

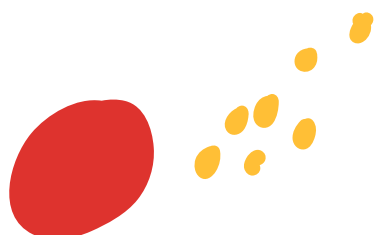


**srdačno,
hrana**

SRDAČNO, HRANA

Vodič za edukatore

Kako (i što) govoriti pred ciljanom publikom



www.sincerelyfood.eu

Ova je knjižica izdana uz financijsku potporu Europske unije. Sadržaj je isključiva odgovornost Litavskog zavoda za zaštitu potrošača i ne odražava nužno stajališta Europske unije.



Sufinancirala Europska unija



SADRŽAJ

i.	ČEMU SLUŽI OVAJ VODIČ?	4
ii.	KOME SLUŽI OVAJ VODIČ?	4
iii.	KAKO KORISTITI OVAJ VODIČ	4
0.	PREDSTAVLJANJE INICIJATIVE	5
1.	ODRŽAVANJE PREZENTACIJE	7
1.1.	PROBIJANJE LEDA	8
1.2.	A SAD NA POSAO	9
1.2.1.	IDEMO U SVIJET	10
1.2.2.	IDEMO KUĆI	12
1.3.	IDEMO U JAVNOST	15
1.4.	URADI SAM	17
2.	UPRAVLJANJE PUBLIKOM	18
3.	DOBIVANJE POVRATNE INFORMACIJE	20

i. ČEMU SLUŽI OVAJ VODIČ?

Ovaj vodič pruža informacije i praktične upute za edukatore (odnosno one koji će proslijediti poruku drugima) koji su uključeni u promociju ključnih poruka / prenošenje ključnih aktivnosti međunarodne inicijative pod nazivom „**Srdačno, hrana**” (vidjeti dolje), čiji je cilj podizanje svijesti o prehranbenom otpadu i načinima kako ga smanjiti.

Ovaj će vodič pomoći svojim korisnicima planirati, predstaviti i ocijeniti vlastite aktivnosti, uključujući javne prezentacije, poduke i akcije za podizanje svijesti.

ii. KOME SLUŽI OVAJ VODIČ?

Ovaj je vodič program aktivnosti za podizanje svijesti, npr. javnih prezentacija, koje edukatori – koji su prošli obuku u sklopu inicijative „**Srdačno, hrana**“ (vidjeti dolje) – mogu održati odabranoj ciljanoj publici, npr. učenicima, kolegama nastavnicima, članovima lokalne zajednice, ciljanim skupinama socijalnih projekata itd.

„**SRDAČNO, HRANA**“ ► INSTRUKTOR ► CILJANA PUBLIKA

iii. KAKO KORISTITI OVAJ VODIČ

Ovaj je vodič zamišljen kao fleksibilan resurs. Možete ga prilagoditi svojim lokalnim ili individualnim potrebama ili ga koristiti za podršku postojećim programima učenja ili aktivnostima koje trenutno obavljate, npr. kao nastavnik ili u nevladinoj organizaciji.

Ovaj vodič pruža praktičnu pomoć za pripremu razgovora s vašom ciljanom publikom, za promicanje ideja projekta „**Srdačno, hrana**“ i za pokretanje vlastitih aktivnosti na temu kućnog (potrošačkog) prehranbenog otpada, njegovih globalnih utjecaja i mogućih rješenja.

Ovaj vodič sadrži scenarij(e) za prezentacije o različitim (pod) temama. Može se koristiti za provođenje svih vrsta aktivnosti u vezi s prehranbenim otpadom, npr.:

- školska nastava / predavanja na fakultetima
- seminari ili sastanci za nevladine organizacije ili investitore
- prezentacije / treninzi na radnim mjestima
- prezentacije u javnosti
- sudjelovanje na konferencijama i druge vrste doprinosa
- uključivanje u društvenu zajednicu / događaje



PREDSTAVLJANJE INICIJATIVE



0

PREDSTAVLJANJE INICIJATIVE

Ovaj je Vodič osmišljen kao dio međunarodne inicijative Srdačno, hrana koja se provodi u Bugarskoj, Hrvatskoj, Estoniji, Letoniji, Litvi i Rumunjskoj od 2017-2020.

- Glavni tematski fokus: prehrambeni otpad u kućanstvima (potrošački / kućni prehrambeni otpad)
- Pristup: Globalno učenje, tj. ono koje se bavi međusobnim ovisnostima zemalja / regija s niskim dohotkom i regija s visokim dohotkom, poput Europe, u pogledu procesa koji uključuju hranu
- Cilj:
 - pružanje relevantnih informacija svojim ciljanim skupinama, o prehrambenom otpadu i njegovim globalnim utjecajima, kao i korisnih savjeta za smanjenje prehrambenog otpada u kućanstvima
 - podizanje svijesti o činjenici da prehrambeni otpad, bez obzira gdje nastaje, izaziva socijalne, ekonomske i ekološke posljedice i drugdje i širom svijeta
 - poticanje svijesti i razumijevanja uloge i odgovornosti javnosti / pojedinaca u odnosu na međusobno ovisni svijet





CRS PHOTO / Shutterstock.com

ODRŽAVANJE PREZENTACIJE

1

1.1. PROBIJANJE LEDA

Predstavite se / svoj tim. Najavite:

- temu: možda ćete htjeti zaintrigirati publiku pa posredno najaviti temu, npr.: „Naša je današnja tema vrlo ukusna, riječ je o hrani“.
- strukturu prezentacije (neobvezno): ako ne želite otkriti svoje karte, predstavite strukturu u širem smislu, npr.: „Nakon kratkog uvoda, raspravljat ćemo o praktičnim stvarima“.

Možete zamoliti svoju publiku da kažu zbog čega su došli na prezentaciju.

Predstavljanje sebe / tima

Opcija 1: ► Koristite Interaktivnu prezentaciju „Konzumiranje hrane bez otpada: jeste li spremni?“ (vidjeti Priloge). Prikažite nekoliko slajdova o svojem obrazovanju i predstavite temu(e) kampanje / inicijative / prezentacije.

Opcija 2: ► Napravite uvod samo prikazivanjem loga „**Srdačno, hrana**“ ili dojmljivog vizualnog identiteta s hranom. Zatim upitajte publiku neko pitanje za „probijanje leda“, npr.: „Ima li među vama potrošača?“

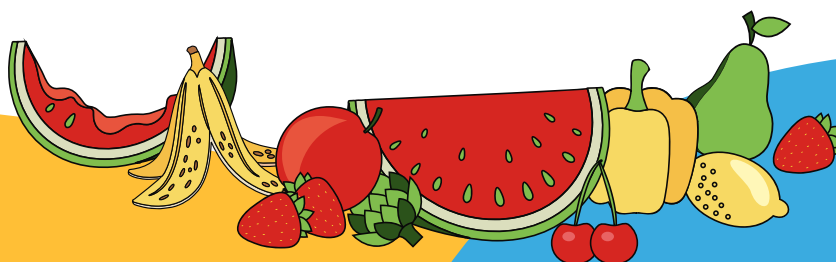
Više ideja o pitanjima za „probijanje leda“ potražite u [pitanjima za probijanje leda](#).

Međusobno upoznavanje

Opcija 1: ► Razmislite o korištenju mrežne platforme za anketiranje publike uživo (npr. kahoot.com) kako biste upoznali svoju publiku. Evo nekih ideja za pitanja koja možete postaviti u anketi za publiku:

- Koliko često svakodnevno jedete?
- Koji sektor / tko proizvodi najviše prehrambenog otpada?
- Koliko često kupujete / pripremate previše hrane?
- Utječe li prehrambeni otpad na klimu / klimatske promjene?
- Želite li smanjiti stvaranje prehrambenog otpada u svojem domu?
- Koristite li pri kupovini namirnica popis za kupovinu?

Opcija 2: ► Pozovite sudionike u krug: neka svatko upita svog susjeda (s lijeve i desne strane) kako se zove; zatim neka svatko u krugu izgovori imena svojih susjeda. Također sudionici mogu jedno drugome postavljati pitanja predložena u Opciji 1.



1.2. A SAD NA POSAO

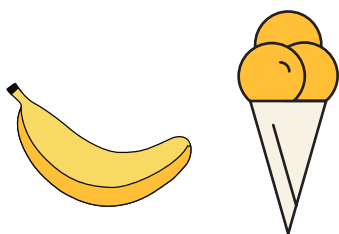
Vrijeme je za predstavljanje teme.

Ako su vam dostupni, koristite lokalne podatke – nacionalne podatke o prehrambenom otpadu, statistiku prosječne plaće, cijene „potrošačke košarice“ itd. – i lokalne primjere: što više, to bolje.

Svakako koristite ključne riječi:

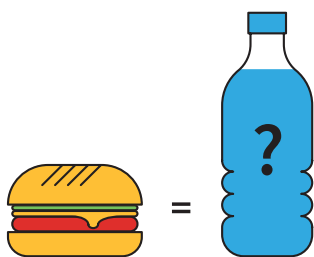
- prehrambeni otpad
- može se izbjeći / neizbježno
- jestivo / nejestivo
- lanac opskrbe hranom
- životni ciklus prehrambenih proizvoda

Opcija 1: ▶ Komentirajte rezultate ankete publike uživo (vidjeti 1.1, „Međusobno upoznavanje“). Da biste olakšali raspravu:



- Možete koristiti sliku ili videozapis koji prikazuje potrošača koji se sprema baciti prehrambeni proizvod, poput banane s crnim mrljama.
- Upitajte svoju publiku: „Je li to doista neizbježno?“
- Nastavite tako da pokažete sliku koja ilustrira brojne mogućnosti upotrebe prezrelih banana.
- Upitajte svoju publiku što je to neizbježan prehrambeni otpad.

Opcija 2: ▶ Prikažite sliku prehrambenog proizvoda / obroka, npr. burgera.



- Upitajte svoju publiku: „Koliko je vode potrebno za pripremu ovog obroka?“
- Otkrijte vodeni otisak tog prehrambenog proizvoda / obroka.
- Upitajte publiku zašto je otisak tako velik.
- Predstavite pojam životnog ciklusa prehrambenog proizvoda. Objasnite što je „otisak“.
- Prikažite sliku ljudi u redu za pitku vodu na područjima ugroženima nestašicom vode. Naglasite kako su pojedine zemlje u opasnosti od nestašice vode, dok se voda u tim istim zemljama koristi za proizvodnju hrane za izvoz i na kraju završi kao prehrambeni otpad.

Opcija 3: ▶ Zamolite sudionike da podijele svoja iskustva s prehrambenim otpadom. Nastavite potičući publiku na raspravu o tome što se još gubi zajedno s hranom koja se ne potroši.

SAVJET: Svakoj novoj temi / slajdu može prethoditi niz pitanja koja će izazvati znatiželju publike i navesti ih na raspravu.





1.2.1. IDEMO U SVIJET



Utjecaji vezani za prehrambeni otpad

Dok govorite o utjecajima vezanim za prehrambeni otpad, svakako obratite pozornost na višestruke aspekte:

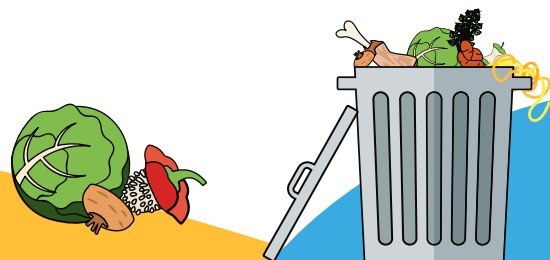
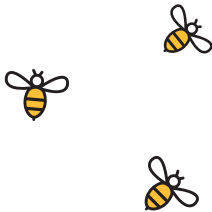
- ekonomski
- socijalni
- okolišni

Budući da postoji veliki broj primjera koji se mogu predstaviti, odaberite barem po jedan primjer za svaku grupu utjecaja.

Opcija 1: ►

Koristite Interaktivnu prezentaciju. Prema potrebi dodajte još pitanja.

- Nastavite raspravljati o pitanju „Što se još gubi zajedno s hranom koja se ne potroši“.
- Možete započeti emocionalno nabijenim i vizualno dojmljivim primjerom, npr. slikom obitelji orangutana pogođenih krčenjem šuma. Za početak, upitajte svoju publiku: „Koja je ovo vrsta? Kako im je, kao vrsti, u zadnje vrijeme?“
- Objasnite vezu između prehrambenog otpada i krčenja šuma.
- Prikažite slajd i postavite slično pitanje o pčelama: „Za uzgoj hrane koriste se pesticidi. Pčelama prijete izumiranje. Ima li veze između ove dvije pojave?“
- Upitajte publiku ima li hrana noge, pa nastavite uvodeći pojam ekološkog otiska: „Pa ipak ostavlja otisak!“
- Nastavite raspravom o „kilometraži hrane“, putovanju prehrambenog proizvoda, te o lancima opskrbe hranom.
- Možete upitati publiku: „Koje su prednosti i nedostaci globaliziranih lanaca opskrbe hranom?“
- Prikažite dojmljivu sliku ljudi koji bježe od ekstremnih vremenskih uvjeta i razgovarajte o „klimatskim izbjeglicama“.
- Nastavite raspravom o utjecaju prehrambenog otpada na okoliš.
- Možete potaknuti svoju publiku da izračunaju vodeni / ugljični otisak nekih jelovnika ili prehrambenih proizvoda.
- Prikažite dojmljivu sliku ljudi koji pate od gladi ili teške nestašice vode.
- Ispitajte svoju publiku postavljajući pitanja poput „Govorimo li o milijunima ili milijardama [ljudi]?“



- Objasnite da se u svijetu proizvodi dovoljno hrane za sve.
- Raspravite o broji od 1/3 hrane koja odlazi u prehrambeni otpad.
- Možete navesti i druge posljedice povezane s globalnim učinkom prehrambenog sustava u kojem se hrana baca, uključujući:
 - migracije
 - kršenje ljudskih prava
 - kriza sigurnosti hrane
 - siromaštvo

Opcija 2: ► Odaberite primjere prikazane u izdanjima projekta „**Srdačno, hrana**“: [publikacije](#) kvizove [Interaktivni testovi](#) ili [video animacije](#) kako biste ilustrirali ekonomski i socijalni utjecaj prehrambenog otpada na okoliš i da biste započeli s prezentacijom o globalnim aspektima prehrambenog otpada.

Opcija 3: ► Da biste potaknuli raspravu, možete upotrijebiti primjer poput [video oglasa o palminom ulju](#) koji je bio zabranjen. Upitajte svoju publiku: *Mislite li da postoji veza između problema s palminim uljem i prehrambenog otpada?* Naglasite ne samo ekološke, već i socijalne i ekonomske aspekte problema.

SAVJET: Ovisno o reakcijama publike, postavite dodatna pitanja o svakoj (pod)temi ili pitajte publiku imaju li oni pitanja.

Opcija 4: ► Prikažite animaciju: [“Kuhinjske priče. VODA](#) o grahu iz Kenije.

Raspravite s publikom:

- međusobnu ovisnost između dviju strana ekonomske interakcije sa stajališta poljoprivrednika
- međusobnu ovisnost između dviju strana ekonomske interakcije sa stajališta potrošača

Upitajte svoju publiku kako promjena gledišta može baciti drukčije svjetlo na problem (to se zove „vlasništvo nad problemom“).



1.2.2. IDEMO KUĆI

Uloga kućanstva / potrošača

Navedite:

- podatke i postotke vezane za kućanski prehrambeni otpad u EU
- nacionalne podatke, ukoliko su vam dostupni

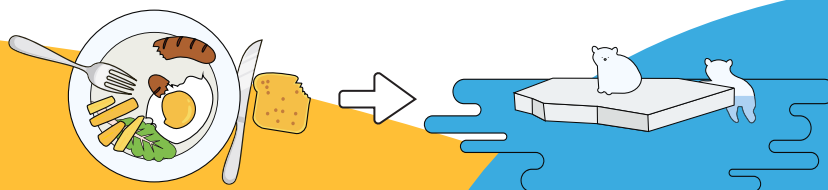
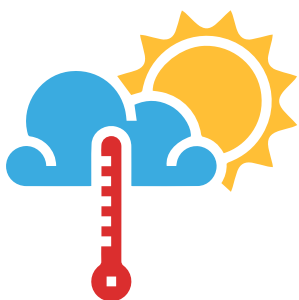
Raspravite s publikom:

- karakteristike kućanstva povezane s prehrambenim otpadom
- razloge nastanka prehrambenog otpada u kućanstvima

Opcija 1: ▶ Primjere potražite u [publikacijama](#) projekta „**Srdačno, hrana**“ Koristite Interaktivnu prezentaciju.

- Pozovite svoju publiku da pogodi / kaže koji sektor („Tko?“) najviše doprinosi ukupnom prehrambenom otpadu.
- Pitajte ih koja je razlika, u vezi s prehrambenim otpadom, između zemalja s visokim dohotkom i zemalja s niskim prihodima.
- Inspirirajte svoju publiku prikazujući nekoliko dojmljivih primjera super učinkovitih kampanja za smanjenje prehrambenog otpada.
- Osvrćući se na napore koji su rezultirali smanjenjem količine prehrambenog otpada, potaknite raspravu pitanjem: Je li to moguće postići u našem lokalnom kontekstu? Bi li takve mjere / aktivnosti djelovale u našoj zemlji?
- Pozovite se na izvore koji smanjenje prehrambenog otpada smatraju visoko učinkovitim mjerom za borbu protiv klimatskih promjena, npr. „[Projekt Smanjenje](#)“: smanjenje prehrambenog otpada – između tri najbolja rješenja problema globalnog zagrijavanja.
- Raspravite o tome zašto se prehrambeni otpad spominje u COR – [Ciljevima održivog razvoja UN](#) i u [EU paketu za kružno gospodarstvo](#).

Opcija 2: ▶ Iznesite izračun koliko novca stoji hrana bačena u kućanstvima u vašoj zemlji. Možete usporediti svoje nacionalne podatke s podacima susjednih zemalja. Prikažite sliku prehrambenog otpada i upitajte publiku kako se osjećaju u vezi količina i razloga prehrambenog otpada.



Kako smanjiti stvaranje prehrambenog otpada u kućanstvu?

Prikažite niz jednostavnih savjeta s naglaskom na smanjenje i sprječavanje stvaranja kućnog prehrambenog otpada, uključujući (upravo ovim redoslijedom, kako bi se naglasio pojam kruženja i recikliranja pri sprječavanju nastajanja otpada):



kako
planirati
kupovinu



kako
planirati
obroke



kako
pametno
kupovati



kako čuvati
prehrambene
proizvode



kako
zamrzavati
prehrambene
proizvode



kako
odrediti
veličinu
obroka



kako
iskoristiti
ostatke
obroka



kako
kompostirati
u kućanstvu

Opcija 1: ►

Koristite Interaktivnu prezentaciju. Usput komentirajte savjete:

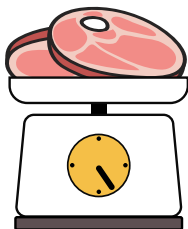
PREDSTAVLJANJE SAVJETA 1:**Planiranje obroka**

- Ako unaprijed planiramo obroke i kupujemo hranu strogo se pridržavajući popisa za kupovinu namirnica – neće nam preostajati hrane koju ne možemo pojesti, a ostat će nam više novca!
- Uvijek provjerite nije li vam se neka namirnica „skrila“ u hladnjaču ili ormariću. Redovito radite „reviziju“.
- U zamrzivaču potražite NLO-e – neidentificirane ledene objekte.

PREDSTAVLJANJE SAVJETA 2:**Mudra kupovina**

- Napišite popis za kupovinu na papir ili u bilješke na mobitelu, a možete u tu svrhu skinuti i mobilnu aplikaciju.
- Europljani navodno potroše u prosjeku 5 sati mjesečno na odabir i kupovinu hrane koju zatim ne pojedu.
- Ako želite uštedjeti novac, uzmite košaricu umjesto glomaznih kolica za kupovinu.
- Gotovo 50 posto Europljana još uvijek zbunjuju datumi „Upotrijebiti do...“ i „Najbolje do...“.
- 10 posto prehrambenog otpada u EU nastaje zbog zbrke koju izazivaju datumi roka upotrebe.





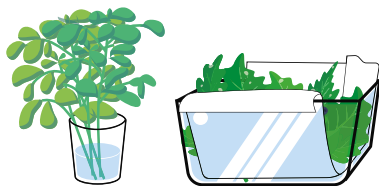
PREDSTAVLJANJE SAVJETA 3:

Planiranje veličine obroka

- Planiranje veličine obroka ne znači da ćete morati pripremati i jesti manje. Kuhat ćete točno količinu koju možete (i želite) pojesti.
- Potrebnu količinu mesa, ribe ili povrća za svaki obrok možete odrediti pomoću šake, ispruženog dlana ili skupljenih dlanova.
- Prema istraživanju provedenom u Danskoj, prelaskom na korištenje tanjura koji su 9 posto manji od uobičajenih, količina prehrambenog otpada u kućanstvu može se smanjiti za više od 25 posto.

PREDSTAVLJANJE SAVJETA 4:

Pametno skladištenje



- Što je manje moguće koristite plastiku za čuvanje hrane. Provjerite sastav plastike zbog mogućih štetnih kemikalija.
- Ne čuvajte krumpir i luk zajedno: krumpiri će brže proklijati ako su izloženi plinu koji ispušta luk.
- Listovi salate i začinskog bilja duže će ostati svježi ako ih pokapate vodom, umotate u papirni ubrus i odložite u hladnjak u vrećici ili posudi.
- Juhe, variva, tjesteninu, rižu i druga pripremljena jela možete sigurno čuvati u zamrzivaču do 3 mjeseca.
- Nikada ne vraćajte odmrznutu hranu u zamrzivač.

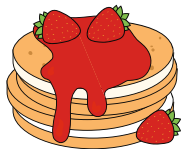
PREDSTAVLJANJE SAVJETA 5:

Iskorištavanje ostataka obroka



- Prije nego što pokažete slajd, zamolite sudionike da podijele vlastita iskustva / savjete o tome kako ponovno iskoristiti ostatke kruha, tjestenine i zobene kaše. Zatim navedite svoje primjere i savjete.
- Skuhanu rižu uvijek možete iskoristiti u novim jelima, na primjer, tako da ju pomiješate s povrćem ili ju pretvorite u ukusan rižin puding za desert.
- Zobena kaša je izvrsna za palačinke, krafne, kekse, pa čak i smoothije.
- Iskoristite ostatke tjestenine za salate, juhe ili ih ispecite sa začimima i umacima.

Opcija 2: ► Zamolite sudionike da ispričaju vlastita iskustva vezana uz:



- navike kupovine hrane
- skladištenje (čuvanje) hrane
- zamrzavanje
- iskorištavanje ostataka obroka itd.

1.3. IDEMO U JAVNOST

Što je potrebno za planiranje i provođenje aktivnosti / kampanje

Objasnite svojoj publici (a pri promociji svojih aktivnosti pazite da i sami slijedite navedene korake) da će za organiziranje aktivnosti ili kampanje na temu prehrambenog otpada morati:

- odrediti svoju ciljanu skupinu / skupine
- odabrati koje će metode koristiti
- odrediti mjesto i vrijeme
- skicirati program
- uvježbati ključne poruke koje će se koristiti
- promicati aktivnosti
- dobiti povratne informacije
- nadzirati rezultate

Opcija 1: ► Potražite primjere iz vlastitog provedbenog iskustva: koji su elementi kampanje bili uspješni, a koji se nisu pokazali učinkovitima? Ponudite svoje primjere za raspravu.

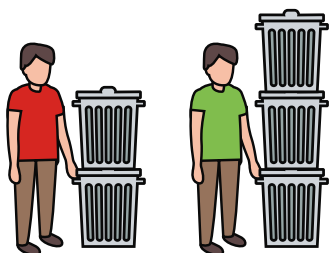
Opcija 2: ► Zamolite pojedince iz publike da podijele svoja aktivistička iskustva. Razdijelite publiku u grupe i zadajte im neka definiraju korake / kriterije za učinkovitu kampanju ili aktivnost. Raspravite o rezultatima u zajedničkoj raspravi.

Kako komunicirati na mreži (i izvan mreže)

Objasnite svojoj publici da će u svrhu promicanja / objave svojih aktivnosti ili kampanja na temu prehrambenog otpada morati:

- definirati svoju/e ciljanu/e skupinu/e do koje trebaju doprijeti
- napisati tekstualnu poruku
- pronaći odgovarajući i dojmljiv vizualni identitet
- odabrati odgovarajuće kanale za promociju
- uključiti i druge instruktore / investitore / simpatizere





Obavezno upotrijebite „Ključne poruke“ kampanje „**Srdačno, hrana**“ za mrežno slanje poruka, npr.:

- Za uzgoj i proizvodnju hrane potrebno je puno vremena, energije, ljudskog rada i prirodnih resursa.
- Sveukupno 1/3 sve proizvedene hrane odlazi u otpad.
- Više se hrane baca u kućanstvima nego u restoranima ili supermarketima.
- Europska su kućanstva odgovorna za više od polovice ukupnog prehrambenog otpada u EU.
- Prehrambeni otpad snažno pridonosi klimatskim promjenama.
- Smanjenje prehrambenog otpada svugdje u svijetu pomoglo bi suzbijanju emisije plinova koji zagrijavaju planet.
- Kad bi se u zemljama s visokim dohotkom bacalo manje hrane, zemlje s niskim prihodima mogle bi imati koristi
- Smanjenje prehrambenog otpada može smanjiti pritisak na proizvodnju više hrane, a to bi smanjilo upotrebu pesticida i potrebu za uništavanjem šumskih ekosustava.
- Potrošači imaju veliku ulogu u rješavanju problema prehrambenog otpada

Opcija 1: ► **Potražite primjere iz vlastitog iskustva korištenja kanala na društvenim medijima:** iznesite primjere uspješne i manje učinkovite komunikacije na raspravu. Pitajte svoju publiku zašto su se neke poruke pokazale uspješnijima od drugih.

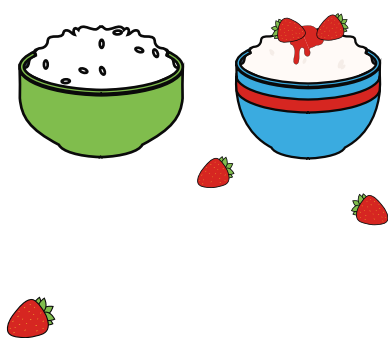
Opcija 2: ► **Timski rad:** pozovite sudionike da napišu kratku poruku o kućnom prehrambenom otpadu za objavu na društvenim medijima. Zадajte im da odrede stil prezentacije i ciljanu publiku i zamolite ih da razmisle o dojmljivim vizualima koji će podržati poruku.

Opcija 3: ► **Timski rad:** zatražite od sudionika da skiciraju koncept za malu kampanju koja se bavi potrošačkim prehrambenim otpadom, uključujući:

- naziv kampanje
- glavne poruke
- oblike aktivnosti
- ciljane skupine
- komunikaciju s javnošću
- načine dobivanja povratnih informacija
- procjenu rezultata

Rezultati rada timova mogu se predstaviti u obliku plakata.

1.4. URADI SAM



Inspirirajte svoje kolege / ciljanu publiku pozivom na akciju, pozivajući se pritom na obrasce aktivnosti koji su se pokazali učinkovitima u okviru kampanje „**Srdačno, hrana**“, uključujući:

- **Radionice kuhanja:** pozovite kuhara ili (lokalno) slavnu osobu ili neku poznatu osobu koja se bavi kuhanjem, da vodi interaktivnu radionicu pripreme hrane. Prenesite ključne poruke o štednji hrane, poput „Planiraj obroke“, „Iskoristi ostatke hrane“, „Potroši prehrambene proizvode do kraja“, „I crne banane su odlične“.
- **Turniri:** organizirajte turnir na temu prehrambenog otpada u školama, za vrijeme nastave ili školskih praznika. Pozovite učeničke/sudionike na igre vezane za prehrambeni otpad.
- **Debate:** organizirajte debate na temu prehrambenog otpada u školama ili na javnim mjestima.
- **Obuka na osnovi simulacije:** Pozovite mladu publiku na interaktivnu obuku (kroz igru) koja će im pružiti uvid u životni ciklus prehrambenog proizvoda (npr. Putovanje rajčice).
- **Info štandovi:** nikada ne propustite priliku uključiti se u društvene događaje/festivale, svojim info-štandovima / šatorima o prehrambenom otpadu. Pozovite ljude da odigraju neke igre na temu prehrambenog otpada, sudjeluju u kvizovima i osvoje nagrade.
- **Pripovjedaonice:** pozovite lokalnog blogera ili influencera, umjetnika ili predavača koji će pomoći publici pri stvaranju audio-vizualnih priča o prehrambenom otpadu.
- **Sastanci s dionicima:** pozovite lokalne dionike i zatražite potporu za aktivnosti kampanje s ciljem podizanja svijesti o prehrambenom otpadu i smanjenju njegova nastanka.
- **Instalacije:** možete potaknuti učenike, studente ili lokalne kreativce da osmisle privlačne predmete i postave / izlože ih na javnim mjestima, kako bi promovirali ključne poruke o prehrambenom otpadu.

Svoj poziv na akciju potkrijepite prikazivanjem slajdova s fotografijama s raznih događaja i akcija koje ste osobno organizirali.





Sony Herdiana / Shutterstock.com

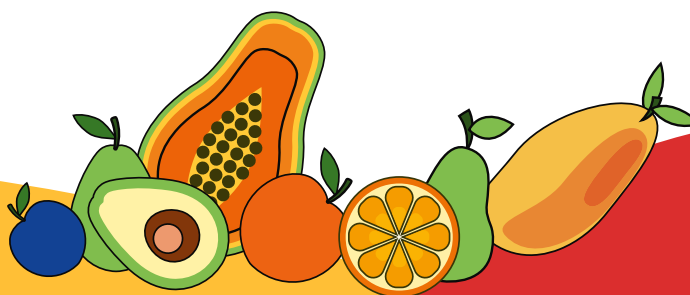
UPRAVLJANJE PUBLIKOM



Međunarodni trendovi u obrazovanju pokazuju pomak s tradicionalnog pristupa usmjerenog prema učitelju na pristup usredotočen na učenika.

Dok razgovarate sa svojom publikom, pripazite da:

- koristite provjerene tehnike za **privlačenje i zadržavanje pozornosti**, npr. pokažite vizualni identitet, postavite svojoj publici pitanje, a zatim otkrijte odgovor
- budete **spremni odgovarati na pitanja** i interaktivno surađujete s publikom
- odgovarate na pitanja tako da uvijek djelujete kao da znate odgovor – čak i kad ne znate!
- učite od sudionika i o njima dok oni uče od vas i o vama
- iskoristite prethodna iskustva i znanja svojih učenika
- više potičete, a manje predajete gradivo
- nasmijavate svoje sudionike: **neka uživaju** dok uče
- pojasnite učenicima zadatke ili ishode
- razdvojite grupe na parove ili trojke da bi se **svi bavili** nekim određenim zadacima
- ne bavite se diskusijskim grupama / timovima većim od osam članova
- **obratite pozornost** na mirne članove publike (jesu li zadovoljni slušatelji? je li im dosadno? jesu li nezainteresirani? nedostaje li im samopouzdanja? jesu li frustrirani?)
- odvratite članove publike / grupe od negativnih osobnih komentara
- uzmete u obzir **emocionalni** aspekt grupne dinamike, uključujući i njihove vlastite osjećaje koji se mogu podijeliti





Sohel Parvez Haque / Shutterstock.com

DOBIVANJE POVRATNE INFORMACIJE

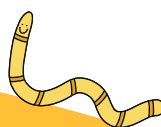
Evaluacija treninga

Dobivanje povratne informacije važan je dio svakog treninga.

Možda ćete htjeti dobiti povratne informacije od polaznika putem neformalne razmjene, na primjer okupljanjem u krug i odgovaranjem na pitanja:

- Nakon završenog treninga, što ste naučili a da prije niste znali?
- Što biste ubuduće mogli drukčije raditi u svojem kućnom okružju?
- Što je najvažnije što ste naučili kao rezultat današnjeg iskustva?
- Postoji li nešto o čemu biste mogli razmišljati drugačije nakon današnjeg iskustva?
- Postoji li nešto što bi se moglo drugačije učiniti na ovom treningu?

Za praćenje provedbe projekata, međutim, važno je da učenici predaju svoje povratne informacije u pisanom obliku. Podijelite obrasce za evaluaciju (vidjeti uzorak obrasca niže), te zamolite „Bili bismo vam vrlo zahvalni ako biste mogli provesti nekoliko minuta na kraju današnjeg predavanja ispunjavajući ovaj obrazac“.



Kako biste ocijenili sljedeće? (Ispod je prostor za povezane komentare)	Vrlo slabo	Slabo	Ispod prosjeka	Iznad prosjeka	Dobro	Izvršno
9 Instruktorove vještine prezentiranja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10 Instruktorov odaziv (npr. aktivno sudjelovanje, olakšavanje učenja, odgovaranje na pitanja)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11 Instruktorovo znanje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12 Raspored metoda poučavanja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13 Praktične vježbe (npr. igranje uloga, rad u skupinama itd.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14 Izvori učenja (npr. radni listovi, PowerPoint slajdovi, videozapisi, gluma itd.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15 Molimo dodajte svoj komentar u vezi gornjih tvrdnji:						

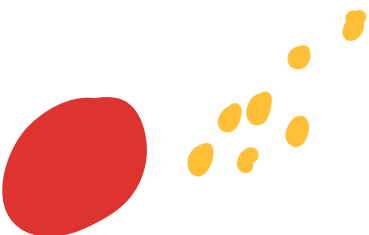
16 Molimo navedite barem jedan način kako bismo mogli **poboljšati** prezentaciju za sljedeći puta:

17 Dodatni komentari:

18 Biste li preporučili ovo predavanje prijatelju? Da Ne

Kako biste ocijenili sljedeće?	Vrlo slabo	Slabo	Ispod prosjeka	Iznad prosjeka	Dobro	zvršno
19 Sveukupno je tečaj bio:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Hvala što ste odvojili vrijeme za popunjavanje ovog obrasca za evaluaciju



**srdačno,
hrana**

www.sincerelyfood.eu