



VODNIK ZA OBLIKOVANJE ZA VIRTUALNE IN HIBRIDNE PREDSTAVITVE KMETIJ



Avtorji: Ellen Bulten, Delphine Neumeister in Laure Triste

KAZALO

Uvod



- 4 -

1 Določite cilj



- 5 -

2 Tehnična postavitev



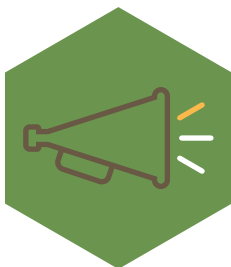
- 9 -

3 Razvoj vsebine



- 13 -

4
**Promovirajte svoj
virtualni predstavitveni
dogodek**



- 20 -

5
**Izvedite
virtualni predstavitveni
dogodek**



- 22 -

6
**Ocenite in spremljajte
virtualne predstavitvene
dogodke**

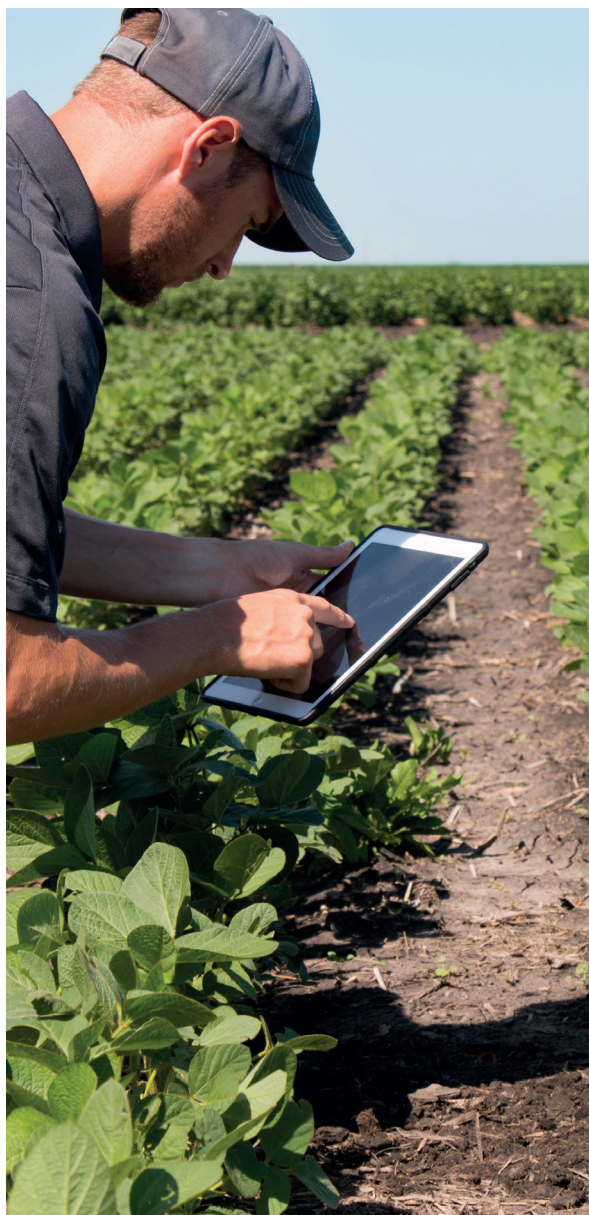


-25 -

7
**Priloga: Gradniki
za virtualne predstavitvene
dogodke**



- 28 -



Uvod

Virtualne predstavitve so postale nujne med krizo zaradi COVID-19, saj fizična srečanja v mnogih državah niso bila dovoljena. Vendar pa je obsežno strokovno znanje, zgrajeno na organizaciji virtualnih predstavitev v tem obdobju, dokazalo potencial virtualnih predstavitev kot orodja za doseg in spodbujanje izmenjave znanja med kmeti tudi v obdobjih brez sanitarnih omejitev.

Virtualni predstavitveni dogodki potekajo na spletu brez kakršne koli fizične interakcije. Toda skupaj z naraščajočim tehničnim strokovnim znanjem se pojavljajo hibridne oblike predstavitvenih dogodkov. Pri hibridnih predstavitvenih dogodkih se nekateri vidiki predstavitvenega dogodka izvajajo v resničnem življenju, drugi pa na spletu. Tabela 1 vsebuje definicije virtualnih in hibridnih predstavitvenih dogodkov na kmetiji.

Predstavitveni dogodki se na splošno osredotočajo na prikaz in razumevanje inovacij v okviru delovne kmetije ali v lokalnem okolju. Temeljijo na izmenjavi znanja med kmeti ali med kmeti in akterji na področju inovacij (npr. svetovalci, raziskovalci, predlagatelji prispevkov). V skladu s filozofijo FarmDemo se zavzemamo za virtualne predstavitvene dogodke, ki spodbujajo medsebojno izmenjavo znanja med kmeti in obravnavajo potrebe kmetov. Zaradi tega bi se morali virtualni predstavitveni dogodki odvijati v vnaprej določenem času in v vnaprej določenem (virtualnem) prostoru ter bi se morali osredotočiti na medsebojno učenje in dati prednost sodelovanju kmetov.

Ta priročnik ponuja pregled najpomembnejših elementov, ki jih je treba upoštevati pri pripravi, izvajanju in ocenjevanju virtualnih predstavitvenih dogodkov. Predlaga 6 korakov, ki jih je treba upoštevati pri načrtovanju virtualnega predstavitvenega dogodka, ki se začne z jasnim ciljem in konča z ocenjevanjem in nadaljnjim spremljanjem. Ta vodnik vseskozi ponuja konkretne nasvete, trike in navdih iz prakse s pregledom možnosti za podporo oblikovanju vašega virtualnega dogodka. Več orodij, informacij in navdih iz prakse najdete v kompletu za usposabljanje FarmDemo (trainingkit.farmdemo.eu) in na YouTube kanalu FarmDemo (www.youtube.com/c/farmdemo).

Tabela 1 Definicije virtualnih in hibridnih predstavitvenih dogodkov na kmetiji

Okolje predstavitve	Definicija
Predstavitveni dogodek na kmetiji	Udeleženci in organizatorji se srečajo iz oči v oči na fizični lokaciji. Predstavitveni dogodek poteka na kmetiji, v rastlinjaku, na poskusni postaji ipd.
Virtualni predstavitveni dogodek	Dogodek poteka na spletu, kjer se udeleženci in organizatorji srečajo virtualno na spletni platformi.
Hibridni predstavitveni dogodek	Deli dogodka potekajo na spletu, drugi pa iz oči v oči. Nekateri udeleženci in organizatorji se srečajo na spletni platformi, drugi pa (tudi) iz oči v oči.



1

Določite cilj

Ko začnete organizirati virtualni predstavitevni dogodek, morate določiti svoje cilje, da boste lahko sprejeli prave odločitve za postavitev in vsebino vašega predstavitvenega dogodka. Ko definirate cilje predstavitvenega dogodka, morate oblikovati jasne odgovore na naslednja 3 vprašanja:

1. Zakaj želite organizirati predstavitevni dogodek?

Kaj želite doseči? Ali želite obveščati, usposablјati, svetovati, razpravljati ali sodelovati z ljudmi? Ali je virtualna predstavitev dobro okolje za doseg tega cilja?

2. Na koga ciljate?

Dobri vpogledi v vašo ciljno skupino udeležencev in njeno velikost pomagajo opredeliti, kako boste postavili virtualno predstavitev. Upoštevati morate: jezik, regionalno zakonodajo, sektor, izkušnje s temo, računalniško znanje, strojne in programske zmogljivosti, pasovno širino omrežja. Kar zadeva ciljne skupine, je pomembno upoštevati, da so virtualne (ali hibridne) predstavitve najbolj primerne za doseganje mladih, večjega geografskega območja (vključno z mednarodnim) in ljudi, ki so zelo zaposleni ali živijo na oddaljenih območjih.

»Virtualni predstavitevni dogodki so najbolj primerni za doseganje mladih, velikega geografskega območja in ljudi na oddaljenih območjih.«

3. Kaj želite predstaviti?

Določite temo in kaj točno želite predstaviti. Če želite to podrobno opisati, lahko izvedete analizo nalog. Analiza nalog opredeljuje delovne naloge, ki bi se jih morali učenci naučiti ali izboljšati, ter njihovo znanje in veščine, ki jih je treba razviti ali okrepiti za dobro opravljanje nalog (FAO, 2011).

Ko odgovorite na ta vprašanja, lahko razmislite, katero okolje predstavitve (na kmetiji, virtualno, hibridno) bi bilo glede na okoliščine najboljše za vaš dogodek (tabela 2).



Tabela 2 Najboljše okolje predstavitve

PREDSTAVITEV NA KMETIJI	VIRTUALNA PREDSTAVITEV	HIBRIDNA PREDSTAVITEV
- Senzorične izkušnje so ključne za uspešen rezultat predstavitve - Cilj je spodbujati medsebojne izmenjave in graditi na skupinski dinamiki - Eden od glavnih ciljev je spodbujanje mreženja	- Ciljna skupina je velika in raznolika - Ciljna skupina predstavlja široko geografsko območje - Ciljna skupina so mladi kmetje - Povabljeni bodo tuji govorci (ki govorijo druge jezike) - Znižanje potnih in lokacijskih stroškov - V primeru sanitarnih omejitev	- Podobno kot pri virtualni - V primeru, da predstavitev na kmetiji ni mogoča in želite povečati interakcijo v primerjavi z virtualnimi predstavitvami in omogočiti udeležencem kanček senzorične izkušnje

Tabela 3 Kako prilagoditi svojo virtualno predstavitev, da bo dosegla cilje¹

Cilj	Vloga udeleženca v rezultatih	Št. udeležencev	Dobre prakse za interakcijo med predstavitvijo
Obveščanje ali usposabljanje širokega kroga udeležencev o politiki, odločanju, vprašanju, inovativni kmetijski praksi, izdelku, orodju ali storitvi	Komunikacija in odločanje je predvsem enosmerna od organizatorja predstavitev do udeležencev	5 – 100	- deljenje dokumentov, predstavitev ali videoposnetkov (v realnem času) na to temo - uporaba funkcije klepeta in anket, da vključite udeležence in postavite vprašanja (za njihovo razumevanje) - izdelava videoposnetka (upoštevajte pasovno širino udeležencev) ali dokumentov, na katere se lahko udeleženci obrnejo pozneje
Posvetujte se z izbranimi udeleženci o spremembi, rešitvi, težavi, politiki, inovativni kmetijski praksi, izdelku, orodju ali storitvi	Organizator predstavitve vpraša udeležence za mnenje in se nato odloči, ali in kako ga bo uporabil za končne odločitve.	5 – 100	- uporaba klepeta in anketiranja, da pridobite mnenja udeležencev - uporaba navidezne table za zajemanje ključnih točk (podobno kot table z listi za obračanje) - ustvarjanje zapiskov v živo, tako da ljudje vidijo, da so njihove povratne informacije zajete
Pogovorite se o možnostih reševanja, (raziskave) razvoja, izvajanja raziskav, izvajanja politike z izbrano skupino udeležencev in to uporabite za spreminjanje pristopov	Organizator predstavitve uporablja prispevke udeležencev za sprejemanje odločitev	5 – 25	- udeleženci se predstavijo - med uvodom uporabite spletne kamere ali slike udeležencev - ustvarjajte zapiske v živo, ki jih lahko doda več ljudi - sodelujte pri dokumentu v skupni rabi v realnem času - uporabite ankete na točkah odločanja za premikanje razprave
Sodelujte z izbranimi udeleženci z visoko stopnjo izmenjave znanja za skupno reševanje težav, sprejemanje rešitev, ustvarjanje znanja, razvoj smernic, dokumentov ali dobrih praks	Vsi udeleženci enako prispevajo (imajo enako moč) k razpravi in skupaj ustvarjajo rezultate	5 – 12	- udeleženci se predstavijo - med uvodom uporabite spletne kamere ali slike udeležencev - uporabite videoklice za sodelovanje in za prikaz govornice telesa - sodelujte pri skupnem dokumentu v realnem času - uporabite »klepet«, da začnete razpravo in se nato osredotočite na točke, ki se pojavljajo večkrat - poskrbite, da imajo vsi možnost prispevati k razpravi - ustvarjajte zapiske v živo, kjer lahko prispeva več ljudi - udeleženci delijo videoposnetke (upoštevajte pasovno širino udeležencev) in slike o tem, kako izvajajo določeno prakso

¹ V glavnem temelji na: <https://coast.noaa.gov/data/digitalcoast/pdf/facilitating-virtual-meetings.pdf>



IZJAVA PREVZEM INSTAGRAMA

John Moriarty
Irska

John Moriarty je irski svetovalec vozlišča NEFERTITI, ki dela v agenciji Teagasc in je organiziral dogodek prevzema Instagrama za mlade.

»Želeli smo nagovoriti mlade, saj je bil dogodek osredotočen na zapuščene kmetije za proizvodnjo mleka in na to, kako bi mlade vključili v sektor mleka. (...) Rekli so nam, naj poskusimo z aplikacijo TikTok, a tam nismo imeli sledilcev. Instagram račun Teagasc je imel okoli 8000 sledilcev, ko smo organizirali dogodek, stran pa je spremljalo veliko mladih.«

Dogodek je bil promoviran na družbenih omrežjih preko vseh kanalov Teagasc (Facebook, Twitter, Instagram) in drugih organizacij z uporabo letakov, ki jih je izdelala ekipa za odnose z javnostmi.

»Okrog 6. ure zjutraj je kmet objavil prvo objavo in ves dan so objavljali slike in videe, kaj počnejo. Nekateri kmetje so vnaprej pripravili objave, vendar je bilo 75 % objav narejenih na ta dan.«

Sprva je bil načrt odpreti polje za vprašanja in odgovore in prositi ljudi, naj pošljejo svoja vprašanja kmetom. Toda en kmet je dobil toliko vprašanj, da je na vsa vprašanja odgovoril v živo.

»Število ogledov tega vira raste še danes. Ker je vse shranjeno v vrhuncih na Instagramu, si ga lahko ljudje kadar koli ogledajo.«

Kmetje so med prevzemi Instagrama uporabljali lastne mobilne telefone. En kmet je potreboval pomoč Johna in njegovih kolegov, da je ustvaril Instagram račun in se navadil na njegove funkcije, vendar med samim dogodkom ni več imel težav.

»To je bil nizkoprorračunski dogodek; imeli smo srečo z ekipo za odnose z javnostjo, ki nam je lahko pomagala. Kmetje so bili zelo pripravljeni in strastni sodelovati. Podarili smo jim bon v vrednosti 100 evrov, ki ga lahko porabijo v skoraj vseh trgovinah na Irskem, da jim sporočimo, da cenimo čas, ki so ga vložili.«

JOHNOVI NAJBOLJŠI NASVETI

Poznajite svoje občinstvo, da izberete pravo platformo in prevzem računa.

Ustvarite **skupino WhatsApp** za ekipo predstavitvene organizacije, ki bo vadila ustvarjanje videoposnetkov in fotografij ter posredovala povratne informacije pred dogodkom.

Poskrbite za **niz pravil** za vsakogar, ki prevzame uradni račun družbenega omrežja.

Izberite kmeta, ki je **navdušen, zavzet in z veseljem** uporablja družbene medije.



2 Tehnična postavitev

ZAVEDAJTE SE SVOJIH OMEJITEV

Obstaja več možnosti za postavitev virtualnega predstavitevvenega dogodka, zato je pomembno, da najprej razmislite o omejitvah glede ciljne skupine, tehnologije in organizacijskih vidikov.

Virtualno okolje prinaša nove izzive in omejitve v primerjavi s predstavitevvenimi dogodki na kmetiji. Te omejitve so v glavnem povezane z 1) tehničnimi vprašanji in 2) olajšanjem interakcije in izmenjave. Tabela 4 povzema omejitve okolij virtualnih predstavitev in praktične nasvete, kako jih nadvladati.

»Zelo pomembno je, da vnaprej temeljito preizkusite in vadite virtualni predstavitevni dogodek.«



Kontrolni seznam za raziskovanje omejitev vašega dogodka

Ciljna skupina

- ✓ Število udeležencev (npr. majhne ali velike skupine)
- ✓ Vrsta udeležencev (npr. mladi, oddaljeni, ...)
- ✓ Udobje z distribucijskimi kanali in platformo
- ✓ Njihov razpoložljivi čas
- ✓ Njihovo računalniško znanje

Tehnologija

- ✓ Strojne in programske zmogljivosti
- ✓ Pasovna širina omrežja
- ✓ Licence za platforme in orodja

Organizacija

- ✓ Razpoložljivi proračun
- ✓ Razpoložljivi čas

Tabela 4 Praktični nasveti za nadvladovanje omejitev virtualnih predstavitev

VRSTA OMEJITEV VIRTUALNIH PREDSTAVITEV	PRAKTIČNI NASVETI
Tehnična ozka grla Predvsem zaradi šibkih internetnih povezav ali pasovnih širin, ki zmanjšuje možnosti za uporabo videa ali orodij za interakcijo.	• Predhodno preizkusite in vadite celoten predstavitevni dogodek z različnimi napravami in brskalniki • Preverite zmogljivost platforme in potrebo po nakupu licenc • Upoštevajte pasovno širino in po potrebi prilagodite velikosti datotek (tudi videoposnetkov) • Sestavite tehnično ekipo za pomoč pred in med predstavitevvenim dogodkom • Če ste v zaprtih prostorih, povežite računalnik z internetom prek ethernet kabla
Ozka grla interakcije in izmenjave Predvsem zaradi pomanjkanja neformalne interakcije, dejstva, da lahko naenkrat govori samo ena oseba, oklevanje ljudi do govorjenja v virtualnih okoljih.	• Začnite predstavitev z vajo za prebijanje ledu • Spodbujajte izmenjavo med vrstniki prek funkcije klepeta • Za izmenjavo v manjših skupinah, razdelite skupino na manjše dele • Razdelite vloge med organizatorje in vključite nadzornika za upravljanje klepeta in moderatorja za olajšanje razprave in nemoteno izmenjavo.

IZBERITE PLATFORMO

Vrsta gradnikov, ki jih želite uporabiti v predstavitvenem dogodku, bo določila, katero platformo za gostovanje boste potrebovali. Ali obratno, vaša platforma je odločilna za elemente, ki jih lahko vključite v vaš predstavitveni dogodek. Na primer, vse platforme ne bodo enako funkcionalne za organizacijo farminarja. Vsaka platforma ima svoj potencial in omejitve. Pogosto uporabljene platforme so: Microsoft Teams, Zoom, Gotomeeting, Jitsi meeting, Cisco WebEx. V veliko primerih vaša organizacija že uporablja ali plačuje določene platforme, zato o tem povprašajte svoje kolege. Ko izbirate platformo, imejte v mislih tudi svoje občinstvo. Na primer, če je vaša predstavitev posebej namenjena mladim, je platforma, kot denimo Instagram ali TikTok, lahko dobra možnost. Če še nimate izkušenj, priporočamo uporabo platforme, ki jo že poznate (npr. ker jo uporabljate v lastni organizaciji).

Tukaj so povezave do pregledov programske opreme platforme za spletne seminarje: http://en.wikipedia.org/wiki/Comparison_of_web_conferencing_software ali www.growthmarketingpro.com/best-webinar-software



IZJAVA DOGODEK NA FACEBOOKU V ŽIVO

Alizée Chouteau
Francija

Alizée Chouteau je francoska svetovalka vozlišča NEFER-TITI, ki dela na Francoskem inštitutu za živilorejo in je leta 2021 organizirala dogodek na Facebooku v živo. Dogodek se je zdel dobra možnost za doseganje ljudi, ki so čez dan slabo dosegljivi in fizično ne morejo biti prisotni na dogodku.

»V različnih mrežah, ki jih spremljam na družbenih omrežjih, se je pojavljalo ponavljajoče se vprašanje glede vsebine tečaja usposabljanja odraslih (BPREA v francoščini), katerega cilj je postati rejec po prekvalifikaciji. Zato smo za naš dogodek v živo izbrali to temo.«

Za gostovanje predstavitvenega dogodka izberejo Facebook, saj je lahko dostopen in brezplačen. Vendar so naleteli na nekaj napak. En govornik se je s težavo povezal, drug dogodek pa so morali odpovedati, ker se je platforma za dogodke na Facebooku v živo med dogodkom zrušila. To je bilo stresno in razočaranje tako za organizatorje kot za udeležence.

»Facebook ima zelo enostaven dostop, ni potrebna niti registracija niti koda ali geslo, povrh vsega pa je zelo enostavno slediti. (...) Prve pol ure sem se neuspešno trudil priti do tretjega govornika, ki bi se moral pridružiti dogodku, vendar je imel težave pri povezovanju.«

Promocija je potekala preko družbenih omrežij. Alizée je informacijo objavila na spletni strani »Devenir éleveur«, ki

promovira delo kmeta, objavila pa jih je tudi v skupinah kmetov, ki jih je tema dogodka zanimala. Na dogodek se je povezalo približno 15 udeležencev. Dva učitelja (namesto treh pričakovanih) sta razložila cilje in vsebino tečaja usposabljanja odraslih za prekvalifikacijo. Alizée je moderirala klepet.

»Facebook platforma v živo ponuja možnost poudarjanja tega, kar je prikazano na zaslonu (zvočniki, klepet, videi itd.), kar je bilo zelo priročno. Vprašanja so se postavljala v klepetu. Vnaprej sem imela pripravljenih nekaj rezervnih vprašanj, če občinstvo ne bi bilo zelo aktivno, vendar mi jih ni bilo treba uporabiti.«

NAJBOLJŠI NASVETI ALIZÉE

Testirajte platformo pred dogodkom in še enkrat na isti dan dogodka.

Predhodno promovirajte dogodek v skupinah, ki se ukvarjajo s temo vaše predstavitve in ciljnim občinstvom. Z vedno več spletnih seminarjev in spletnih dogodkov morate biti proaktivni, da privabite ljudi na vaš dogodek.





IZJAVA VIRTUALNI PREDSTAVITVENI DOGODEK ZA SVETOVALCE

Marie Wesselink
Nizozemska

Marie Wesselink je raziskovalka na področju tal in sistemov kmetovanja na univerzi Wageningen in raziskav ter svetovalka vozlišča NEFERTITI na Nizozemskem. Na zahtevo zunanje svetovalne organizacije je organizirala virtualno predstavitev o načrtih gnojenja.

»Bila sem specialist in sem razlagala, kako ustvariti načrt oploditve, in sem delila rezultate raziskav. Kako izgleda načrt gnojenja v različnih regijah? Kako lahko z načrti gnojenja zmanjšamo emisije dušika? Bilo je zelo jasno vprašanje, to nam je olajšalo povedati bistveno zgodbo.«

Svetovalna organizacija je omogočila predstavitev prek Microsoft Teams, v kateri je sodelovalo 15 svetovalcev. Virtualna predstavitev je bila prvotno načrtovana za uro in pol, vendar je predstavitev zaradi navdušenja udeležencev trajala dlje.

»Virtualno predstavitev smo prvotno načrtovali za uro in pol. Začeli smo z uvodom, kjer so se vsi predstavili s sliko iz fotogalerije svojega telefona. To je razvedrilo razpoloženje in je bil dober način, da so se ljudje spoznali. Nato sem 20 minut predstavljala nekatere rezultate raziskav. Predstavitev smo namenoma skrajšali, saj smo pričakovali veliko vprašanj. Po predstavitvi je sledila odprta razprava, najprej z mano kot voditeljico, kasneje pa so ljudje razpravljali med sabo. (...)

Tudi ko so organizatorji morali oditi na naslednje srečanje, so udeleženci ostali na srečanju MS Teams in nadaljevali z razpravo. Med predstavitvijo so udeleženci uporabili klepet za razpravo in izmenjavo izkušenj. O tem smo predhodno razpravljali: ali bo klepet odvrčal pozornost? Toda na koncu so bile te razprave zelo dragocene, zato sem vesela, da nismo onemogočili klepeta.«

NAJBOLJŠI NASVETI MARIE

Ločene vloge različnim ljudem, npr. vloge posrednika, voditelja in moderatorja razdelite med tri različne osebe.

Predvajate oglase med velikimi virtualnimi predstavitvenimi dogodki, da povečate **proračun**. Podjetja lahko v okviru programa kupijo časovni okvir za predvajanje vnaprej posnetih oglasov.





3 Razvoj vsebine

Obstajajo različne vrste predstavitvenih dogodkov, ki pogosto določajo stopnjo možne interakcije.

Na primer:

- webinar oz. spletni seminar omogoča spletne predstavitve z možnostjo interakcije udeležencev,
- spletna pretočna oddaja v živo prenaša fizični dogodek brez možnosti interakcije udeležencev,
- farminar vključuje predstavitev v živo na terenu z možnostjo interakcije virtualnih udeležencev.



TRAJANJE DOGODKA

Pri oblikovanju dnevnega reda je pomembno upoštevati dolžino vašega dogodka. Dogodek lahko traja od 30 minut do nekaj ur. Upoštevajte, da je med spletnim predstavitvenim dogodkom težje ostati osredotočen dlje časa v primerjavi s predstavitvijo na kmetiji. Zato omejite čas svojega dogodka ali poskrbite za zadostno interakcijo in odmore med različnimi točkami dnevnega reda. Dober cilj za trajanje virtualnega dogodka je 60–90 minut². Pogosto bo več krajših predstavitvenih dogodkov delovalo bolje kot en dolg dogodek³. Za hibridne predstavitvene dogodke lahko razmislite o možnosti kombiniranja spletnih predstavitev ali predstavitev z vajami brez povezave v skupinah za zbiranje zamisli ali posamezno.

»Med spletnim predstavitvenim dogodkom je težje ostati osredotočen dlje časa v primerjavi s predstavitvijo na kmetiji.«

² https://www.unicef.org/knowledge-exchange/files/Webinar_production.pdf

³ <https://coast.noaa.gov/data/digitalcoast/pdf/facilitating-virtual-meetings.pdf>

SCENARIJ ZA VIRTUALNE ALI HIBRIDNE PREDSTAVITVENE DOGODKE

Scenariji za virtualni ali hibridni predstavitveni dogodek morajo vsebovati naslednje komponente:



Dobrodošlica in uvod



Izjava ali predstavitev



Omogočena razprava



Zaključek in spremljanje

Za vsako od teh 4 komponent je možnih več možnosti. Te različne možnosti imenujemo potencialni gradniki predstavitvenega dogodka. Podroben opis najpogosteje uporabljenih gradnikov v postavitvah virtualnih predstavitev je na voljo v prilogi na koncu te knjižice.

»Dnevni red virtualnega predstavitvenega dogodka bi moral vključevati dobrodošlico/ uvod, izjavo/predstavitev, omogočeno razpravo, zaključek in spremljanje.«



Dobrodošlica in uvod

V okolju virtualne predstavitve sta lahko ustrezen uvod in dobrodošlica za udeležence še pomembnejša v primerjavi s predstavitvami na kmetiji, saj so neformalne izmenjave zelo omejene. Medsebojno predstavljanje udeležencev zato zahteva bolj vodeno usmerjanje v virtualnem okolju. Eden od načinov za to je vključitev vaje za prebijanje ledu, ki dobro deluje v virtualnem okolju. Načini, kako udeležence predstaviti drug drugemu in temo, so uporaba orodij za anketiranje, kot so Mentimeter, Kahoot ali Slido, za iskanje mnenj ali predlogov na začetku vašega virtualnega predstavitvenega dogodka. Udeležence lahko tudi prosite, da se predstavijo s sliko ali predmetom. Več navdih za prebijanje ledu za virtualne dogodke najdete tukaj: www.sessionlab.com/blog/online-energizers/#warm-up-online-energizers

Gradniki za dobrodošlico in predstavitev so (podrobnejše informacije v **prilogi**):



Virtualna predstavitev



Vaja za prebijanje ledu



Olajšan virtualni uvod



Anketa za povratne informacije

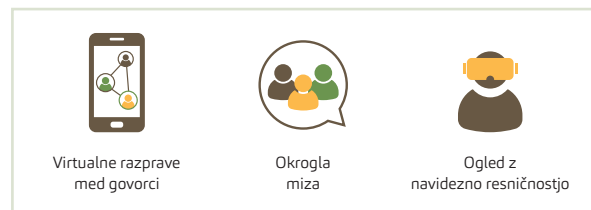




Izjava/predstavitev z vizualnimi vsebinami

Osrednji del vsakega predstavitevne dogodka je nekakšen vizualni element z izjavo ali predstavitev prakse, metode ali tehnike. To je lahko video (star ali nov), slike, izjave kmeta, predstavitev v PowerPointu z rezultati raziskav, pretakanje v živo, simulacije, virtualna resničnost itd. Ena od prednosti virtualnega okolja je, da lahko nekatere dele predstavitev pripravite vnaprej, na primer s predhodnim snemanjem videov, intervjujem ali predstavitev. Zaradi tega lahko to zahteva več časa in priprave v virtualnem okolju v primerjavi s predstavitvami na kmetiji. Seveda pa lahko predstavitev potekajo tudi v realnem času, kar je prednost, če želite povabiti udeležence, da postavljajo vprašanja med samo predstavitvijo.

Gradniki za izjave in predstavitev z vizualnimi elementi (podrobnejše informacije v **prilogi**):



HIBRID



Izjave in vizualne predstavitev se dobro prilegajo fizičnemu delu hibridnih predstavitev. Na primer, imate lahko povezavo v živo s terenom, kjer kmet predstavi prakso ali tehniko, ali povezavo v živo s studiom, kjer opravite pogovor s svetovalcem.

Najpogostejše uporabljeni formati so verjetno video posnetki in predstavitev v PowerPointu:

Videoposnetki

Videoposnetki in izjave so morda boljša možnost za virtualne predstavitev kot predstavitev v PowerPointu, ker se bolj povezujejo z dejansko prakso. Prepričajte se, da znate deliti zvok vašega računalnika z občinstvom, če želite prikazati videoposnetek z uporabo skupne rabe zaslonov na platformi. Lahko se odločite za prikaz starih videoposnetkov, ki so bili že narejeni na nedavno temo, če je težko ali vam primanjkuje proračuna za ustvarjanje novega. Navodila, kako narediti dober videoposnetek, najdete tukaj:

- Posnetki spletnega seminarja in smernice, ki jih je razvil Thomas Alföldi: nefertiti-h2020.eu/webinar
- Vodnik za kmete za ustvarjanje videoposnetkov in fotografij (razvil John Slater v imenu Dairy New Zealand): www.dairynz.co.nz/media/5791453/dairynz-picture-this-guide.pdf

- Nasveti za ustvarjanje videoposnetkov izdelkov: www.youtube.com/watch?v=QfepQIjIIRA
- Kako narediti video v stilu risanja po tabli v enem dnevu: www.youtube.com/watch?v=4nE6MciaRjo
- Kako pretvoriti predstavitev v PowerPointu v videoposnetek www.youtube.com/watch?v=D8JV3w4TOVw
- Kako ustvariti animirani video v PowerPointu: www.youtube.com/watch?v=OU5vyHaCCXg in www.youtube.com/watch?v=X1io7tFR6jI

Predstavitev

Spletne predstavitev se razlikujejo od predstavitev v živo, saj se udeleženci lažje zamotijo in govorite v kameri in ne fizičnemu občinstvu. Zato je pomembno, da imate zgodbo, ki bo pritegnila vaše udeležence. Da bi to dosegli, je treba upoštevati 3 zlata pravila⁴:

- Imejte načrt: dobro premišljeno strukturo, ki vas vodi skozi vašo zgodbo
- Angažirajte se do konca: naj bo zanimivo, nagradite občinstvo za njihovo pozornost tako, da jim daste konkreten vpogled, poiščite faktorje občudovanja, po vsakem koraku povzemite, kaj ste naredili, redno postavljajte vprašanja.
- Naj bo čim krajša: osredotočite se na bistveno in omenite dodatne informacije ali razdelite svojo predstavitev na krajše dele, ki se izmenjujejo z interaktivnimi trenutki.

⁴ <https://thefloorisyours.be/en/presenting-online/online-presentations-follow-their-own-set-of-rules/>



Omogočena razprava

Omogočena razprava je potrebna za povečanje možnosti za medsebojno izmenjavo med udeleženci ter med udeleženci in predstavljavci ter za razmislek z udeleženci o tem, kaj so opazili med predstavitvijo ali izjavo. To udeležencem zelo olajša učenje o tem, čemur so bili pravkar priča.

Število udeležencev bo vplivalo na možnosti za interakcijo. Za večje skupine udeležencev je pogosto na voljo samo funkcija klepeta. Za manjše skupine je lažje omogočiti govorno interakcijo. Večje skupine je mogoče razdeliti v ločene skupine, kar je možno v najpogostejše uporabljenih platformah, kot sta Zoom in Teams.

Nekateri organizatorji predstavitev imajo dobre izkušnje z uporabo anket pred dogodkom ali pa prosijo udeležence, da predložijo vprašanja pred dogodkom. Na ta način lahko organizatorji predstavitve bolje pripravijo predstavitveni dogodek in razpravo povežejo z interesi in vprašanji udeležencev.

»Potrebna je olajšana razprava, da bi povečali potencial za medsebojno izmenjavo in učenje med udeleženci.«

Načini za spodbujanje interakcije med vašim virtualnim predstavitvenim dogodkom

- Pripravite in zastavite **vprašanja vsem udeležencem** med in po predstavitvi.
- Vključite **razdelek z vprašanji in odgovori** (prosite moderatorja, da vam pomaga pri vodenju seje vprašanj in odgovorov).
- Uporabite funkcijo **klepeta v živo** na virtualni platformi (prosite moderatorja, naj spremlja vprašanja in komentarje v klepetu, medtem ko predstavljate).
- Preizkusite svoje občinstvo s **hitrim kvizom** o tem, kaj ste predstavili.
- Če izvajate serijo virtualnih dogodkov: **izzovite udeležence, naj ukrepajo** na podlagi tega, kar ste prikazali (npr. pripravite videoposnetek, pošljite sliko) kot vnos za razpravo med naslednjim dogodkom ali da izberejo, kdo je najbolje opravil delo, je bilo najbolj inovativno, ...

Za spodbujanje interakcije je mogoče uporabiti številna dodatna **spletna orodja**. V tem primeru jih morate vnaprej pripraviti in preizkusiti v več brskalniki ter svojim udeležencem zagotoviti povezavo, da bodo lahko uporabljali orodje. V nadaljevanju je naštetih nekaj primerov:

- **Ankete in raziskave**
Ankete so dober način za hitro zbiranje mnenj udeležencev in njihovo deljenje s skupino ali kot izhodišče za širšo razpravo. Nekatere platforme imajo vključeno

takšno funkcijo, v kateri lahko postavljate vprašanja, zahtevate od udeležencev, da glasujejo, in rezultate takoj prikažete v realnem času (npr. Zoom). Če ta funkcija ni vključena, bi lahko razmislili o uporabi orodij, kot so Mentimeter (www.mentimeter.com), Slido (www.sli.do) ali Kahoot (kahoot.com/business/presentations) kot dodatek virtualni platformi.

- **Zbiranje zamisli in oglasne deske**
Uporabite lahko orodja, v katerih lahko udeleženci sami podajo mnenja ali prispevke o določenih vprašanjih (na primer, kot bi to storili s samolepljivimi lističi na sestanku tematske skupine). Takšna orodja je mogoče urediti vnaprej, na primer z dodajanjem vprašanj ali ustvarjanjem matrice, ki jo je treba izpolniti med razpravo. Razpoložljiva orodja: Pin Up (pinup.com; enostavno za uporabo in brezplačno); Jamboard (jamboard.google.com; enostavno za uporabo in brezplačno); Klaxoon (klaxoon.com/our-products/klaxoon/brainstorm; obsežne funkcije, brezplačno spletno usposabljanje); Mural (mural.co; obsežne funkcionalnosti, brezplačno spletno usposabljanje); Miro (miro.com; podobno kot Mural, vendar morate plačati za nečlane, ki sodelujejo v seji).
- **Skupaj ustvarite vsebino**
Vsebine in zgodbe lahko skupaj s svojimi udeleženci ustvarjate tudi na spletu: na primer smernice za dobre prakse določene inovacije. S skupnim ustvarjanjem takšne zgodbe morajo udeleženci med seboj deliti svoje znanje in izkušnje. Za to je mogoče uporabiti orodje Boords (boords.com/storyboard-creator). Uporabljajo se lahko tudi druge aplikacije, kjer lahko udeleženci sodelujejo pri ustvarjanju vsebine, kot so predstavitve, listi in dokumenti, ustvarjeni na Google Drive.

V hibridnih okoljih je mogoče organizirati panelne razprave ali razpravo s povabljenimi člani o predhodno pripravljenih vprašanjih v okolju iz oči v oči. Spletne udeležence lahko na primer povabite, da postavljajo vprašanja s funkcijo klepeta.

Gradniki za omogočanje razprave (podrobnejše informacije v **prilogi**):

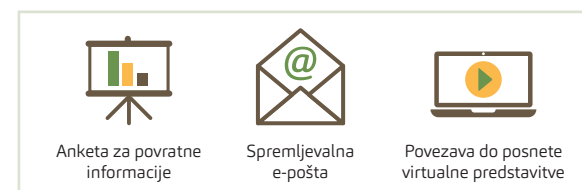


Zaključek in spremljanje

Za zaključek virtualne predstavitve načrtujte zaključek in spremljanje. Med zaključkom lahko povzamete ključna sporočila, se vrnite na pričakovanja, navedena na začetku dogodka, zbirate povratne informacije itd. Pomembno je, da ste jasni, kaj lahko udeleženci še pričakujejo: (kdaj) bo naslednje srečanje? Na koga se udeleženci lahko obrnejo, če imajo vprašanja? Kje lahko udeleženci najdejo več informacij o temi predstavitve?

Če želite zbrati povratne informacije o organizaciji in vsebini predstavitve, lahko uporabite anketo (npr. z uporabo Mentimetra). To je hiter način za zbiranje povratnih informacij udeležencev, ki jih lahko uporabite za oceno predstavitve in izboljšanje naslednjega virtualnega predstavitvenega dogodka (glejte 6. korak).

Potencialni gradniki za zaključek in nadaljnje spremljanje (podrobnejše informacije v **prilogi**):



IZJAVA SPLETNI SEMINAR V APLIKACIJI ZOOM

Dimitar Vanev
Bolgarija

Dimitar Vanev je bolgarski svetovalec vozlišča NEFERTI-TI in dela kot direktor Nacionalne kmetijske svetovalne službe (NAAS). Leta 2021 je s svojim vozliščem organiziral spletni seminar o pridelavi lešnikov.

»Lešnik je za bolgarske kmete precej nov način pridelave. Danes ga prideluje malo kmetov in večina jih ima nizke donose tudi po 5 letih pridelave. Proizvodnja (...) se je v zadnjem času razširila po vsej državi. Kmetje ne uporabljajo ustreznih tehnologij za njegovo proizvodnjo, zato je treba organizirati predstavitev o tem.«

Dimitar je z drugimi svetovalci vozlišča izbral temo in poskušali so najti najboljši termin:

»Spletni seminar je moral potekati popoldne, saj vsakodnevno delo traja do poldneva. Ponedeljek ni najboljši dan, saj je težko poslati ustrezen opomnik. Za spletni seminar smo se odločili februarja, pred pomladjo, kar je pomemben letni čas za pridelavo lešnikov.«

Za platformo spletnega seminarja je bil izbran Zoom, saj ima NAAS letno naročnino na platformo.

Ciljno občinstvo predstavitve so bili pridelovalci lešnikov in svetovalci državne službe. V predstavitvi je sodelovalo od 70 do 80 ljudi (40 % svetovalcev, 60 % kmetov).

»Vabilo smo poslali našim območnim uradom in jih prosili, naj informacije posredujejo kmetom. V postopku registracije smo kmete povprašali o njihovih morebitnih vprašanjih, da smo lahko predhodno pripravili predavanje.«

Kot govorca sta bila povabljeni dva kmeta: en kmet s 15-letnimi izkušnjami pri pridelavi lešnikov in en mladi kmet z 2 letoma izkušenj. Dimitar in njegova ekipa so se na kmetiji izkušenega kmeta odločili posneti 20-minutni video o tehnologijah, ki se uporabljajo pri pridelavi lešnikov. Stroški so bili omejeni, saj je mladi kmet sprejel, da videoposnetek posname brezplačno.

»Kmet je pripravljen spodbujati proizvodnjo in iskati nove proizvajalce, saj želi podpreti svojo zadrugo. Video smo posneli in pripravili sami, kar je prihranilo veliko denarja.«

Spletni seminar se je začel z videoposnetkom, nato pa je sledil pogovor z izkušenim kmetom. Nato je mladi kmet razložil svoje izkušnje in svoje težave pri pridelavi lešnikov. Udeleženci so lahko postavljali vprašanja v klepetu. Dimitar je omogočil izmenjave, njegov kolega pa se je ukvarjal s tehnično podporo (izključeni mikrofoni, težave s povezavo itd.).

»Spletni seminar bi naj trajal približno eno uro, vendar so izmenjave potekale tudi po izteku časa. Nekateri kmetje prosil, naj ne zaprejo platforme, da nadaljujejo razpravo v majhnih skupinah. To je bil pozitiven znak.«

Dimitar čaka na odgovore izstopne ankete, ki je bila poslana udeležencem, da se izboljšajo za prihodnje dogodke. Meni, da bi kviz ali interaktivni vprašalnik lahko poskrbel za več dinamičnega okolja za prihodnje virtualne predstavitve.

DIMITROVI NAJBOLJŠI NASVETI

Zagotovite priložnost za izmenjavo po srečanju (neformalno, v podskupinah), brez moderiranja.

Ne oklevajte in bodite bolj ustvarjalni, tako da vključite različne gradnike (videoposnetke, kviz, slike itd.), da povečate interaktivnost in ustvarite bolj dinamično okolje.





4

Promovirajte svoj virtualni predstavitveni dogodek

Vsak predstavitveni dogodek je treba promovirati med ciljnimi udeleženci. Promocija za virtualni dogodek je podobna promociji dogodka na kmetiji. Uporabite lahko poštne seznane, spletna mesta, družbene medije, radio, navzkrižno objavljane prek sodelavcev ali partnerjev v vaši mreži.

Ko povabite udeležence na virtualni predstavitveni dogodek, mora vaše povabilo vsebovati:

- Ime dogodka
- Cilj dogodka
- Čas
- Po potrebi dnevni red s slavnostnimi govorniki
- Povezavo za prijavo na dogodek



Ko so udeleženci prijavljeni, jim zagotovite:

- Povezavo do platforme.
- Priročnik z enostavnimi navodili, kako se prijaviti v platformo (če udeleženci še nimajo izkušenj s platformo).
- Obvestite jih, ali se bo predstavitveni dogodek snemal (zaradi skladnosti s predpisi splošne uredbe o varstvu podatkov).
- Vse druge pomembne informacije, npr. predstavitev, videoposnetke, dnevni red, do katerih bi lahko dostopali v primeru tehničnih težav med predstavitvenim dogodkom.
- Če je relevantno, anketa, da povprašate po njihovih pričakovanjih, mnenjih, vprašanjih v zvezi s temo vaše predstavitve.

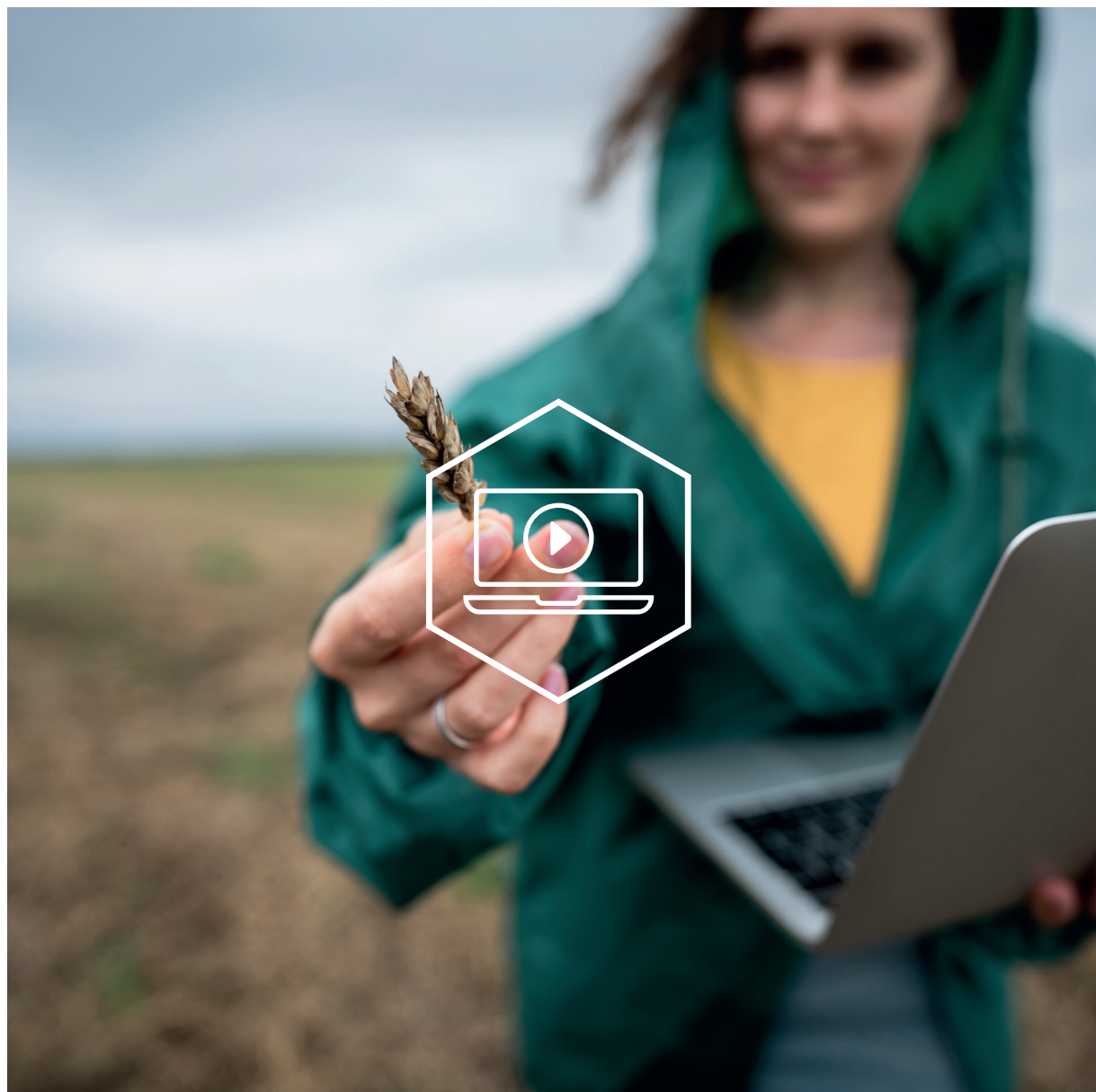
Po potrebi zagotovite pomoč svojim udeležencem, ki še niso seznanjeni s programsko opremo, preden se dogodek izvede.



5

Izvedite virtualni predstavitveni dogodek

Med dejanskim predstavitvenim dogodkom je pomembno jasno porazdeliti vloge med organizatorje, da zagotovite nemoten potek predstavitve. Ločimo tri vloge: moderator, predstavljavec in tehnični strokovnjak.





MODERATOR

Moderator je pomemben za zagotavljanje nemotenega procesa in izmenjave znanja. Vloga moderatorja je⁵:

- Promocija dogodka.
- Postavitev spletne platforme.
- Poskrbi za otvoritev virtualnega predstavitevne dogodka. To vključuje pozdravljanje udeležencev, predstavitev predstavljavcev, organizacijo predstavitev udeležencev, razlago značilnosti platforme, razlago dnevnega reda, zagotavljanje časa za interakcijo, določanje nekaterih pravil na začetku dogodka (npr. utišajte mikrofona, ko ne govorite, uporabite klepet za postavljanje vprašanj).
- Po potrebi snema dogodek (upoštevajte pravila splošne uredbe o varstvu podatkov in se prepričajte, da se vaši udeleženci strinjajo).
- Organizira ali zagotovi tehnično podporo udeležencem (če je potrebno).
- Pomaga predstavljavcu pri olajšanju interakcije. Na primer, moderator lahko spremlja komentarje v razdelku za klepet in poskrbi, da so vprašanja obravnavana.
- Zagotovi nadaljnje spremljanje (glejte 6. korak).

⁵ https://www.unicef.org/knowledge-exchange/files/Webinar_production.pdf



PREDSTAVLJAVEC

Predstavljavec je običajno oseba, ki za udeležence pripravi predstavitev, izjavo ali razlago na temo dogodka. Predstavljavec in moderator sta različni osebi. Če ni druge možnosti, lahko pri manjših srečanjih z omejenim številom udeležencev predstavljavec prevzame tudi vlogo moderatorja. Toda ugotovili boste, da se je težko hkrati osredotočiti na vsebino predstavitve, povratne informacije udeležencev v klepetu in morda beleženje povedanega.

Predstavljavec bo⁶:

- Pripravil vsebino (video, predstavitev, slike, izjave, pretočno predvajanje v živo ...) na temo dogodka, ki jo deli z udeleženci.
- Se seznanil s funkcijami platforme. Poskrbel, da boste vedeli uporabljati zaslon v skupni rabi. Raziskal funkcije za spodbujanje interakcije z udeleženci. Če želijo prikazati videoposnetek na virtualni platformi, naj preverijo vadnice platforme, kako pravilno nastaviti zvočne nastavitve, da bodo vsi udeleženci lahko slišali posnetke.
- Med predstavitvijo z interakcijo vključil udeležence. Tukaj lahko najdete 5 načinov, kako narediti vašo virtualno predstavitev bolj interaktivno: <https://medium.com/@speakerhubHQ/5-ways-to-make-your-webinar-interactive-183254434117>
- Ostal prisoten med celotnim dogodkom za vprašanja in odgovore.

⁶ https://www.unicef.org/knowledge-exchange/files/Webinar_production.pdf



TEHNIČNI STROKOVNJAKI

Zaradi tehnične specifičnosti virtualnih predstavitev dogodkov je pomembno, da imamo osebo ali ekipo, ki skrbi za vse tehnične težave. Kot je opisano v 2. koraku, imajo virtualni predstavitveni dogodki tehnična ozka grla. Tehnični strokovnjaki lahko predvidevajo ta ozka grla in jih obravnavajo v pripravi ter med virtualnim predstavitvenim dogodkom. Tehnični strokovnjaki lahko ponujajo podporo tako organizatorjem predstavitev kot tudi udeležencem. Načini, na katere lahko tehnični strokovnjaki ponudijo podporo, so:

»Imejte osebo ali ekipo, ki bo poskrbela za vse tehnične težave.«

- Predhodno testiranje celotnega programa na izbrani digitalni platformi in odpravljanje morebitnih težav.
- Podpora zunanjim predstavljavcem (npr. kmetom, svetovalcem, raziskovalcem) s predhodnim snemanjem predstavitev ali videoposnetkov, kjer je to ustrezno.
- Pomoč udeležencem pri povezovanju, izklopu/vklopu zvoka, omogočanju klepeta itd.
- Ustvarjanje skupine WhatsApp s celotno organizacijsko ekipo, da ostanejo v stiku in rešujejo tehnične težave med dogodkom.

IZJAVA HIBRIDNI SPLETNI SEMINAR ZA ŠTUDENTE

Andras Ver
Madžarska

Andras Ver je madžarski svetovalec vozlišča NEFERTITI, ki dela kot višji znanstveni sodelavec na Fakulteti za kmetijske in živilske vede Univerze Széchenyi István. Leta 2021 je organiziral spletni seminar na temo »biti kmetijski svetovalec«.

»Želeli smo narediti dogodek o svetovalnih storitvah. S sodelavci smo zbirali zamisli in pogledali, kaj so organizirale druge države, in se nato odločili, da bomo organizirali mešano predstavitev, pri čemer bi del predstavitve potekal v živo na terenu s kmetom, vendar z virtualnim občinstvom.«

Ciljno občinstvo so bili predvsem študenti z njegove lastne univerze. Andras je z učenci in učitelji preveril urnik, daje čas dogodka ustrezen njihovemu dnevnemu redu. Dogodek je bil promoviran preko spletne strani univerze in družbenih omrežij.

»Najuspešnejši kanal je bila Facebook stran oddelka z mojega inštituta. Uporabili smo platformo za srečanje Google, ki so se je študenti zlahka udeležili: vse, kar so potrebovali, je naslov Gmail, ki ga ima vsak.«

Na spletnem seminarju je sodelovalo približno 25 študentov in drugi kolegi iz mreže NEFERTITI, ki so aktivno

sodelovali prek klepeta ali postavljanja vprašanj. En kolega je vodil klepet, Andras je vodil globalni spletni seminar, druga (Victoria) pa je bila na terenu s kmetom. Povezava in videoposnetek sta bila izvedena preko Victorijinega mobilnega telefona.

»Da bi obravnavali usposobljenost svetovalcev, kakšne naloge opravljajo, tipične značilnosti učinkovitega svetovalca, je bila ena od naših kolegic na terenu s kmetom. Podala je kratko izjavo o svetovalnem delu v resničnem življenju. Nato je opravila intervju s kmetom, da bi pojasnila, zakaj so svetovalne storitve pomembne za kmeta.«

Nekateri udeleženci so se obrnili na Andrasa pred in po srečanju, da bi izvedeli več o temi. Uspešna ni bila le zelo dobra zgodba, o kateri so skrbno razmišljali, ampak tudi dejstvo, da so vse preizkusili pred predstavitvenim dogodkom.

»Predstavitve je bila prilagodljiva in uspešna ter je omogočala gibanje. Odlično bi bilo, če bi lahko uporabili opremo proti vetru in izboljšali zvok. Poleg tega, ker smo uporabljali samo mobilni telefon, je edini strošek predstavitve bila Victorijina pot na kmetijo. (...) Victoria je šla na kmetijo 2 uri pred predstavitvenim dogodkom, da bi preverila, ali je dostop do interneta v redu, ali jo lahko slišimo itd.«

ANDRASOVI NAJBOLJŠI NASVETI

Opravite preskus pred srečanjem, nato še isti dan: preverite dostop do interneta, vreme, če naj bi predstavitev potekala zunaj. To vam bo prihranilo veliko časa in živcev!

Dobra zgodba s strogo časovnico je ključnega pomena za ohranjanje pozornosti vašega občinstva.





6

Ocenite in spremljajte virtualne predstavitvene dogodke

OCENITE, DA SE NAUČITE

Ocenjevanje je pomemben, a pogosto pozabljen vidik v celotnem procesu organizacije predstavitev dogodkov. Ker je to edini način, da se naučite in izboljšate svoje prihodnje predstavitvene dogodke, bi si organizatorji predstavitev dogodkov morali po dogodku vzeti čas za te dejavnosti. Če želite pridobiti spoznanja iz svojih preteklih izkušenj, je razprava o vseh povratnih informacijah in lastnih razmišljanjih znotraj organizacijske skupine zelo dragoceno. Načrt postopka o tem, kako je to mogoče izvesti, je na voljo na <https://trainingkit.farmdemo.eu/tools-for-evaluation-and-follow-up/>.

»Vzemite si čas za oceno svojega virtualnega dogodka, saj se le tako lahko naučite, kako izboljšati prihodnje predstavitvene dogodke.«

POVRATNE INFORMACIJE UDELEŽENCEV

Pomemben prispevek, ki ga je treba upoštevati pri ocenjevanju predstavitvenega dogodka, so povratne informacije udeležencev. Povratne informacije je mogoče pridobiti s spletnim vprašalnikom, ki ga pošljemo udeležencem (npr. v Google Forms, Lime Survey ali Survey Monkey). Vprašanja, ki jih lahko postavite, so:

- Ali je virtualna predstavitev izpolnila vašo pričakovanja? Zakaj/zakaj ne?
- V kolikšni meri ste cenili različne dele (npr. predstavitev X, razprava, izjava Y) virtualne predstavitve? (Označite s kljukico)
- Kaj vam je bilo najbolj zanimivo med virtualno predstavitvijo?
- Kaj ste pogrešali med virtualno predstavitvijo?
- kateri vidik iz virtualne predstavitve boste uporabili na vaši kmetiji?
- Katere so ovire za uporabo tega, kar ste se naučili med virtualno predstavitvijo?
- Kako vam je bila všeč platforma in orodja, uporabljena med virtualno predstavitvijo?
- Ali imate kakšne predloge za teme in/ali oblike prihodnje virtualne predstavitve?

Dodate lahko tudi vprašanja za iskanje specifičnih povratnih informacij o: ravni interakcije, omogočanju in podpori, uporabljeni tehnologiji itd., da se več naučite o teh vidikih virtualnih predstavitev dogodkov.

Drug način za pridobitev povratnih informacij je, da anketo vključite med zaključkom dogodka. To zagotavlja najvišjo stopnjo odziva, saj so udeleženci med predstavitvenim dogodkom aktivirani, da zagotovijo povratne informacije in jim ni treba izpolnjevati ankete v njihovem prostem času.

SPREMLJANJE

Poleg pošiljanja ankete za povratne informacije udeležencem je mogoče deliti tudi druge (povezave do) dodatne informacije (npr. na koga se obrniti za dodatne informacije), posnetke dogodka in predstavitveni material, uporabljen med dogodkom. Te informacije so lahko na voljo tudi na spletnih mestih in prek družbenih omrežij, da povečate učinek vaše predstavitve.



IZJAVA VIRTUALNA PREDSTAVITEV S PREDHODNO POSNETIMI VIDEOPOSNETKI

Luis Orcaray
Španija

Luis Orcaray je španski svetovalec vozlišča NEFERTITI in se ukvarja s kmetijstvom, usmerjenim v ohranjanje tal. V okviru svoje organizacije so INTIA, Luis in njegovi sodelavci organizirali **tridnevni virtualni predstavitevni dogodek** o zimskih žitih v letu 2020.

»Spomladi vedno organiziramo to predstavitev, kjer povezujemo kmete med sabo. Toda letos smo morali preiti na virtualno predstavitev. Dogodek smo razdelili na tri dni in na isti dan povabili ljudi iz iste regije. Ko organiziramo predstavitev na terenu, imamo različne skupine, zato smo se odločili, da se bomo tega držali.«

Predstavitev je bila organizirana preko ZOOM-a in je bila sestavljena iz kratkih predstavitev, izmenično s predhodno posnetimi videoposnetki, ki so jim sledila vprašanja in odgovori ter splošne razprave z uporabo Mentimetra, klepeta in funkcije »dvigni roko«, ki jo je vodil moderator. Potekala je tudi zaključna okrogla miza s povabljenimi kmeti, tehniki in direktorji zadrug.

»Predstavitve se je udeležilo veliko več ljudi, kot smo vajeni. Predstavitve se je udeležilo več ljudi iz oddaljenih območij, ker jim ni bilo treba potovati.«

Vnaprej posneti videoposnetki so bili posneti z mobilnimi telefoni in prostoročnim mikrofonom. Luis in njegova ekipa so odkrili, da so se videoposnetki predvajali bolje, če so nekoliko zmanjšali kakovost videoposnetka. To tudi zmanjša velikost datoteke in zahtevano pasovno širino, kar je preprečilo, da bi video zaostajal na določenih napravah in/ali pri nestabilnih internetnih povezavah.

»Razmišljali smo o uporabi profesionalnih kamer za videoposnetke, vendar bi to bilo zelo drago. Večino časa nam je pravzaprav vzela priprava videoposnetkov. Eden od naših kolegov je znal urejati videoposnetke, kar je bilo zelo koristno. Toda tudi kratki videoposnetki se dolgo snemajo in montirajo.«

Po dogodku je organizacijska ekipa po e-pošti odgovorila na vprašanja iz klepeta, ki med predstavitvijo niso bila obravnavana, in vsem udeležencem poslala anketo za povratne informacije. Luis meni, da je predstavitev bila zelo uspešna, saj je potekala gladko, udeleženci pa so z anketo posredovali pozitivne povratne informacije.

»Pri organiziranju virtualne predstavitve je zelo pomembna priprava. Preizkusili smo vse, tudi če so vnaprej posneti videoposnetki delovali na različnih vrstah naprav. Opazili smo, da na mobilnih telefonih ne deluje dobro, zato smo ljudem svetovali, naj med predstavitvijo uporabljajo tablico, prenosnik ali računalnik in se prepričajo, da imajo dostop do stabilne internetne povezave.«



LUISOVI NAJBOLJŠI NASVETI

Priprava je ključnega pomena! Pred virtualno predstavitvijo preverite, ali vse deluje na različnih vrstah naprav: platforme za gostovanje, videoposnetki itd.

Za **optimalno interakcijo veliko bolje delujejo majhne skupine**, kot tudi **izmenjavanje različnih gradnikov v predstavitvi** (npr. predstavitve, kratki videoposnetki, moderirane razprave itd.).

Dolžino predstavitevne dogodka omejite na manj kot 2 uri, da ohranite pozornost udeležencev.



7

Priloga: Gradniki za virtualne predstavitvene dogodke

Pri oblikovanju predstavitve lahko uporabite različne gradnike za sestavljanje programa. V spodnji tabeli povzemamo gradnike za štiri različne komponente virtualnega predstavitvenega dogodka (dobrodošlica in uvod, izjave/predstavitev, omogočena razprava, zaključek in spremljanje). Za vsak gradnik ponujamo kratek opis, ki opredeljuje gradnik, razložimo, kdaj ga je koristno uporabiti, in kjer je ustrezno, navedemo pomanjkljivosti in primere dobre prakse.

To nikakor ni mišljeno kot izčrpen pregled, ampak kot navdih za vse, ki želijo organizirati virtualne ali hibridne predstavitvene dogodke.

Gradnik	Opis	Zanimivo za uporabo za/v primeru	Točke, ki jih je treba upoštevati/slabosti	Primer dobre prakse (spletne povezave)
DOBRODOŠLICA IN UVOD				
 Vaja za prebijanje ledu	Zabavne, majhne vaje za »prebijanje ledu«. Cilj je spoznati drug drugega in razbiti formalnost.	Zlasti pomembno, ko se udeleženci ne poznajo. Ljudem pomaga, da se odprejo in povabi udeležence, da delijo svoje misli.	Pomembno je izbrati vajo za prebijanje ledu, ki ustreza vrsti udeležencev, velikosti skupine in razpoložljivemu času. Vaje za prebijanje ledu lahko vzamejo kar nekaj časa in bi morale zato v programu dobiti namenski časovni okvir.	Vaje za prebijanje ledu za virtualna srečanja: www.sessionlab.com/blog/online-energizers/#warm-up-online-energizers
 Oljašan virtualni uvod	Udeležence prosite, naj se na primer predstavijo z uporabo navidezne table.	Zanimivo za uporabo, ko se udeleženci ne poznajo.	Predstavljanje lahko vzame veliko časa, še posebej, če je skupina velika. Na diapozitivu lahko napišete nekaj zelo natančnih vprašanj, na katera morajo udeleženci odgovoriti (ime, lokacij vrsta kmetije itd.), da se izognete predolgim predstavljanjem.	www.mural.co/blog/online-warm-ups-energizers
 Anketa za povratne informacije	Anketa za zbiranje mnenj, pričakovanj itd. na začetku dogodka.	Rezultate ankete lahko uporabite za razpravo pozneje v programu ali za razmislek o srečanju med zaključkom.	Zavedajte se, da nekateri udeleženci morda niso seznanjeni z uporabo anket: preden začnete si vzemite čas in razložite, kako deluje.	www.mentimeter.com www.sli.do kahoot.com/business/presentations
 Virtualna predstavitev	(PowerPoint) predstavitev za predstavljanje predstavitvene teme, »hišnega reda«, orisa programa itd.	Uvodna predstavitev lahko poteka v različnih oblikah, vendar jo je treba vedno vključiti, da se pravilno predstavi predstavitveni dogodek.	Uvod naj ne bo predolg, brez interakcije. To bi že na samem začetku črpalo energijo iz srečanja.	thefloorisyours.be/en/presenting-online/online-presentations-follow-their-own-set-of-rules thefloorisyours.be/en/presenting-online/more-warmth-in-your-online-presentations

Gradnik	Opis	Zanimivo za uporabo za/v primeru	Točke, ki jih je treba upoštevati/slabosti	Primer dobre prakse (spletne povezave)
IZJAVA/PREDSTAVITEV Z VIZUALNIMI VSEBINAMI				
 Predhodno posnet video	Video posnetke tehnik, praks ali metod je mogoče vnaprej posneti in predvajati med virtualnim predstavitevni dogodkom.	Vnaprej posneti videoposnetki so dober način za vključitev kmetije v vaš virtualni dogodek, ne da bi morali imeti bolj zapleteno tehnološko postavitev za hibridne dogodke, s prenosom s kmetije v živo. Prav tako vam med vašim spletnih dogodkom omogoča prikaz več različnih praks. Če nimate na razpolago velikega proračuna, lahko za snemanje videoposnetkov uporabite mobilne telefone. Prav tako lahko znova uporabite videoposnetek, ki ustreza temi predstavitve.	Pri snemanju videoposnetkov bodite pozorni tako na sliko kot na zvok. Prepričajte se, da pravilno zajamete zvok. Zavedajte se, da urejanje videa traja precej časa.	nefertiti-h2020.eu/webinar www.dairynz.co.nz/media/5791453/dairynz-picture-this-guide.pdf www.youtube.com/watch?v=QfepQljlIRA www.youtube.com/watch?v=4nE6MciaRjo www.youtube.com/watch?v=D8JV3w4TOVw
 Virtualna predstavitev	(PowerPoint) predstavitev za predstavljanje rezultatov, orodij, metod itd.	Zanimivo, če želite deliti podatke, analizirane rezultate ali proces, ki ga je težko prikazati na videu. Ali če želite izjavo podkrepiti s slikami.	Naj bo kratka, če želite, da vaše občinstvo ostane osredotočeno. Poskusite vključiti interakcijo z vašim občinstvom, da se prepričate, ali razumejo, kaj predstavljate.	thefloorisyours.be/en/presenting-online/online-presentations-follow-their-own-set-of-rules/ thefloorisyours.be/en/presenting-online/more-warmth-in-your-online-presentations/
 Izjave kmetov	Kmetje pripovedujejo o svojih izkušnjah s prakso, tehniko ali metodo. Kako so uvedli inovacijo in kakšna so njihova mnenja?	Kmetje radi slišijo zgodbe svojih vrstnikov. Dodajanje izjav kmetov bo udeležencem pomagalo bolje razumeti, kaj tema pomeni v praksi.	Izberite kmeta, ki je tekoč govorec in si želi posredovati svoje sporočilo. Predstavitve s kmetom pripravite pred predstavitvijo.	vod.video.cornell.edu/media/Farmer+Presentations+from+%E2%80%9CBeyond+Direct+MarketingA+Exploring+New+Ways+to+Sell%E2%80%9C1_gbkdx6te
 Virtualni intervju	Intervju s kmeti, raziskovalci, svetovalci, oblikovalci politik itd. med virtualnim predstavitevni dogodkom.	Če v vaš predstavitevni dogodek vključite več perspektiv, lahko to obogati razpravo in razumevanje teme s strani udeležencev.	Na številnih spletnih platformah je mogoče pripeti ali poudariti govornike. S tem pozornost udeležencev bolj usmerite na osebo, ki se jo intervjuja.	www.youtube.com/watch?v=m1FRCr1-9CU&list=PLOYrtkIDkcdQ54a61JmJ44g8g8zr4IHPA&index=7
 Mnenje strokovnjakov	Povabite lahko strokovnjake za temo predstavitve, da delijo svoja mnenja in strokovno znanje o tej temi.	Če pritegnete strokovnjaka, ki lahko zagotovi dodatne informacije in se poglobi v izkušnje, pridobljene po izjavi kmeta, lahko to udeležencem olajša, da odnesejo sporočila s sabo in potegnejo vzporednice z lastno kmetijo.	Enako kot pri kmetih mora moderator poskrbeti, da bo strokovnjak osredotočen na temo predstavitve.	

Gradnik	Opis	Zanimivo za uporabo za/v primeru	Točke, ki jih je treba upoštevati/slabosti	Primer dobre prakse (spletne povezave)
 Okrogla miza	Izbrane strokovnjake in praktike lahko povabite, da razpravljajo o določeni temi ali vprašanjih v okviru virtualne okrogle mize, ki jo vodi moderator. Udeleženci predstavitvenega dogodka lahko le opazujejo ali postavljajo vprašanja.	Če v vaš predstavitveni dogodek vključite več perspektiv, lahko to obogati razpravo in razumevanje teme s strani udeležencev.	Na številnih spletnih platformah je mogoče pripeti ali poudariti govornike. S tem pozornost udeležencev bolj usmerite na govornike okrogle mize. Poskrbite, da bo vsak govornik dobil priložnost spregovoriti. Takšno razpravo je treba dobro pripraviti vnaprej. Skrbno izberite udeležence okrogle mize.	
 Ogled z navidežno resničnostjo	Ustvarjanje simulirane izkušnje, na primer kmetije v resničnem življenju ali potencialne prihodnje kmetije.	Zlasti koristno, če želite udeležencem ponuditi izkušnjo ogleda kmetije, predstaviti visokotehnološke inovacije ali simulacijo kmetije.	Zahteva obsežno tehnično znanje in veščine. To ni poceni.	plaid-h2020.hutton.ac.uk/farm-app-trainingkit.farmdemo.eu/wpcontent/uploads/2020/07/Guidelines-for-using-the-virtual-farm-in-Android.pdf youtu.be/kjle4_UE9zY?t=3452
 Prevzem družbenega omrežja	Kmetje, svetovalci, raziskovalci itd. lahko prevzamejo obstoječi račun na družbenih omrežjih, da pokažejo svoje prakse.	To še posebej dobro deluje, če je za prevzem mogoče uporabiti račun z velikim številom sledilcev ciljnega občinstva.	Pri izbiri družbenega omrežja upoštevajte: • Ciljno občinstvo in njihovo uporabo družbenih omrežij • Obstoječo prisotnost/število sledilcev na družbenih omrežjih • Nabor pravil za uporabo računa	www.instagram.com/tv/CA_FoOchH2eh www.instagram.com/tv/CA-q-gdnOSe www.instagram.com/tv/CA-JK1anb3x www.youtube.com/watch?v=CBkRe31VWwk www.youtube.com/watch?v=6RoDkvcWY5g

MOŽNOST HIBRIDNE PREDSTAVITVE ZA IZJAVE IN PREDSTAVITVE

 Povezava v živo do polja z interakcijo v živo	Udeleženci se povežejo s spletno platformo, kjer se jih poveže s prenosom v živo na terenu z interakcijo v živo.	Zelo zanimivo in uporabno, če je sezonskost tega, kar želite prikazati, skladna z datumom predstavitve.	Zahteva naprednejša tehnična znanja za zagotavljanje stabilne povezave, zadostno kakovost prenosa v živo, možnost interakcije z udeleženci, pa tudi dobro pripravljenega kmeta in moderatorja na terenu. Treba se je dobro časovno pripraviti ter vnaprej vaditi celotno predstavitev.	www.youtube.com/watch?v=YcHUm-kWhL2Q&list=PLoM2EpmMX11cVgoHOKi-sYiV9l5KKqTnlq
 Ogled kmetije prek povezave v živo	Udeleženci se povežejo s spletno platformo, kjer se jih poveže s prenosom v živo z ogledom kmetije.	Zlasti uporabno, če želite organizirati predstavitev o kmetiji kot celoti in ne o določenem delu kmetije.	Zahteva naprednejša tehnična znanja za zagotavljanje stabilne povezave, zadostno kakovost prenosa v živo, možnost interakcije z udeleženci, pa tudi samozaveznega kmeta in moderatorja na terenu. Treba se je dobro časovno pripraviti ter vnaprej vaditi celotno predstavitev.	
 Intervju v živo	Intervju v živo s kmetom, svetovalcem, raziskovalcem itd. v studiu.	Omejuje morebitne tehnične zaplete v primerjavi z virtualnim intervjujem. Možna je fizična interakcija med anketarjem in intervjuvancem.	Zahteva pripravo z intervjuvancem. Vnaprej se pogovorite o vprašanjih, ki jih boste zastavili, in o možnih odgovorih sogovornika.	

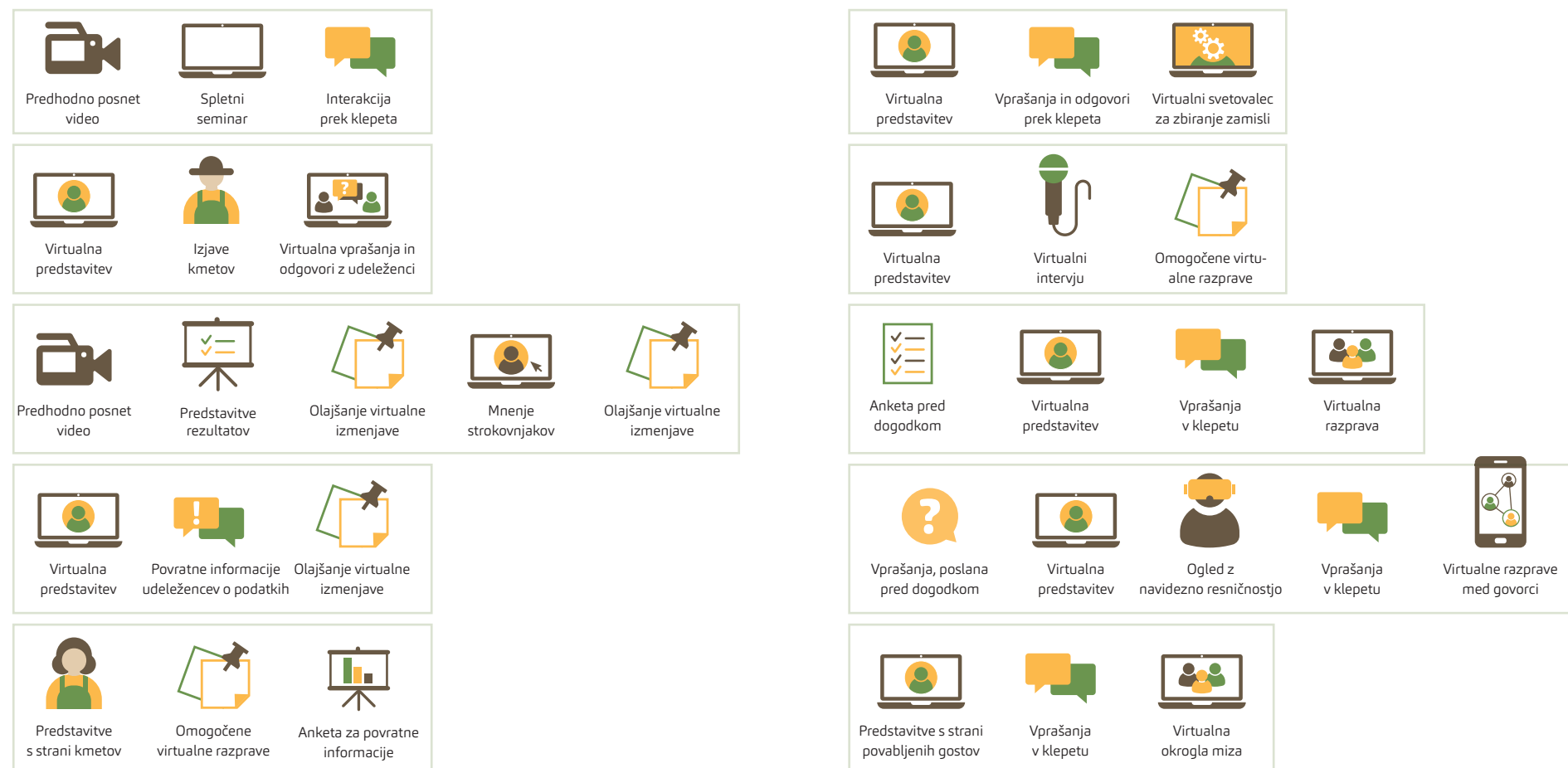
Gradnik	Opis	Zanimivo za uporabo za/v primeru	Točke, ki jih je treba upoštevati/slabosti	Primer dobre prakse (spletne povezave)
OMOGOČENA RAZPRAVA				
 Interakcija prek klepeta	Uporabite funkcijo klepeta digitalne platforme za interakcijo/razpravo med udeleženci in zbiranje vprašanj.	Dobro deluje za ohranjanje interakcije in sodelovanja z udeleženci v večjih skupinah, ko bi govorjena interakcija motila potek predstavitvenega dogodka.	Ko delate z veliko skupino udeležencev, boste morda želeli moderirati funkcijo klepeta, tako da se lahko v načrtovane razprave vključijo ustrezne razprave ali vprašanja.	
 Virtualna vprašanja in odgovori z udeleženci	Nekatere virtualne platforme imajo funkcije vprašanj in odgovorov, vendar seje vprašanj in odgovorov lahko moderira tudi moderator, npr. s funkcijo klepeta ali dviga rok.	Udeležencem ponuja priložnost za interakcijo s predstavljavci, za postavljanje dodatnih vprašanj za poglobitev informacij.	Potreben je moderator, ki pokaže, kdo iz občinstva lahko postavlja vprašanja in spremlja čas.	
 Anketa za povratne informacije	Anketa za zbiranje povratnih informacij, mnenj, vprašanj kot odziv na predstavitev.	Preprost način za hitro zbiranje in shranjevanje povratnih informacij in vprašanj.	Zavedajte se, da nekateri udeleženci morda niso seznanjeni z uporabo anket: preden začnete si vzemite čas in razložite, kako deluje.	www.mentimeter.com www.sli.do kahoot.com/business/presentations
 Olajšanje virtualne izmenjave	Uporabite (strukturirane) digitalne table za olajšano razpravo o določenih temah ali vprašanjih.	Uporabno zlasti za bolj poglobljene razprave in povečanje izmenjave.	Preverite, ali potrebujete licenco za večjo skupino udeležencev, preverite nastavitve in se prepričajte, da lahko udeleženci zlahka dostopajo do orodja in ga uporabljajo.	pinup.com klaxoon.com/our-products/klaxoon/brainstorm mural.co miro.com jamboard.google.com coast.noaa.gov/data/digitalcoast/pdf/facilitating-virtual-meetings.pdf www.unicef.org/knowledge-exchange/files/Webinar_production.pdf
 Virtualna okrogla miza	Povabite skupino strokovnjakov/profesionalcev za nadaljnjo razpravo o temi ali vprašanjih udeležencev.	Še posebej koristno, če je cilj predstavitve obveščanje ali usposabljanje.	Interakcija z udeleženci je bolj omejena v primerjavi z drugimi metodami podpore.	
 Vprašanja, poslana pred dogodkom	Pred dogodkom pošljite anketo ali e-pošto in prosite udeležence, naj oddajo vprašanja in razpravljajo o vprašanjih med predstavitvijo.	Če udeležence prosite, da oddajo vprašanja pred dogodkom, lahko dogodek prilagodite njihovim potrebam in vnaprej pripravite odgovore.	Kmetje morda nimajo časa, da bi vnaprej odgovorili na anketo ali pa morda še nimajo idej za vprašanja, zato se ne zanašajte na vnaprej predložena vprašanja in imejte rezervni načrt.	

Gradnik	Opis	Zanimivo za uporabo za/v primeru	Točke, ki jih je treba upoštevati/slabosti	Primer dobre prakse (spletne povezave)
MOŽNOSTI HIBRIDNE PREDSTAVITVE ZA OLAJŠANO RAZPRAVO				
 Interakcija v živo v studiu	V studio povabite skupino strokovnjakov/profesionalcev za razpravo v živo. Udeleženci se delavnice udeležijo na spletu.	Zanimivo je videti neverbalno interakcijo med strokovnjaki, ki v virtualni okrogli mizi ni mogoča.	Interakcija z občinstvom je omejena: poskrbite, da boste določili nekaj časa za vprašanja drugih udeležencev.	
 Razprava o predhodno pripravljenih vprašanjih	Povabite skupino strokovnjakov/profesionalcev za razpravo o predhodno pripravljenih vprašanjih. Udeleženci se delavnice udeležijo na spletu.	Zanimivo je videti neverbalno izmenjavo med strokovnjaki, ki v virtualni okrogli mizi ni mogoča.	Interakcija z občinstvom je omejena: poskrbite, da boste določili nekaj časa za vprašanja drugih udeležencev.	
ZAKLJUČEK IN SPREMLJANJE				
 Anketa za povratne informacije	Na koncu predstavitve uporabite anketo za zbiranje povratnih informacij ali se vrnite na pričakovanja, izražena na začetku dogodka.	Zanimivo za uporabo, če želite pridobiti takojšnje povratne informacije o predstavitvenem dogodku. Če med predstavitvenim dogodkom določite čas za povratne informacije, bo tako dosežena znatno višja stopnja odziva v primerjavi z obrazci za povratne informacije, ki jih pošljete pozneje.	Zavedajte se, da nekateri udeleženci morda niso seznanjeni z uporabo anket: preden začnete si vzemite čas in razložite, kako deluje.	
 Spremljevalna e-pošta	Udeležencem pošljite spremljevalno e-pošto, v kateri se jim zahvalite za sodelovanje, povzamete pomembna sporočila, odgovorite na neodgovorjena vprašanja itd.	To je še posebej pomembno, ko iščete zavezanost udeležencev ali če želite odgovoriti na neodgovorjena vprašanja.	Nadaljnje spremljanje se zlahka spregleda. Zapišite opomnik v svoj dnevni red pred predstavitvijo.	
 Povezava do posnete virtualne predstavitve	Naložite posnetek virtualnega predstavitvenega dogodka na spletno platformo (npr. YouTube) in zagotovite povezavo za udeležence in druge zainteresirane strani.	Nalaganje posnetka na javno platformo omogoča širši doseg in večji vpliv virtualnega predstavitvenega dogodka.	Upoštevajte zasebnost in informirano privolitev, zlasti pri nalaganju posnetka na javno platformo. Platforme, kot je YouTube, omogočajo tudi nalaganje »neobjavljenih« videoposnetkov, ki si jih lahko ogledajo samo vsi s povezavo.	www.youtube.com/c/farmdemo

PREGLED KOMBINACIJ GRADNIKOV UPORABLJENIH V PROJEKTU NEFERTITI

Organizatorji virtualne predstavitev znotraj NEFERTITI so na različne načine kombinirali opisane gradnike. Predstavljamo:

Virtualni predstavitveni dogodki

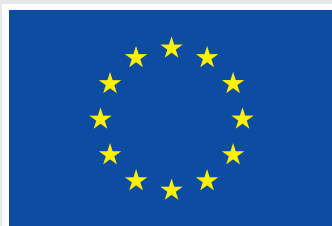


**Hibridne oblike predstavitvenih dogodkov,
z elementi v živo in virtualnimi elementi.**





PARTNERJI NEFERTITI



Ta projekt je prejel sredstva iz programa EU za raziskave in inovacije Obzorje 2020 v okviru sporazumov o dodelitvi sredstev N°772705.

VEČ ORODIJ NA
trainingkit.farmdemo.eu