte tento zážitek do své prezentace, např. tím, že se na něj zeptáte: „Jak vám to voní?“ „Jak byste popsali pocit z...?“</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Příklady: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prohmatejte půdu a prozkoumejte ji poté, co projedou stroje na odstraňování plevelů</li> <li>• Tiše naslouchejte včelám na mezi</li> <li>• Ochutnejte chléb upečený z mouky vyrobené na farmě, aby účastníci mohli ocenit kvalitu produktů 3D zážitek sázecího stroje loF2020</li> </ul> </li> <li>• Demonstrace rýčového testu pro analýzu kvality půdy: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=f-kigHj3vbw">https://www.youtube.com/watch?v=f-kigHj3vbw</a></li> <li>• Ukázka pěstování luštěnin vysvětluje, jak předvádějíci zemědělec do své ukázkové zahrny zahrnul zážitek: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=10E_13d85-l&amp;feature=youtu.be">https://www.youtube.com/watch?v=10E_13d85-l&amp;feature=youtu.be</a></li> </ul> |

| METODA   | UŽITEČNÉ PRO ÚČELY DEMONSTRAČNÍ SITUACE / V DEMONSTRAČNÍ SITUACI  | BODY KE ZVÁŽENÍ / PŘEDPOKLADY   | PŘÍKLAD DOBRÉ PRAXE   |
|--|---|---|---|
| <b>Cvičení poskytující návštěvníkům praktickou zkušenost</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Akční učení umožňuje účastníkům, aby sami přišli s řešením</li> <li>• Podporuje zapamatování praxe a ukotvení předávaných znalostí</li> <li>• Podporuje zvládnutí dovedností účastníky</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Není to možné u každého tématu, například pokud jsou k použití zařízení vyžadovány licence nebo z důvodu opatření pro biologickou bezpečnost</li> <li>• Zajistěte, aby byl v harmonogramu předváděcí akce naplánován dostatečný časový prostor</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vyzkoušejte si ochranný oděv při hubení škůdců</li> <li>• Přineste si vlastní postřikovače a nechte je zkalibrovat</li> <li>• Demonstrace rýčového testu pro analýzu kvality půdy <a href="https://www.youtube.com/watch?v=f-kigHj3vbw">https://www.youtube.com/watch?v=f-kigHj3vbw</a></li> </ul> |
| <b>Semináře</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pro hlubší diskusi a zaměření na konkrétní téma</li> <li>• Aplikace prezentovaných zkušeností na situaci vlastního hospodářství</li> <li>• Výstup lze použít pro dokumentaci</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vyžaduje alespoň jednu hodinu v místnosti nebo u stolu venku</li> <li>• Vyžaduje zařízení pro zaznamenávání klíčových bodů diskuse / výsledků cíleného šetření (např. poskytnutí šablon)</li> <li>• Pečlivě formulujte cíl semináře (musí být proveditelný v čase, který máte k dispozici) a očekávaný výsledek</li> <li>• Návštěvníci, kteří očekávají procházku v terénu, by nemuseli být otevření semináři zahrnujícímu psaní a práci s dokumenty (předejděte tomu oznámením v pozvánce); seminář by mohl konkurovat předváděcím akcím</li> <li>• Zvažte různé preference návštěvníků pro použité metody</li> <li>• Skupinu je třeba rozdělit do malých skupinek po 3–7 lidech</li> <li>• Podívejte se po průvodcích facilitací a pořádáním seminářů</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Možný průvodce facilitací semináře: <a href="https://www.seedsforchange.org.uk/shortfacilitatingworkshops">https://www.seedsforchange.org.uk/shortfacilitatingworkshops</a></li> </ul>   |
| <b>Večeře, nápoje, doprava atd., to vše poskytuje čas na (neformální) výměnu názorů mezi účastníky</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Možnost volně hovořit o případných neúspěších nebo obavách z předváděných inovativních zemědělských postupů, aby bylo možné se vzájemně učit na základě zkušeností</li> <li>• Během neformální části předváděcí akce (občerstvení a nápoje) nebo při přesunu mezi stanovišti</li> <li>• Reflexe předchozích prezentací</li> <li>• Zpracování prezentovaných informací</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poskytněte dostatečný prostor a čas, aby mohla proběhnout neformální výměna</li> <li>• Sponzorování jídla/nápojů/dopravy</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Probíhá i tak, pokud je čas; podpořte tuto neformální výměnu tím, že v programu ponecháte prostor a nabídnete účastníkům jídlo/pití</li> </ul>   |







Tato příručka je výsledkem úzké spolupráce tří projektů FarmDemo. Tyto projekty získaly finanční prostředky z programu Evropské unie pro výzkum a inovace Horizont 2020 v rámci grantových dohod č. 727388 (PLAID), č. 72861 (AgriDemo-F2F) a č. 772705 (NEFERTITI).

DALŠÍ NÁSTROJE NA  
**[trainingkit.farmdemo.eu](https://trainingkit.farmdemo.eu)**