**TARIMSAL YAYIM VE DANIŞMANLIK**

**KİTAP ÖZETİ**

**KONU 1-TARIMSAL YAYIM/DANIŞMANLIK KAVRAMI VE FELSEFESİYAYIMIN TANIMI, DOĞUŞU VE GELİŞİMİ**

 Yayım, ABD ve Britanya’da (Extension Education) terimi ile tanımlanmaktadır

**Mounter**, tarımsal yayımı: ‘Çiftçilere eğitim yoluyla tarımsal üretim şekilleri ve tekniklerinin geliştirilmesinde, üretimde etkinliğin ve tarımsal gelirin artırılmasında, hayat standartlarının iyileştirilmesinde, kırsal hayatın sosyal ve eğitimsel seviyesinin yükseltilmesinde yardımcı olan bir hizmet veya sistem’ olarak tanımlamaktadır.

**Russell (Jones**), tarımsal yayım kavramını: ‘Çiftçilere, ürünlerin verimliliğinin artırılması ve yaşam standartlarının yükseltilmesi; yeni tarımsal üretim metotlarının benimsetilmesi için gerekli bilgi ve becerilerin sağlanması’ olarak tanımlamaktadır.

**Fischer ve arkadaşları**: ‘Yayım ve çiftçi eğitimi, mevcut üretim kaynaklarından daha etkin yararlanılması amacıyla, enformasyon ve pratik becerilerin iletilmesini hedefler’ demektedir

**Albrecht ve arkadaşları** tarımsal yayımı: ‘Çiftçilerin acil problemlerini kendi kendilerine çözebilmesi için yayım elemanlarınca motive edilmeye çalışıldığı ve bu yönde harekete geçebilmeleri için fikir ve cesaret ile birlikte yetenek kazandırmaya yönelik yardımların sağlandığı bir süreç’ olarak tanımlamaktadırlar.

**Profesör Niels Röling'e göre yayımın esası**, insanların davranışlarında değişimi teşvik etmenin hedeflenmesidir. Röling, tarımsal yayımı: ‘Kamu veya toplum yararına, davranışlarda gönüllü değişimi teşvik etmek için, bir kurum tarafından müdahale edilerek gerçekleştirilen bir profesyonel iletişim şekli’ olarak tanımlamaktadır.

 tarımsal yayım çalışmasının amaçları şöyle sıralanmaktadır.

* Çiftçilere mevcut ve gelecekteki durumlarını analiz etmekte yardımcı olmak,
* Bu analiz sonucu belirlenen problemler ve bunların birbirleriyle olan ilişkilerini görmeleri konusunda çiftçiye yardımcı olmak,
* Çiftçinin mevcut bilgilerini gerçekçi bir şekilde düzenlemesine ve yapılandırmasına ve/veya onun yeni bilgi ve yetenekler kazanmasına yardımcı olmak,
* Doğru tercihler yapabilmeleri konusunda yardımcı olmak,
* Çiftçilere fikir oluşturma, karar verme ve yapacağı uygulamaları izleme ve değerlendirme yeteneği kazandırma konusunda yardım etmek,
* Çiftçileri harekete geçmeleri konusunda motive etmek,
* Çiftçiye gelecekte karşılaşacağı problemleri yayımcının yardımı olmaksızın kendi başına çözebilmesi, doğru kararlar verebilmesi için gerekli yetenekleri kazandırmak.

**Amaç:** Çiftçinin problemlerini çözmek

**Araçlar:** Bilgi sağlama, motive etme, yetenek kazandırma, problemlerin ve çözüm alternatiflerinin belirlenmesi, organize etme, görüş kazandırma

**Taraflar Arasındaki İlişki:** Ortaklaşa ilişkiler, yayımcının çiftçinin refahı için kendisini sorumlu tutması ama çiftçinin karar özgürlüğünü ve sorumluluğunu muhafaza etmesi

**Tarımsal Yayımcı:** Yayım örgütünce arzu edilen doğrultuda hedef kitlenin kararlarını etkileyen kişidir. Yayımcının uzun vadedeki hedefi, hedef kitleye kendi kendilerine yardımcı olabilecekleri şartları sağlamak ve yayımcıya bağımlı olmaktan kurtarmaktır. Yayımcının ana görevi tavırların, davranışın ve sosyal yapının değişmesini sağlamaktır. Özünde yayımcı bir değişimcidir. Ana fonksiyonu planlanan değişim doğrultusunda bireylerin kararlarını etkilemek, kararı uygulamaya koymalarında yardımcı olmak, uygulamanın yerleşmesini sağlamak ve sonuçta ilişkiye son vermektir.

Yayımcının görevi; Probleme kendi görüşünün yanında çiftçinin görüşünüde katarak ortak bir çözüm getirmektir. Aşağıda yayımcının problem çözme konusunda ki çalışma tarzı şematize edilmiştir.

**Yayım Uzmanları/Uzman Danışmanlar:** Yalnız çalışmazlar, diğer disiplinlerle çok yakın çalışırlarÇiftçiler ve kırsal halkla yakın çalışmanın getirdiği karmaşıklıktan gözleri korkmaz, sorgulamanın ve kalkınmanın öneminin farkındadırlar. Çiftçilerden ve çiftçilerle birlikte öğrenirler. Böylelikle farklı, karmaşık koşullara ve tarım sistemlerine hizmet edebilirler.

**Yayım Uzmanları/Uzman Danışmanlar için yayımın gelişim süreci içerisinde yeni roller ortaya çıkmıştır. Bu roller;** Gruplarla birlikte çalışmak, Uyarmak için katalizör olmak, Desteklemek ve fikir vermek, Çiftçilerin kendi analizleri için kolaylaştırıcılık yapmak, Çiftçilerin denemeleri için uygun materyal ve yöntemler araştırmak, sağlamak, Çiftçilerin birbirlerinden öğrenmelerini sağlamak için bir nevi tur operatörlüğü yapmak.

**TARIMSAL YAYIM YAKLAŞIMLARI**

 **Yeniliklerin Yayılması ( Teknoloji Transferi ) Yaklaşımları**

**( Yukarıdan Aşağıya Yaklaşım )**

**Tarısal yayımın ortak amacı:** belirli yeniliklerin ya da teknolojilerin çiftçilerin ikna edilmeleri yoluyla yayılmasıdır. Teknoloji transferi yaklaşımında, araştırma kararları bilim adamları tarafından alınmakta, teknoloji araştırma istasyonlarında geliştirilmekte ve sonra yayımcılara çiftçilere aktarması için verilmektedir.

*\*Geleneksel Tarımsal Yayım Yaklaşımı\*Ürün Geliştirme ve Üretim Yaklaşımı\*Entegre Tarımsal Kalkınma Programları Yaklaşımı\*Entegre Kırsal Kalkınma Programları Yaklaşımı\*Üniversitelerce Kurulan Tarımsal Yayım Yaklaşımı*

**Katılımcı ( Problem Çözücü ) Yaklaşımlar (Aşağıdan Yukarıya Yaklaşım )**

Ülkelerde Yeşil Devrim çerçevesinde yaşanan üretim artışlarından faydalanamayan çiftçilere ulaşmaya çalışmıştır. Yeşil devrim ile birlikte dünyanın bazı bölgelerinde belirli tarım ürünlerinde yüksek üretim artışları gerçekleşirken çiftçilerin büyük kısmı bu üretim artışlarından sağlanan katma değerden pay alamamışlardır. Birçok ülkede mekanizasyon ve modernleşme çabaları toprakların belirli kişilerin ellerinde toplanmasına ve birçok tarım işçisinin işini kaybetmesine neden olmuştur.

**TARIMSAL YAYIMIN GELECEĞİ VE TARIM POLİTİKALARINDAKİ DEĞİŞİMLER**

**Tarımsal Yayımın Geleceği**

Yeni yaklaşımlarda yayımcı bütün bilgi ve çözümlere sahip bir uzman, çiftçi de yayımcının bütün önerilerini tartışmaksızın uygulayan bir müşteri olarak görülmemektedir. Sorunlar/öncelikler çiftçi ve yayımcı tarafından beraber belirlenmekte ve çözümler yine işbirliği ile geliştirilmektedir. Bu yaklaşımlar çerçevesinde de yayımcı artık yeni mesleki becerilere sahip olmak zorundadır. Yayımcıların sadece teknik bilgilerle donanması yeterli değildir. Yayımcılar gruplarla çalışma, uyuşmazlıkların çözümü vb. gibi birçok beceriye sahip olmalıdırlar.

*\*Ekonomik ve Politik Klimadaki Değişimler\*Kırsal Alanlarda Sosyal Yapıdaki Değişimler\*Tarımsal Bilgi Sistemlerindeki Değişimler\*İletişim Teknolojilerindeki Değişimler*

**Değişim Sürecinde Yayımın Görevleri**

Yayım, kırsaldaki insanları daha iyi bir gelecek için hazırlamakla yükümlüdür. Bugün ve gelecekte onları bekleyen soru ve sorunlara cevap bulmak zorundadır. Toplumda hizmet sektörünün, bilginin, küreselleşme ve yerelleşme kavramlarının öneminin artması yayımda ki değişime hız kazandırmaktadır.

**Yayımcılar ve Yayım Organizasyonları Olarak Bizler**

Kendimize bakmalıyız (bizzat içimize),Dışarıya bakmalıyız (diğerleri ne yapıyor), Çevremize bakmalıyız ( komşularımız neler yapıyor)Özellikle birlikte bakmayı öğrenmeliyiz.(Paydaşlarla birlikte)

**Bu süreçte yayımcılardan ve danışmanlardan beklenen görev anlayışı şu şekillerde olacaktır:**

Çiftçilere değişim sürecinde kendilerini nelerin beklediğini anlatacak, Karar vermelerine yardım edecek, Kendilerine eşlik edecek, Tarım politikalarının uygulanmasına eşlik edecek, Tarımsal üretimden ayrılmak isteyen çiftçilere eşlik edecek, Yayım servisleri; varlıklarını sürdürmek için değişimlere uyum sağlamak, diğer kuruluşlarla işbirliği yapmak, ulusal sınırların ötesinde çalışmak, kendi alanlarında uzmanlaşmak, faaliyetlerini uluslararası standartlara ulaştırmak durumundadırlar.

**Danışmanlık Kavramı**: Maliyet ve karlılık hesapları yapılmayan, marka olmanın sadece sanayi sektörüne has bir durum olduğu sanılan tarımsal işletmelerde bu değişimlerin yaşanması için öncelikle, Tarımsal Danışmanlık mantalitesinin bu gelişmeler ışığında kendini değerlendirmesi ve yeniden yapılandırması bir zorunluluktur.

**KONU 2-KIRSAL SOSYOLOJİ**

Kırsal alanda yaşayan her insanın geçimini tarımsal faaliyetlerle sağladığı şeklindeki bir yaklaşım çok gerçekçi olmaz. Ancak geçimini tarımsal faaliyetlerden elde ettiği gelirle sağlayan kişilerin, yani çiftçilerin neredeyse tamamının kırsal alanda yaşamını sürdürdüğü yadsınamaz bir gerçektir.

**SOSYOLOJİ**

Kelime anlamı toplum bilimidir. Sosyal olayları, sosyal kurumları, sosyal ilişkileri, sosyal yapı özelliklerini ve bu yapıda ortaya çıkabilecek değişme eğilimlerini ele alarak inceleyen bir bilim dalıdır.

***Toplum***; belli bir coğrafya parçası üzerinde yer alan, üyeleri arasında sıkı bir etkileşim ve işbölümü olan insan topluluğudur.

***Aile***; toplumu meydana getiren en küçük sosyal birimdir. Aile insanın yaradılışında var olan sosyal, kültürel ve diğer ihtiyaçlarını karşılamak üzere oluşturulan bir birlikteliktir.

***Kültür***; Kültür, bir milletin eseridir ve ait olduğu millete özgü niteliklere sahiptir.

***Sosyal ve kültürel bütünleşme***; toplumu oluşturan insanlar yani halk, sahip oldukları ekonomik ve kültürel unsurlara göre kabaca alt, orta ve üst olmak üzere üç sınıfa ayrılır.

**KÖYÜ KENT TOPLUMUNDAN AYIRAN FARKLILIKLAR**

**Doğal Farklılıklar**

* Köyler kentlere göre daha dar bir alanı kaplarlar.
* Köyün yerleşim yeri, biçimi ve konut yapısı seçiminde doğal etkenlerin rolü büyüktür.
* Köylerde evler daha küçük, daha az katlı ve düzensiz görünümdedir.Binalarda daha çok çevrede bulunan yapı malzemeleri kullanılmaktadır.
* Köyler doğal çevre ile kentlere göre daha çok bütünleşmiş durumdadır.Kentlerle doğal çevre arasındaki sınır köylere göre daha belirgindir.

 **Sosyo-Ekonomik Farklılıklar**

* Köylerde birim alana düşen nüfus yoğunluğu kentlere oranla daha azdır.
* Köylerde insanlar genellikle tarımla uğraşırlar ve hakim meslek çiftçiliktir. Mesleki yapı homojen olup daha çok köysel ihtiyaçların giderilmesine yönelik olarak gelişmiştir. Dolayısıyla temel gelir kaynakları da tarımsal faaliyetlerdir.
* Nüfus artışı ya da göçler dolayısıyla meydana gelen nüfus hareketliliğinin yönü genellikle köyden kente doğrudur.

**Sosyo-Kültürel Farklılıklar**

 Sosyo-Kültürel farklılık daha çok bireylerde gözlenebilen ve yaşam yeriyle ilişkili niteliklerdir.

 Bu niteliklerden birisi sosyal tabakalaşmadır. Yukarıda sosyal bütünleşme konusunda tabakalardan bahsedilmişti. Günümüzde şehirde üst tabakaya ait olduğunu düşünen insanlar yaşam alanlarını bile belirgin çizgilerle ayırmakta iken köy hayatında böyle belirgin bir ayrım çok fazla değildir. Köyün en zengini ile en fakirinin komşu evlerde oturması gayet doğaldır.

**Sosyo-Psikolojik Farklılıklar,** Sosyo-psikolojik özellikler, insanların sosyal çevrenin etkisiyle oluşan tutum ve davranışlarıdır.

**Yasal Farklılıklar,** 07.04.1924 tarihli köy kanununun 1. maddesinde;”Nüfusu iki binden aşağı yurtlara (köy) ve nüfusu iki bin ile yirmi bin arasında olanlara (kasaba) ve yirmi binden çok nüfusu olanlara (şehir) denir.

**Yönetsel Farklılıklar,** Yurdumuzda köye tanınan yönetim özerkliği sınırlı olup devlet yönetimi altında özel yasalarla uygulanır.

**Sosyal hareketlilik**

**1. Coğrafi Hareketlilik**

 Bir ülkede fertlerin bir yerden bir yere göç ederek yaşadıkları yerleri değiştirmelerini ifade eder.

**2.Mesleki Hareketlilik**

Fertlerin çalışma alanlarını değiştirmelerini ifade eder.

**3.Yatay Hareketlilik,** Yatay hareketlilik, kişilerin sosyal tabakalaşmadaki yerlerinin değişmesine neden olmayan çalışma alanı değişiklikleridir

**4. Dikey Hareketlilik,** Dikey hareketlilik, sosyal tabakalar arasındaki yer değiştirmeleri ifade eder.

**Köy yönetimi organları ve kadrosu şunlardan oluşur:**

Köy halkı, Köy muhtarı, İhtiyar meclisi, Köy kâtibi, Köy korucuları

**Köy Halkı,**  Köyde bulunan tüm seçmenlerin toplamıdır.

**Köy Muhtarı,**  Köy muhtarı, 442 sayılı Köy Kanununun 10. maddesine göre köyün başı olarak kabul edilmiştir. Kanunda muhtarlara köyü ilgilendiren konularda birçok yetki ve sorumluluk verilmiştir. 442 sayılı kanunun 35. maddesine göre muhtarların görevi devlet ve köy işleri olarak ikiye ayrılmıştır.

**Köy muhtarının görevleri aşağıdaki gibi özetlenebilir:**

* Köyü temsil etmek,

Hükümetçe gerekli görülen kanun ve yönetmelikleri köy halkına duyurmak,

* Köy ihtiyar meclisi kararı ile köylüleri imece işe çağırmak, salma yoluyla para toplamak, harcamaları yapıp hesapları ihtiyar meclisine sunmak,
* Doğum, evlenme ve ölüm gibi olaylarla ilgili işlemleri yapıp ilgili yerlere bildirmek,
* Salgın hastalıkları ve suç durumlarını ilgililere bildirmek,
* Askere alınanların orduya katılmalarını sağlamak,
* Köy sandığı için vergi toplamak,
* Köy sorunlarını çözmek için mevcut imkânlardan yararlanmak ve sorunların çözümü için ilgililere başvurmak.

**İhtiyar Meclisi**

İhtiyar meclisi üyeleri muhtarla birlikte dört yıl için köy halkı taraf. gizli oyla seçilen üyelerden oluşur.

İhtiyar meclisinin başlıca görevleri şunlardır.

* Köy işlerini planlamak,
* İmece şartlarını ve salma miktarını belirlemek.
* Köy korucularının çalışmalarını kontrol etmek,
* Sulh hukuk ve kadastro mahkemelerinde geçerli olan vekâletnameleri düzenlemek.
* Hacizlerde hazır bulunmak,

**KIRSAL ALANDA SOSYAL DEĞİŞME**

Sosyal değişme, sosyal yapı unsurlarının bir zaman süresi içerisinde farklılık göstermesidir. Sosyal değişmeyi etkileyen önemli faktörler şunlardır:

**1. Biyolojik Faktörler,** Hayvanların sosyal yapısı milyonlarca yıldır aynı kaldığı halde, insanların bir günü diğerine uymamaktadır,

**2. Çevresel Faktörler,** Biyolojik faktörler dışında kalan tüm faktörler, çevresel faktörlerdir..

**\*Fiziki Çevre,** Fiziki çevreden kastedilen tabiat faktörleridir. Bu faktörler birçok durumda sosyal değişmenin türü, hızı vb. birçok niteliğini tayin etmede en önemli rolü oynayabilmektedir.

**\* Sosyal Çevre,** Sosyal çevre, sosyal yapıyı oluşturan maddi ve manevi tüm unsurları kapsar.

**TÜRKİYE'DE KIRSAL ALANDA SOSYAL DEĞİŞME**

Türkiye'de 1950'den sonra hızlanan kırsal alandaki sosyal değişmenin etkilerini "köy-şehir farklılaşmasının azalması" şeklinde özetlemek mümkündür. Bu yıldan sonra belirli ölçülerde köyler şehirleşmiş, şehirler ise köyleşmiş ve böylece aradaki fark azalmıştır.

\*Ulaşım imkânlarının köylere kadar uzanması, köylünün şehirle temasını arttırmıştır.

\*Kitle haberleşme araçlarının köylere ulaşması köylülerin ufkunu önceden düşünülemeyecek ölçüde açmış, onların amaçlarının, istek ve ihtiyaçlarının değişmesine ve gelişmesine neden olmuştur.

\*Modern tarımsal teknolojinin köye girmesi ile köylünün ekonomik gücü artmıştır.

\*Köylerde ekonomik faaliyetlerin gelişmesi, çeşitlenmesi ve yaygınlaşması

\*sonucunda köylüler arasında ve köylü ailesi içindeki temel ekonomik ilişkiler değişmiş,

\*1960’lı yıllarda başlayan yurt dışında işçi olarak çalışma imkânı Türkiye'de kırsal alandaki sosyal yapıyı sarsan ve değiştiren önemli bir olaydır. Bu imkândan, daha çok köydeki sosyal tabakalaşma piramidinin alt ölümlerinde yer alanlar yararlanmışlar ve köydeki sosyal hareketliliği hızlandırmışlardır

**KIRSAL ALANDA YERLEŞME DÜZENİ**

Coğrafi, tarihi, politik veya ekonomik nitelikte olabilir.

Dünyada kırsal alanlarda toplu, dağınık, hat ve daire olmak üzere dört tip yerleşme düzeninin varlığı kabul edilmektedir.

**Toplu Köy,** Toplu köy, konutların ve diğer çiftlik yapılarının köy arazisinin belirli bir yerinde toplandığı köy tipidir. Dünya'da ve ülkemizde en yaygın olarak görülen köy tipi toplu köydür.

**Dağınık Köy,** Dağınık köy, her bir tarım işletmesine ait konut ve diğer yapıların ayrı bir arazi içerisinde olduğu köy yerleşimi tipidir.

**Hat Köyü,** Hat köyü, bir yolun veya nehrin iki yakasına bir hat boyunca çiftlik binalarının yapılması ile oluşan köy tipidir.

**Daire Köy,** Daire köy, konutlar ve diğer yapıların bir daire etrafında yer aldığı köy tipidir.

**ARAZİ KULLANIM SİSTEMLERİ**

Arazi kullanım sistemleri, insanların arazi ile ilgili ilişki ve haklarını gösteren düzenlemelerdir. Bu düzenlemeler hukuk kuralları yanında örf, adet ve gelenekler tarafından da belirlenir.

**Mülk Sahipleri,** mülk sahipleri, arazinin mülkiyet haklarını elinde tutan kişilerdir.

**Ortakçılar,** Ortakçılar tarımsal üretimde girdilerin bir bölümünü karşılayarak mülk sahibi ile birlikte mahsule ortak olan kişilerdir.

**Kiracılar,** Kiracılar, tarım arazilerini belirli bir ücret karşılığında ve belirli bir süre için mülk sahibinden kiralayan kişilerdir. Kira süresi bir mevsim olabildiği gibi birkaç yıl da olabilir

**Karma İşletmeciler,** mülk sahibi olduğu halde ek olarak arazi kiralayan veya yarıcılık ta yapan işletmecilere karma işletmeciler denir.

**TARIM İŞÇİLERİ**

**7.1. Marabacı,**Üretime yalnızca emeği ile katılır. Tarla ve diğer girdiler işletmeciye aittir. Marabacı ürünün 1/3'ünü alır.

**7.2. Gündelikçi,** Tarım işletmelerinde günlük rayiç üzerinden günlük, haftalık veya aylık olarak çalışan işçilerdir. Bunlara bazı yörelerde çakan veya karakullukçu da denir.

**7.3. Mevsimlik işçi,** Özellikle pamuk ve fındık gibi büyük ölçüde emek gerektiren ürünlerin bakım ve/veya hasat mevsimi boyunca tarım işletmelerinde çalışan işçilerdir. Bu tür işçilerin göçmen olanlarının yiyecek ve barınmalarını genellikle işletmeci temin eder.

**KONU 3 - DÜNYA ve AB ÜLKELERİNDE TARIMSAL DANIŞMANLIK**

**AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDEKİ TARIMSAL YAYIM MODELLERİ**

* Kamu yayım servisleri
* Bakanlığa bağlı olmakla birlikte özerk yapıya sahip Danışmanlık Şirketleri
* Çiftçi örgütlerince yürütülen, kamu tarafından desteklenen yayım servisleri
* Tarımsal Danışmanlık Şirketleri ve Serbest Tarım Danışmanları
* Gelecek Yıllarda;
* Özel kuruluşların sistemdeki ağırlıkları aratacak
* Kamu Yayım Örgütlerinin çalışma alanları ve konuları ize azalacaktır.

**Almanya**

Tarım Bakanlıkları

* Tarımsal yayım servisleri, tarım okulları, araştırma enstitüleri, kontrol hizmetleri tamamen eyalet Tarım Bakanlığının yetki alanındadır. Tarımsal yayım hizmetleri ücretsizdir. (Bayern, Hessen ve Baden-Württemberg)

Ziraat Odaları

* Yukarıda belirtilen bütün hizmetler bir ziraat odasının görev alanına girmektedir. Çiftçiler üye aidatları ve ücretler yoluyla ziraat odasının finansmanına katkıda bulunurlar. (Nordrhein-Westfallen Niedersachsen)

Ziraat Odaları

* Kontrol ve destekleme hizmetleri Tarım Bakanlıklarına bağlı müdürlükler tarafından üstlenilirken tarımsal yayım ziraat odalarına bırakılmıştır. (Schleswig-Holstein)

Bakanlığa Bağlı Tarımsal Danışmanlık Şirketi

* Kontrol, destekleme ve yönetim görevleri Tarım Bakanlığında olup, tarımsal yayım hizmetleri kurulan bir şirket tarafından yürütülmekte, hükümet tarafından parasal olarak desteklenmektedir. (Mecklenburg-Vorpommern)

Danışmanlık Şirketleri ve Serbest Danışmanlar

* Tarımsal yayım; özel yayım firmaları, serbest yayımcılar veya yayım birlikleri tarafından. Yayım hizmeti sunucuları ile çiftçiler arasında sözleşme imzalanmakta ve yayım giderlerinin bir kısmı devlet tarafından karşılanmaktadır.(Brandenburg ve Sachsen-Anhalt**)**

**Avusturya**

**Tarımsal Yayımın görevleri**

Avusturya’da tarımsal yayıma yüklenen rol, çiftçilerin ve çiftçi ailelerinin kişisel ve girişimcilik niteliklerinin geliştirilmesi ve tarım sektörünün hızla değişen koşullara ilişkin uyum sürecinde desteklenmesi olarak belirlenmiştir. Tarımsal yayım hizmetlerinin amaçları ise;

* Kaliteli ve yüksek değerli gıda maddelerinin, yenilenebilir enerji kaynaklarının üretilmesi,
* Doğal yaşam alanlarının, toprağın, suyun ve havanın sürdürülebilir tarım tekniklerinin kullanılması yoluyla korunması,
* Kırsal Girişimcilerin başarısının desteklenmesi,
* Üretimin pazara yönlendirilmesi,
* Bölgesel gelir ve işbirliği şanslarının kullanılması,
* Yeni iletişim ve bilgi teknolojilerinin kullanılmasının hızlandırılması,
* Çiftçilik bilincinin ve yaşam formunun güçlendirilmesi,
* Bu amaçlara ulaşabilmek için aşağıdaki yayım metotları kullanılmaktadır.
* Telefon bilgilendirmeleri,
* Yayım görüşmeleri,
* Bireysel, grup ve projeye dayalı yayım faaliyetleri,
* Çiftçi eğitim kursları,
* Yazılı, görsel ve Internet kaynakları kullanılarak gerçekleştirilen bilgilendirme kampanyaları,
* Çalışma grupları,
* Teknik geziler,
* Sergiler, fuarlar

Tarımsal Yayımın Organizasyonu

Avusturya’da tarımsal yayım, Almanya’da olduğu gibi ülkenin federal yapısına uygun olarak organize edilmiştir. Ülkenin genelinde kamu yayım sistemi hâkimdir ve yayımın ülke genelindeki örgütlenmesi buna göre yapılmıştır.

**Danimarka**

Danimarka yayım sistemi, özelleştirilmiştir ve 2003 yılından beri ülkede kamu yayım servisi ve özel yayıma yönelik devlet desteği bulunmamaktadır. Tarımsal yayım hizmetleri, Danimarka Tarımsal Yayım Servisi tarafından yürütülmektedir. Bu yayım servisi çiftçi örgütleri tarafından çalıştırılmaktadır

Bakanlığın ana görevleri.

\*tarım politikaları \*balıkçılık politikaları \*Beslenme politikaları \*gıda ve veterinerlik denetimleri \*hayvan sağlığı ve hayvan refahı

**HOLLANDA:**

# Özelleştirmeden Önceki Durum

Özelleştirmeden önce DLV, bir kamu yayım servisi olarak aşağıdaki özelliklere sahipti.

* Çalışmaları çiftçilere teknik ve ekonomik tavsiyeler ulaştırılmasının yanı sıra hükümet tarafından uygulanan tarım politikalarına yönlendirilmiştir.
* Tarım Bakanlığının içerisinde organize edilmişti ve % 100’ü hükümet tarafından finanse ediliyordu.
* Bütün personel ve yayımcılar memurdu.
* Yayım görevlileri bölgesel olarak genel çok yönlü timler olarak organize edilmişlerdi.
* Yayım metotları bilhassa grup ve kitle yayımına yönlendirilmişti.
* Yayım programları çok sıkı bir şekilde politik amaçlarla bağlantılı idi.

**1) Devlet Açısından:**

* Yayım programlarının yüksek maliyeti ve düşük etkili olmaları
* Çiftçi sayısında görülen azalmaya karşın yayım personelinin sayısındaki çok fazla artış.
* Çiftçilerin ilgi alanları ile devletin politik amaçları arasındaki uyuşmazlıkların artması. Örneğin üretim kaygılarının karşısında yeni çevre problemleri ve sübvansiyonların yüksek maliyeti
* Personele yönelik motivasyon noksanlığı. Örneğin: parasal teşviklerin olmaması, çelişen roller ve kaliteli personelin kaybı (bunlardan birçoğu çiftçilere özel danışmanlık yapmaya başlamışlardır.)

**2) Çiftçi Açısından:**

* Servis gerekli olduğu gibi çalışmıyordu, tavsiyeler problemlere yönelik değil geneldi.
* Grup ve kitle yayım metotlarının kullanılması yayımcı ve çiftçi arasındaki ilişkiyi zayıflatıyordu.
* Devletin politik amaçları çiftçilerin amaçlarına tercih edilmekteydi.

**3)Yayım Personeli Açısından**

* Çelişen roller nedeniyle yayımcı çiftçinin güvenini kazanamıyordu.
* Parasal teşvik/ödüllendirme sistemi yoktu.
* Hizmetin gerektirdiği uzmanlaşmanın yokluğu ve yeni gelişen teknolojilerin çok kompleks olması. Sonuç olarak iş memnuniyetinin olmaması

**ALMANYA**

Almanya’da tarımsal yayım hizmetleri tarım bakanlığı, ziraat odaları ve özel yayım birimleri tarafından verilmektedir. Özel yayım birimleri kuzeydoğu eyaletlerinde daha etkin durumda iken, güneydeki eyaletlerde tarım bakanlığı ve kuzeybatı eyaletinde ise ziraat odaları etkindir. Dolayısıyla çoğulcu bir yayım sistemi anlayışı hâkimdir.

Buna göre Almanya’da 16 federal eyalet ağırlıklı olarak 3 ayrı tarımsal yayım sistemi benimsenmiş ve buna göre yayım çalışmaları yürütülmektedir. \*devlete bağlı olmayan üretici birliğine dayalı\*bakanlığa dayalı\*özel sektöre dayalı

**İSRAİL**

Yürütülen yayım hizmetleri de % 88 oranında devlet %12 oranında çiftçi örgütleri tarafından finanse edilmektedir. Yayım organizasyonunda yer alan temel birimler:

\***merkezi birim**: bu birimler teknik politikaların formüle edilmesinden, tüm bölgesel yayım uzmanlarının teknik olarak desteklenmesinden, bakanlığın çeşitli birimlerine tavsiyede bulunmaktan, teknoloji üretiminden ve arazi denme programlarından sorumludurlar.

\***bölge birimleri**: hizmetlerin devamlılığını sağlar ve çiftçilerle yakın bir içindedirler. Danışmanlar bölgedeki üretim ve sosyal ekonomik kısıtları tespit ederler, yerel ihtiyaçlara göre teknik çözümler sunarlar.

**UYGULANAN YAYIM TEKNİKLERİ**

\*çiftçi ziyaretçileri \*seçilmiş çiftçilerin grup toplantıları \*çiftçi toplantıları \*mevsim öncesi ve mevsimsel sonrası toplantıları \*liflet ve broşür \*üretimle ilgili tavsiye kitapçıklarının basılması \*bağımsız çiftçiler için video filmleri hazırlanması \*radyo programları

**TÜRKİYE:**

Türkiye’de kamu çalışmaları baskındır.

**Kamu yayımı**: ihraç edilen ürünlerin daha kaliteli üretilmesine yönelik çabalar ilk yayım çalışmalarını ortaya koymuştur. Tarımı modernleştirmek, çiftçilere yönelik yenilikler sunmak ve tarımsal kalkınmayı sağlamak üzere üzere çeşitli dönemlerde farklı girişimlerde bulunulmuştur. Yayımın örgütlenmesine 1943 yılında Ankara, Eskişehir ve Manisa illerinde başlanmıştır. 1958 yılında bütün illerde örgütlenme tamamlanmıştır.

**ÖZEL YAYIMDA YER ALAN BAŞLICA KESİMLER:**

\*Çiftçi örgütleri \*tarımsal danışmanlar \*tarımsal danışmanlık şirketleri \*tarıma girdi sağlayan ve ürün alan firmalar \*gönüllü kuruluşlar.

**KONU 4 - YETİŞKİN EĞİTİMİ**

**YETİŞKİN KİMDİR?**

Dünya Sağlık Örgütü 24 yaş üzerindekileri yetişkin olarak kabul etmiştir.

Yetişkinliğin başlangıcı, öğrenim yaşını bitirmiş, bir işe girmiş olmakla tanımlanmaktadır. Yetişkinlik dönemleri; genç, orta, ileri yaşlar olmak üzere üçe ayrılır.

**YETİŞKİNLERİN ÖZELLİKLERİ**

* Yetişkinler benlik kavramı gelişmiş insanlardır; kendilerine olgun bir insan olarakdavranılmasını, kişiliklerine saygı gösterilmesini beklerler,
* Faaliyetlerde etkin rol almak isterler,
* Gereksiz sıkı otoriteden hoşlanmazlar,
* Yetişkinler deneyim birikimine sahiptir. Yaşamları süresince edindikleri bir deneyim birikimi vardır. Bu deneyimlerini aktarmaktan zevk duyarlar, birikimlerini kullanacak ortamlar ararlar. Deneyimlerine uygun düşen yeni öğrenmeleri kabul ederler, ters düşenlere karşı bir direnme eğilimi gösterirler.
* Problem merkezlidirler. Bilgi ve becerilerini uygulamak isterler
* Yetişkinler, karşı karşıya kaldığı sorunlara çözüm getirebilecek öğrenmelere ilgi duyarlar. Öğrenme gereksinmeleri daha çok, karşılaştıkları sorunlara dayalıdır, zamanları değerli olduğundan, sorunlarının çözümüne yönelik olmayan öğrenmelere ilgi duymazlar,
* Övgüler duymak isterler.
* Yetişkinlerin kişisel kaygıları vardır ve güvenli bir ortama gereksinim duyarlar.
* Yetişkinlerin özgüvenlerini korumaları gerekir. Kendileri ve eğitimcileri için beklenti düzeyleri yüksektir. Yetişkinlerin bulunduğu psikolojik ortam diğer yetişkinlerce kabul edilme, saygı duyulma ve desteklenme hissi verecek şekilde olmalıdır. Ortam, öğrencilerle öğretmenlerin birlikte hareket ettiği, ceza ve gülünç duruma düşme korkusundan uzak, ifade özgürlüğünün olduğu karşılıklı bir ortam olmalıdır.
* Yetişkinler herkesten farklı bilgi, görgü ve deneyime sahip özgün ve saygıya layık birer birey olarak görülmek isterler. Onlara karşı saygısız davranmak, onların katkılarını önemsememek olumsuzluklara neden olur.
* Yetişkinin bulunduğu topluma veya gruba göre beklentileri ile ihtiyaçlarında farklılıklar olabilmektedir. Bireyin mesleği gelir ve öğrenim düzeyi, cinsiyeti, evli olup- olmadığı, yaşadığı yer, dinsel inançları etkinliklere katılmasında önemli role sahiptir.
* Yetişkinler dayatmanın ve kendi isteklerinin zıddına olan bir şeyi, sonucu iyi de olsa reddederler.
* Belli bir öğrenme ortamının dışında ön uğraşları vardır.
* Güç seçim yaparlar.
* Gereksinmeleri ile uyumlu grup davranışı geliştirirler.
* Duygusaldırlar.
* Seçici filtrelere sahiptirler.
* Pekiştireçlere cevap verirler.
* Dinlenmeye gereksinme duyarlar.
* Gizli bir şekilde geri kalmaktan ve yerlerini birilerinin almasından korkarlar.
* Sosyal statülerine düşkündürler,
* Bazı fizyolojik engellere sahiptirler. Yaş ilerledikçe yetişkinin fiziksel yapısında değişmeler olmaktadır.

**Görme Yeteneği;** 20-25 yaşları arasında en yüksek düzeyde olan görme gücünde, 40-45 yaşlarında düşme görülür. Bu alandaki bilimsel ilk çalışmalardan olan ve Thorndike tarafından ‘yetişkinlerde öğrenme yeteneği’ konusunda 1928 yılında, ABD’de yayınlanan araştırmanın sonuçları; o zamana kadar sanılanın tersine ‘yetişkinlerin öğrenebileceğini ve zeka düzeyinin yaşla düşmediğini’ göstermiştir. Bununla birlikte, Miles tarafından yapılan başka bir araştırmanın bulguları, yetişkinlerde öğrenme yeteneğinin yaşın artmasıyla düştüğü şeklinde yorumlanmışsa da, daha sonra yapılan araştırmalar yaş ile yetişkinin öğrenme yeteneğinin değil, öğrenme hızının azaldığını göstermiştir. Bu konuda 1950’lerde başlayan çalışmaların yeni ilgi alanı ise, yetişkinin ‘öğrenme isteği’ ve ‘yetişkini güdüleyen’ etmenler üzerinde odaklanmaya başlamıştır.

Yetişkin eğitiminin temel kuramları, yetişkinlerde öğrenme ve öğretimle ilgili kuramları kapsamaktadır. Bu kuramları **E.L.Simpson** üç grupta toplamaktadır.

* Yetişkinlerin yaşam durumlarını temel alan kuramlar ( **Clusky ve Knox** ); yetişkinlerin yaşam durumlarından, düzeylerinden ve yaşadıkları ortamdaki sosyal rollerinden hareket edilmektedir. Bilgi edinme ihtiyacının, çeşitli ortamlara katılma ihtiyacının ve farklı sosyal baskıların, yetişkini yararlı bilgi edinmeye motive ettiğini ya da zorladığını savunmaktadır. Bu nedenle de yetişkinlere verilecek eğitimin, yetişkinin yaşam durumunu, düzeyini ve yaşadığı ortamdaki sosyal rolünü geliştirmeye yönelik olmasının önemi üzerinde durulmaktadır.
* Yetişkinlerde bilinçlendirmeyi temel alan kuramlar ( **Mezirow ve Freire** ); Bireyin eski-yeni durum arasında bir kararsızlık ve ikilem oluşması sonucu, bakış açısında aşamalı ya da ansızın bir değişme yaşadığı noktasından hareket etmektedir. Ayrıca hiç kimsenin diğer insanlara emredici, yönlendirici bir şekilde ‘öğretemeyeceği’ ve hiç kimsenin tek başına ‘öğrenemeyeceği’, insanların birlikte öğreneceği, tepki göstereceği ve dünyalarını değiştireceğinden hareket etmektedir. Böylece;”yetişkinlerin bilinçli olması, gerçek dünya hakkında düşünme yeteneğine sahip olması ve eleştirici düşünce ile dünyayı değiştirmesi gerekir” görüşü savunulmaktadır. Bu nedenle de yetişkinlere verilecek bilginin ve eğitimin yetişkinlerin bakışını değiştirmesinin ve bilinçlendirmeyi gerçekleştirecek şekilde olmasının üzerinde durulmaktadır.
* Yetişkinlerin özelliklerini temel alan kuramlar (**Thorndike, Cross ve Knowles** ); Yetişkinin kişiliği, eğitimi, sosyal durumu, zeka ve beden durumu ile öğrenmesi arasında bir bağ olduğu, bu özelliklerinin yetişkinin öğrenme ve düşünme yeteneğine katkıda bulunduğu ve dolayısıyla yetişkinin bulunduğu durum ve konum gereği çocuktan farklı olarak, daha karmaşık öğrenme biçimlerine sahip olduğundan hareket etmektedir. Ayrıca, çocukların eğitime ‘zorunlu’ olarak katıldığı ve eğitimin tek tip olduğu, yetişkin eğitiminin ise ‘ gönüllülüğe dayalı’ olduğu ve yetişkinlerin kendi istekleri ile eğitime katıldıkları savunulmaktadır. Bu kuramda, yetişkinlerin temel özellikleri ele alınmakta ve ‘ yetişkine bu özelliklere dayalı olarak eğitim verilmelidir’ görüşü savunulmaktadır.

**Pedagoji Ve Andragoji**

**Pedagoji**; ‘çocuklara öğretmenin bilim ve sanatı’ anlamına gelir.

**Andragoji** ise; ‘yetişkinlerin öğrenmesine yol göstermenin ya da yardımın bilim ve sanatı’

**Pedagoji ve Andragoji Arasındaki Farklar**

Kendini algılama (Benlik algısı),Deneyimler, Öğrenmeye hazır olma, Zaman perspektifi ve öğrenmeye yönelim

Andragojik modelde ise; öğretmen/eğitici; "kolaylaştırıcı" rolüyle, öğrenenleri şu öğeleri içeren bir sürece katmak için bir işlemler dizisini tasarlar ve uygular:

* Öğrenme için uygun ortam oluşturma
* Ortaklaşa planlama için bir mekanizma kurma
* İlgileri, gereksinimleri ve değerleri tanımlama
* Bu gereksinimleri karşılayacak olan program amaçlarını (ki içeriği bu belirler) belirleme
* Bir öğrenme yaşantıları modeli tasarlama
* Bu öğrenme yaşantılarını uygun teknikler ve materyaller ile yürütme
* Öğrenme çıktılarını ortaklaşa değerlendirme (gereksinimleri, ilgileri ve değerleri yeniden tanımlama).

**Yetişkinlerde öğrenme aşamaları**

**FARKINDA OLMA—İLGİLENME—DEĞERLENDİRME—DENEME—UYGULAMA**

**Yetişkinlerin Öğrenme Özellikleri**

* Yetişkine öğrenme için yeterli zaman verilmeli, öğrenme hızı zorlanmamalıdır.
* Yetişkinlerde öğrenme, yetişkinin yaşam durumunu geliştirmeye izin verecek şekilde düzenlenmeli ve öğretim durumları da yetişkinin sosyal rollerindeki yeteneklerini geliştirici olmalıdır.
* Yetişkin öğrenme sürecinde etkin olmalıdır. Bu nedenle yaparak-yaşayarak öğrenme temel öğrenme ilkesi olmalıdır.
* Özellikle becerilerin kazanılmasında ve kalıcı olmasında, tekrar önemlidir.
* Öğrenmede doğru davranışlar pekiştirilmelidir.
* Kavrayarak öğrenme, ezbere öğrenmekten daha kalıcıdır. Yetişkin, öğrenme yaşantıları arasındaki ilişkileri kendisi keşfeder ve bu ilişkileri uygulayabilirse, öğrenmede kalıcılık artabilir ve genellemeler değişik alanlara da aktarılabilir.
* Yeni öğrenilenler, yetişkinin önceki öğrendikleri ile bütünleştirilmelidir.
* Öğrenmede yetişkinin kaygı düzeyi göz önünde bulundurularak cesaretlendirme ve yönlendirmeye yer verilmelidir, öğrenme grubunun yapısı ve atmosferi öğrenmeyi etkilemektedir.

**Yetişkin eğitimi yöntemlerinde genellikle şu özellikler bulunmalıdır:**

* Konudan ziyade yetişkine yönelik olmalı,
* Konunun alt bölümleri ne olursa olsun problemin (bir okuma parçasının, bir beceri gerektiren işin vs.) bütünü ile ilgilenmeli,
* Yetişkin öğrencide kendine güven duygusunu geliştirmeli,
* Yetişkin öğrencileri düzenli bir şekilde, tecrübelerini de dikkate alarak yetenekleri konusunda eğitmeli,
* Bilinenden bilinmeyene doğru gelişmeli,
* Yetişkinler aynı yaş dolaylarında olsalar dahi, her birinin farklı kişiliği ve farklı öğrenim hızı olduğu gerçeğine göre düzenlenmeli,
* Somut gerçeklerden soyut bilgilere doğru gitmeli,
* Öğretme-öğrenme etkinliğinde, bilinçaltına yerleştirme dönemi olması beklenen, ‘duraklama’ hallerinin varlığı dikkate alınmalı,
* Yetişkinin ‘daha fazla öğrenme ihtiyacı’ (özetleme ve pekiştirme gibi) dikkate alınmalı,
* Öğrenilenlerin ‘dışa verilmesi’ konusu özellikle vurgulanmalı,
* Bütün uygun şartları, araç ve teknikleri kullanmalı,
* İşitilmiş ve görülmüş şeylerin bizzat uygulanmasının yapılanlardan daha geç unutulduğu dikkate alınmalı. Yani yöntemler seçilirken, hayatta kullanılabilirliği düşünülmeli,
* Eğitim alan yetişkinler grubunun katılımı ile öğrenci ve eğitimci arasında işbirliği yakınlaşmasını göz önünde tutmalı,
* Pratik uygulamalar, özellikle sosyal değeri olan çalışmalar için doğacak her fırsat kullanılmalıdır.

yetişkin eğitimi yöntemleri; bireysel ve grup yöntemleri olmak üzere iki başlık altında toplanarak da incelenebilir.

**6.1. Bireysel yöntemler**

Bir araya getirilmesi mümkün olmayan öğrenme istekli kişilerin var olması bireysel eğitimi gerektirir. Bu yöntemin kullanılması gerektiğinde, bireysel farklılıklar ve bunları oluşturan unsurların yanı sıra, çevre faktörü de dikkate alınmalıdır.

**6.2. Grup (Küme) Yöntemleri**

Yaygın eğitim çalışmalarının düzenlenmesi ve yürütülmesinde en çok kullanılan yöntemlerden biridir. Grup yöntemlerinde çalışmalar düzenlenirken grubun tamamını kapsayan yöntemler seçilir. Tartışma grupları, forum, toplantıv.b. gibi.

Yetişkinlerin öğrenmeleri için uygun ortam ya da ‘iklim’ denince, insanların yaşam çevresi ve potansiyel etkileşimlerinin tamamı akla gelmektedir.

**Olumlu bir eğitim ortamı yaratmak için fiziksel alanda yapılacaklar konusunda anahtar konular;**

* *Rahatlık,Çeşitlilik,Hareketlilik,Kalacak-yatacak yerde rahatlık duygusunun sağlanmasıdır*.

**Öğrenmeye ilişkin yetişkin eğitiminde kullanılan bazı güdüleme kuramları şunlardır;**

* **Atkinson**, güdülemeyi; geçmiş yaşantıların olumlu veya olumsuz etkilerine bağlı ipuçları ile ortaya çıkan bir beklenti durumu olarak tanımlamaktadır. Yetişkinin geçmiş deneyimleri, sadece bu günü değil, gelecekteki öğrenme arzusunu, heyecanını ve öğrenmeye karşı tutumunu da etkilemektedir. Yetişkin eğitiminde bu kurama göre; yetişkinler öğrenmeye güdülenmeli, öğrenebileceğine inandırılmalı ve öğrendiklerinin kendisine yarar sağlayacağı anlatılmalıdır.
* **Weiner**, güdülenmenin, bireylerin çalışmalarına katkı getirdiğini ve güdülenme durumlarına göre başarı veya başarısızlıklarını kabul etmelerini sağladığını, az güdülenmiş kişilerin ise, başarısızlıklarını ya görevin zorluğuna ya da şansa bağladıklarını belirtmektedir. Bu kurama göre; özellikle yetişkin eğitiminde, yetişkine gerekli bilgiler verilerek, yeteneğine, gücüne ve kendisine güvenmesi sağlanmalıdır.
* **Bruner**, öğrenme isteğinin öz bir güdü olduğunu belirtmektedir. Bruner'e göre; bireylerin içinden gelen güdüler,”merak”,”bir iş yapma” ve”grup üyeleri ile ortak hareket etme”dir ve bunlar, ödül, ceza veya zorlama gibi dış uyarıcılardan daha yararlıdır.
* **Maslow**, insanların güdülenmesini, ihtiyaçlar hiyerarşisine dayalı olarak açıklamaktadır ve güdülenmede en yaygın bilinen kuramdır. Maslow; insan güdülerini bir piramit gibi birbiri üstüne aşamalı olarak yerleştirmekledir

**Olumlu Bir Eğitim Atmosferi İçin Eğitim Öncesi Hazırlıklar**

* Katılımcıların sayısı, sosyo-kültürel özellikleri, eğitime neden, hangi amaçlarla başvurdukları, daha önce almış oldukları eğitimler ve deneyimleri gibi konularda katılımcılar hakkında temel bilgileri toplamak önemlidir. Karşılıklı etkileşimin sağlanması açısından 10–12 kişilik küçük gruplar tercih edilmelidir.
* Eğitimde kullanılacak araç ve gereçleri gözden geçirmek,
* Eğitimin yapılacağı yerdeki fiziksel koşulların düzenlenmesi için; katılımcıların sayısına göre odanın büyüklüğünü, küçük grup etkinlikleri için uygun odaları, masa, sandalye vb. durumunu, etkileşim ve iletişimi sağlayacak oturma düzenlerini (‘U’ düzeni, dikdörtgen veya daire düzeni, küçük grup düzenlemesi vb.) gözden geçirmek gerekir. Katılımcılar için isimlikler hazırlanmalıdır.
* Katılımcıların ihtiyaçlarının (yemek, konaklamak, telefon, kaza veya ani rahatsızlıklar dahil acil durumlar vb.) önceden tahmin edilmesi ve bunlara uygun düzenlemelerin yapılması gerekir.

**Olumlu Bir Eğitim Atmosferi İçin Eğitim Sırasında Yapılacaklar:**

* Eğitime başlarken, katılımcıların birbiriyle ve eğiticilerle tanışması önemlidir (Katılımcılar birbirini tanıyor olsalar bile, bu etkinlik yetişkin eğitiminde özel bir önem taşımaktadır). Eğitime başlamadan önce, katılımcıların eğitimden beklentilerinin neler olduğunun öğrenilmesi, yetişkin eğitiminde önemli bir etkinliktir.
* Eğitimle ilgili katılımcıların bireysel ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri (telefon, yemek, konaklama, vb.) yerlerinin belirtilmesi, eğitimle ilgili sorularının yanıtlanması da eğitime başlarken önemlidir.
* etkin katılımı sağlaması, karşılıklı etkileşimi desteklemesi ve katılımcıların endişelerini gidermesi açısından, belli aralıklarla kısa-küçük oyunlar ile ısınma egzersizleri düzenlenebilir.
* Eğitim odası dışındaki sosyal etkinlikler (sohbet, yemek, gezi vb.) de olumlu bir eğitim atmosferinin yaratılmasında ve sürdürülmesinde etkilidir.

**Yetişkin eğitiminde de kullanılan materyallerin önemi şu başlıklar altında sıralanabilir**:

* İlgileri uyarırlar ve öğrenme isteği oluştururlar, Zamandan tasarruf sağlarlar,Soyut unsurları somutlaştırırlar,Güvenli gözlem yapma imkânı sağlarlar,Öğretimi zenginleştirirler, işlemleri basitleştirirler,Tekrar, tekrar kullanılabilirler, pratik yapma imkânı sağlarlar,Öğretimi canlı ve açık hale getirirler

**Yetişkin eğitiminde kullanılacak aracın seçiminde dikkat edilecek hususlar şu şekildedir;**

* Öğrenenlerin ihtiyaç ve ilgileri, Eğitim sürecinin oluşacağı fiziksel çevre, Öğrenmek istenilen konular, öğrenmenin amacı, faydalanılacak kaynaklar, Kullanılacak uygulamanın niteliği, faydaları, sınırları, iletişim yapısı, etkinlik derecesi, Eğitimden beklentiler, Öğretenin yeteneği,
* Eğitsel araçların var olup olmadığı, Öğrenme sürecinin gerekleri,

**KONU 5 - İLETİŞİM TEKNİKLERİ**

* Miller, iletişimi :”**Bir kaynağın, davranışlarını kasıtlı bir biçimde etkilemek üzere bir alıcıya mesajlar iletmesi”** olarak tarif ederken,
* Gode’ ye göre iletişim:”**Bir kişinin ya da grubun tekelindeki bilgi ve becerilerin başka bir kişi ya da gruplarla ortak kullanmasını sağlayan bir süreçtir.”**
* \*Verici olarak kaynak tarafından baskın nitelikte verilen mesajlara dayalı süreç **tek yönlü** iletişimdir
* \*İnsanların aralarındaki iletişim sürecini paylaştıkları iletişim şekline de, **çift yönlü** iletişim

**İLETİŞİMİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER**

Gerek çevreden gerekse birbirlerinden aldıkları mesajları algılama ve yorumlamaları sonucunda bir tepki oluştururlar. Bu tepki sonucunda oluşacak olan etkileşimin; anlaşma, çekilme veya çatışma gibi sonuçları da ortaya konan iletişimin ürünleridir.

#  İLETİŞİM ve ÖĞRENME

kaynak (verici), kodlama, mesaj, kanal (araç), alıcı, alıcının eşik değeri, alıcının şablonları, kod çözme ve geri bildirim’dir.

**Kodlama:** Kaynak, iletmek istediği bilgileri bir dizi sembole çevirerek, sinyaller halinde kodlar. İletişimin gerçekleşmesi için temel koşul, gönderici ile alıcının ortak anlaşma şekillerine (tecrübe, bilgi, sembolik işaretler vb.) sahip olmalarıdır.

**Kanal (Araç):**Mesajın alıcıya iletilmesini sağlayan araç, yöntem ve tekniklerdir. Ortamın özelliği, mesajın verici kaynaktan çıktığı gibi alıcıya ulaşıp ulaşmamasında rol oynar.

*\*Söz (Konuşma) \*Yazı \*Resim \*Nesneler (Obje) \*Hedef (Alıcı) \*Geribildirim*

**Mesaj:** Kodlanan fikrin aldığı fiziki şekle denir

***Mesajın anlaşılırlığının kurallları***

\*basitlik \*sıralama ve düzen \*kısa ve özlü olma \*rahatlama ve ilgi çekme

**Tek yönlü iletişim:** Sadece tek yönlü olarak göndericiden alıcıya mesaj gönderilmesidir. Bu tip iletişimde geri dönüşüm yoktur. Yanlış anlaşılmaların farkına varılamaz ve mesajların anlaşılıp anlaşılmadığı kontrol edilemez. Ama bu tip iletişimde kısa zamanda birçok mesajın gönderilmesi mümkündür.

**Çift yönlü iletişim:** Mesajlar gönderici ile alıcı arasında iki yönlü olarak aktarılmaktadır. Bu nedenle yanlış anlamalar oransal olarak azalır. Ama tek yönlü iletişime göre daha fazla zaman gerektirir.

***A. Basitlik B. Sıralama ve Düzen C. Kısa ve Özlü Olma D. Rahatlatma ve İlgi Çekme***

**İLETİŞİM YÖNTEMLERİ**

**Sözlü İletişim**

Sözlü iletişim özellikle ses (yükseklik, tonlama, telaffuz, ritim, konuşma biçimi…) ve dil (cümle yapısı, kelime grupları, kelime kullanımı, terimler …) yoluyla gerçekleşir.

Sözlü iletişimin sürdürülmesinde iki ana becerinin rolü vardır: Konuşma ve dinleme.

**Konuşma:** Konuşmanın etkili olmasında birçok faktör rol oynar. Bunlar: Konuşma ve işitme il ilgili fizyolojik durum, ses tonu, sözcüklerin seçimi, vurgu, içerik, simgesel dil ve mizahın kullanımı, hız, telaffuz, ses perdesi, hedefe yönelik konuşma, üslup, anlamlılık, zihinsel etkinlik ve kalıplardır. *\*Ses tonu \*sözcüklerin seçimi \*vurdu*

**Sözsüz İletişim** Verilen bilginin doğruluğu”sözsüz iletişim kanalıyla” daha iyi takdir edilir. Bu yüzden de konuşan kişinin uyumsuz davranışları dinleyende güvensizlik hissi yaratır. Farklı ortamlardan gelen kişiler arasındaki iletişim daha zordur.

**Genel görünüm:** Vücut hareketleri, yürüyüş tarzı, vücut duruşu vb. gibi unsurlar kişilerde düşünülmeksizin ön yargılar oluşturur. Jestler ve Hareketler: İletişim sırasında yapılan el kol hareketleri mesajın verilmesini destekler ve genellikle mimiklerle dışa vurulur.

**Yüz ifadesi:** Sözlü mesajın içeriğini tamamlarlar veya da bazen tamamen onun yerine kullanılırlar.

 **Genel görünüm:** Etkin bir ilişki isteğini gösterebileceği gibi bazen de bir arama ifadesini gösterebilirler.

**ETKİLİ İLETİŞİMDE ENGELLER**

**A. İletişimde Açıklık** – Savunuculuk: İletişimde kişilerin kendilerini savunma özelliği arttıkça, iletişimdeki verim düşer;

**B. Yargılama**: Değerlendirmesi ister olumlu, ister olumsuz olsun, yargılayan kişi yargılanandan belirli yönlerden kendisini üstün gördüğünden, konuşanın davranışını olumlu ya da olumsuz yönde değerlendirir.

**C. Analizci Dinleme:** Dinleyen, konuşanı konuşandan daha iyi anladığını ima eder.

**D. Rahatlatma:** Rahatlatmak, işi şakaya boğmak her zaman ve her yerde yararlı olmayabilir. Onun sorunlarını ciddiye almadığınız ya da içinde bulunduğu durum karşısındaki duygu ve düşüncelerini doğal bulmadığınız izlenimi verebilir. Genellikle, dinlemeden verilen teselli mesajları, konuşan kişide sorununun küçümsendiği duygusunu yaratabilir. Çünkü kendisinin dinlenmediğini fark etmek, her insanda içsel bir güvensizlik ve gerginlik yaratır.

**E. Tuzak Soru Sormak**: Soru, inceleme, gibi yaklaşımlarda karşısındakinin ne düşündüğünü anlamaktan çok önyargı, eleştiri veya zorunlu çözüm bulunması, düşüncelerini yönlendirmek, tuzak olarak kullanacağı bir yere götürmek amacıyla sorulan sorular, savunuculuğa yol açar.

**KURUMSAL İLETİŞİMİN ENGELLERİ:**

*\*amirlerden kaynaklanan \*kurumun tapısından kaynaklanan \*geri besleme eksikliğinden kaynaklanan \*teknik engeller \*kişisel engeller \*dil göçlükleri \*bilgi eksikliği \*zaman baskısı \*gürültü*

**ETKİLİ İLETİŞİMİ KOLAYLAŞTIRAN YÖNTEMLER**

**İlk İzlenim:** Araştırmalara göre, insanlar üzerinde yarattığımız ilk izlenim 30 saniye içinde oluşmaktadır **İletişimde Ben Dilini Kullanmak, Sen dili**.”Sen şusun!” “sen busun!” gibi ifadeler hep "sen" kelimesini içerdiği için, böyle bir tutum içinde kullanılan dile sen dili adı verilir.**Empatik iletişim, Aktif dinleme**

**BEDEN DİLİ**

 Yüz yüze kurulan ilişkide kelimeler % 10, ses tonu % 30, beden dili %60 önem taşır. Buradan da anlaşılacağı gibi sözel mesajlardan daha çok beden dili ile iletişim kurulur.

**KONU 6 - BEDEN DİLİNİN ÖNEMİ**

1. **İlk İzlenim Önemlidir**
2. **Beden Dilimiz Topluluğu Etkiler**
3. **Davranışımız İç Dünyamızı Etkiler**

**BEDEN DİLİNİN UNSURLARI**

* Jestler ve Mimikler, *Mekan Kullanımı ve Mesafe*, Bedenin Kullanımı, *Göz Hareketleri*, Akışlar, *Başın Kullanımı* ,El, Kol ve Parmak Hareketleri, *Bacakların kullanılışı*, Oturma Düzenleri, *Seçilen Yer*, Oturma Düzeni, *Masa Kullanım*ı, Giyim, Bakım, Makyaj ve Kullanılan Aksesuarlar

Örneğin, sohbet sırasında göz kırpma, baş sallama, kolları açma gibi işaret ve hareketler iletmek istediğimiz ve programladığımız bir mesajı içeren jestlerdir.

Başka birisiyle iyi bir ilişki kurmak için iletişim kurulan toplam zamanın % 60-70’ inde onunla göz göze gelmemiz gerekir.

Beyne iletilen bilgilerin %87 sinin GÖZLER % 9 KULAKLAR ve % 4 ünün dger duyular aracılığıyla iletildiğini göstermiştir.

**Mekan Kullanımı**

*1. Kişisel Alan 2. Bölge Mesafeleri 3. Bölge Mesafelerinin Pratik Uygulaması*

*0-25 cm mahrem alan / 25-100 cm kişisel alan/100-250cm sosyal alan/250cm+ genel alan*

**Oturma Düzeni :** Karşı Karşıya Oturmak - 90° lik Açıyla Oturmak - Yan Yana Oturmak - Çapraz Oturmak

**Masanın Önemi:** Bir işyerinde masa otoriteyi temsil eder.

**Yuvarlak Masa (** katılanlar arasında eşitliği çağrıştırır.)

**Dikdörtgen Masa** (Gücü temsil eden kişi kapıya yüzü dönük olarak ve masanın başına oturur. Sağı ve solunda kendisine en yakın kişiler yer alır. Merkezden uzaklaştıkça güç azalır. Tam karşıda ise yuvarlak masada olduğu gibi ikinci derecedeki güç merkezi yer alır.)

**KONU 7 - YENİLİKLERİN YAYILMASI**

Bir şey sübjektif olarak kişiye yeni gözüküyorsa, o bir "yenilik" dir.

Yenilikçilik; bir bireyin, içinde bulunduğu toplumun diğer bireylerine göre, yeni bir fikri daha erken benimseme derecesidir.

**BENİMSEME GRUPLARI**

*\*Yenilikçiler: Cesaretli, Atılgan \*Erken Benimseyenler: Saygıdeğer*

*\*Erken Çoğunluk: İhtiyatlı, Tedbirli \*Geç Çoğunluk: Şüpheci Grup*

*\*Geri Kalanlar: Geleneksel Grup*

**YENİLİKLERİN BENİMSENMESİNDE ÖNDER ÇİFTÇİLER**

İletişim çabalarını bir sosyal sistemdeki önder çiftçiler üzerinde yoğunlaştırarak yeniliklerin yayılma hızını artırabilir. Böylece, çalışmada tasarruf sağlanmış olur. Önderler ile çalışma, yeniliğin güvenilirliğini yükseltir. Böylelikle benimseme olasılığını artırır. Önderleri izleyenlerinden ayıran dört temel özellik vardır. Bunlar: **Dış dünya ile iletişim:** Kitle iletişim araçlarından daha fazla yararlanmaları, içinde yaşadığı toplumun dışına daha sık seyahat ve yayım elamanlarıyla daha sık ilişki kurmalarıdır. **Erişilebilirlik:** Sosyal katılımları daha fazladır. **Sosyal Statü:** İkili ilişkilerde bireyler, kendilerinden daha yüksek sosyal statüye sahip kişileri ararlar ve önderler içinde yaşadıkları toplumda izleyenlerine göre, ortalamanın üzerinde bir sosyal statüye sahiptirler. **Yenilikçilik:** yaşadığı toplumun normlarına göre değişmekle birlikte, önderler izleyenlerine göre daha yenilikçi kimselerdir.

**Tarımsal yayım açısından önemli bazı önderlik rol ve biçimleri şunlardır**:

*\*Onay Önderliği \*Konu Önderliği \* Fikir Önderliği \*Eylem Önderliği*

**YENİLİK GELİŞTİRME SÜREÇLERİ:**

*\*sorun ve ihtiyacın farkına varma \*temel ve uygulamalı araştırma\*gelişme\*ticarileşme\*yayılma ve benimseme\*sonuçlar*

**YENİLİK BENİMSEME SÜRECİ**

*\* Haberdar Olma \* İlgi Duyma \* Değerlendirme\* Deneme\* Benimseme*

 Benimseme sürecinde, deneme sürecinin sonucu olumlu ya da olumsuz önemli rol oynar.

**YENİLİK KARAR SÜRECİ**

*1-Bilgi Safhası 2-İkna Safhası 3-Karar Safhası 4-Uygulama Safhası 5-Onaylama Safhası 6-Kesinti*

**BENİMSEME ORANINI ETKİLEYEN YENİLİK ÖZELLİKLERİ**

*\*Nispi Üstünlük \* Uyumlu Olma \*Karmaşıklık \*Denenebilirlik \*Gözlenebilirlik*

**DEĞİŞİME DİRENME NASIL AZALTILIR?**

Değişimin amaçlarını belirlerken, sistemin üyelerinin katılımı sağlanır, Değişikliğin sistemin üyelerince nasıl algılandığı tespit edilir, Direnç kaynakları harekete geçmeden önce bu kaynaklara hitap edilir, Değişimin uzun vadeli yararları gösterilir, Doğabilecek ani sorunların çözümü gösterilir.

**DEĞİŞİMİN MUHAFAZASI NASIL SAĞLANIR?**

**1. Yol:** Yayımcı sistemde kalarak, bireylere değişimi uygularken yaşayabilecekleri zorluklara karşı destek sağlar. Ancak problem, yayımcı destek ve uzmanlık sağlamak için etrafta bulunmadığında, değişimin zayıflaması veya kaybolmasıdır.**2. Yol:** Sistemdeki bireyler arasında paylaşılan, öğrenilen bir dizi norm geliştirilerek, değişim süreci kurumsallaştırmaya çalışılır

**İNOVASYON**"Toplumsal, kültürel ve idari ortamda yeni yöntemlerin kullanılmaya başlanması" anlamındadır.İnovasyonun anahtar kelimeleri "değişiklik" ve "yenilik" olduğuna göre, bu noktada en önemli sorun değişimi yönetebilmektir. Değişim yönetiminin ana bileşenleri ise **insan, iş süreçleri ve teknolojidir.**İnovasyon, yeni veya iyileştirilmiş ürün, hizmet veya üretim yöntemi geliştirmek ve bunu ticari gelir elde edecek hale getirmek için yürütülen tüm süreçleri kapsar. Yeni veya iyileştirilmiş ürün, hizmet veya üretim yöntemi geliştirme, yeni düşüncelerden doğar. İnovasyon sürekliliği olan bir faaliyettir.**İnovasyon,** Yazılı hale getirilmiş, paylaşılan ve uygulanan bir strateji varsa, Bağlantılar ve iletişim, güçlü ve etkin bir şekilde oluşturulduysa, Değişimin gerçekleştirilmesi için gereken mekanizmalar kurulduysa ve işletiliyorsa, İnovasyonu destekleyici bir organizasyonel yapı oluşturulduysa başarılı olabilir

**KONU 8 - BİREYSEL YAYIM/DANIŞMANLIK METOTLARI**

**Bireysel yayım:** doğrudan doğruya bireye veya ailesine yönelik olarak yapılan yayım faaliyetleridir.

**Avantajları**Yayım mesajları çiftçi üzerinde daha fazla etkilidir,Yayımcının, çiftçinin durumuna uygun çözüm önerileri geliştirmesi mümkündür.,Yayımcı ile çiftçi arasında kişisel güven oluşturulması mümkündür.Çiftçi düşüncelerini çevre baskısı olmadan daha net ifade edebilir. Karar verme süreci hızlanır. Çiftçinin güvenini ve dostluğunu kazanmak için ideal bir yöntemdir.Üreticiler uygulama becerisi kazanır.Geri beslemenin en iyi olduğu metottur

**BİREYSEL YAYIM/DANIŞMANLIK METOTLARI**

**Dezavantajları**•Genellikle yüksek gider ( zaman, para ve iş gücü vs.) gerektirir.•Yayımcı ve çiftçi olumlu bir yaklaşım kuramaz ise yayım süreci çok zor onarılabilir yara alır.•Yayımcının bilgili ve tecrübeli olma mecburiyeti vardır.•Yayımcı tecrübesi ile çiftçi üzerinde gerekli güveni tesis edemezse, doğru bilgileri alma ihtimali çok zordur. Genelin (bir grup, kooperatif veya dernek...) karar vermesi gereken durumlarda yapılan bireysel yayım bazen olumsuz neticeler verebilir

**HEDEF KİTLENİN ÖZELLİĞİNE GÖRE BİREYSEL YAYIM**

*1.Çiftçi Organizasyonlarının Yöneticilerine Yönelik Bireysel Yayım,2. Önder Çiftçilere Yönelik Bireysel Yayım,3.Hedef Kitlenin Diğer Üyelerine Yönelik Bireysel Yayım*

**İşletme Ziyareti (Çiftçinin Tarlasında, Ahırında ve Evinde Yapılan Bireysel Yayım)**

İşletme ziyaretleri yayımcının durum analizi yapabilmesi için yapılabildiği gibi bilgi aktarması, teşhis yapması ve reçete yazması amacı ile de gerçekleştirilebilir.

**İşletme ziyareti diğer bireysel yayım metotlarına göre aşağıdaki üstünlüklere sahiptir.**

Çiftçi İşletmesinde kendisini daha güvende hisseder, soru sormaya ve kendi fikirlerini tartışmaya hazırdır. Çiftçi yeni önerileri alışkın olduğu bir çevrede daha kolay benimser. Yayımcı, çiftçinin ifadelerini doğrudan kontrol etme olanağına sahiptir. Örneğin bir bitki hastalığı mı? Yanlış gübreleme yada üretim yöntemi mi söz konusudur, ahırlarda hijyenle ilgili bir sorun mu var hemen tespit edebilir. Düzenli olarak yapılan işletme ziyaretleri çiftçi ile yayımcı arasında gereksinim duyulan tecrübe alış verişine imkân verir. Düzenli ziyaretler neticesinde çiftçi ile yayımcı arsında samimi bir ortam oluşur ve çiftçinin yayımcıya güveni artar.

 **İşlevine Göre Bireysel Yayım**

*1.İşletme Ziyareti (Çiftçinin Tarlasında, Ahırında ve Evinde Yapılan Bireysel Yayım)*

*2.Büroda Yapılan Bireysel Yayım 3.Telefon Görüşmeleri İle Bireysel Yayım*

*4.Kişisel Mektuplarla Bireysel Yayım 5. İnternet Görüşmeleri İle Bireysel Yayım*

**Tarımsal yayım sürecinde çiftçi görüşmelerinin amaçları**

Yayım sürecinin başlangıcı olan durum analizinin yapılması, Çiftçi ile yayımcının probleme yönelik ortak bir bakış açısı oluşturulması, Aktüel bilgilerin aktarılması, Yayım programının yapılabilmesi için gerekli olan verilerin toplanması, Çiftçinin bilgi ihtiyacının karşılanması, Bilgilerin ve direkt olarak kullanılabilir çözümlerinin çiftçiye verilmesi (reçete),Beraber tespit edilen probleme, ortak çözüm önerileri oluşturulması, Çiftçinin kendi durumunu kabullenmesi ve kişisel gelişimine katkı sağlanması amacı ile çiftçi görüşmeleri yapılır.

**Çiftçi Görüşmelerinin Aşamaları**

1. *Güven Oluşturma Ve Problem Tespiti*
2. *Problemin Somutlaştırılması ve Nedenlerinin Belirlenmesi*
3. *Çiftçiye Problemleri Ve Çözüm Yolları Hakkında Bakış Açısı Kazandırmak*

*4.Çiftçinin İnisiyatif Geliştirmesi ve Davranışlarının Harekete Geçirilmesi*

**Çiftçi Görüşmelerinin Şekilleri (Modelleri)**

1. *Teşhis- Reçete Modeli 2. Danışman Görüşme Modeli 3 Katılımcı Görüşme Modeli*

**ÇİFÇİ İLE DAHA SAĞLIKLI İLETİŞİMİN YÖNTEMİ:**

*\*çiftçiye hizmet ruhu ile hareket etmeli,\*işini yapan, ciddi ve intizamlı olmalı\*çiftçi ile tartışmadan kaçınılmalı\*konuları anlaşılabilir ve iyi olmalı\*çiftçiye değer vermeli*

*\*verdiği sözleri tutmalı\*kullandığı büro kullanışlı ve temiz düzenli olmalı*

**ÇİFTÇİ GÖRÜŞMELERİNDE SORU SORMA TEKNİKLERİ:**

*1.Kapalı Sorular(kısıtlayıcı) 2.Tuzak (Yakalayıcı, Atmosferi Bozucu) Sorular*

*3.Belirli Bir Cevabı Gerektiren Sorular (Dışarıdan Yönlendirici) 4. Açık Sorular (rahatlatıcı)*

*5. Yansıtıcı Soruları (Atmosferi İyileştirici) 6. Yönlendirici Sorular (İfade Etmeyi Sağlayıcı)*

**Gözleme ve dinleme sırasında oluşacak yanlış davranışların nedenleri;**

* Kişisel veya sosyal faktörlerden kaynaklanan algı yanılmaları, Mesleki alışkanlıklara dayanan davranışlar, Çiftçinin ifadesini sadece görünen tarafıyla değerlendirmek (bu ifadenin arkasında neler olabileceğine dikkat etmemek),Ön yargıların etkisinden kurtulamamak olarak sayılabilir.

İletişim kazalarını önleme ve böylece deformasyon açısını küçültmenin değişik yolları vardır. Bunlar;

* Uygun mesaj kodlarının seçimi \*Görselleştirme \*Özetleme ve tekrarlama\*Aktif dinleme
* “Ben mesajlarının” gönderilmesi
* Yayımcı aktif dinleme sırasında çiftçiye şu **düşüncelerini** mutlaka hissettirmelidir.

**“Ben senin için buradayım”“Seni olduğun gibi kabul ediyorum”“Ben iyi niyetli ve samimiyim”**

* Yayımcı aktif dinlemeyi başarabilmek için şu **davranışları** göstermelidir:

**Çok dikkatli susma**; İlgisiz susma iletişimi koparabilir, susarken gözlerin dalması, başka şeyler düşündüğünüzü gösterir.

**Onaylayan reaksiyonlar**; Sözsüz sinyaller veya sözlü işaretler, hazır olmayı ifade etmek, dikkatli dinlediğini ve gerçekten anlamak istediğini hissettirir.

**“Kapı Açıcıların” Kullanılması**; Açık sorular yoluyla çiftçinin kendi problemini anlatmaya teşvik edilmesi.

**İfadelerin Yansıtılması**; Yayımcı çiftçinin ifadelerini yeniden formüle ederek tekrarlamalıdır. Böylece çiftçiyi gerçekten dinlediğini ve anladığını göstermiş olur.

**Başarılı Bir Çiftçi Görüşmesi İçin Tavsiyeler**

1. Yapıcı (Geliştirici) Başlangıç Ya da Çiftçiyi Anlamak

2. Sempati Uyandırılması

3.Yayımcı Kendisini Çiftçinin Yerine Koyarak İşe Başlamalıdır

**KONU 9 - GRUP YAYIM/DANIŞMANLIK METOTLARI**

Benzer özelliklere sahip belirli sayıda kişiden oluşan topluluğa grup denir. Tarımsal yayım açısından grup, aynı bölgede ve aynı konularda üretim yapan, benzer problemlere sahip ve yayımcının hedef kitlesini oluşturan belli sayıdaki topluluğu ifade eder. Bu topluluk birkaç kişi olabileceği gibi, bir köyün gençleri, erkekleri, kadınları veya tüm halkı olabilir.

**Grup Yayım metotlarının avantajları**

* Grup yayım metotları çiftçilerde tutum değişimi için en ideal metotlardan birisidir. *Geri dönüt (yansıma) Kitlesel yayım metotlarından daha iyidir.* Grup yayım metotlarında elde edilecek geri dönütlerin değerlendirilmesi ile yayımcı ve çiftçi arasındaki yanlış anlaşılmalar azaltılacaktır. Grup yayım metotlarında yayımcı ile çiftçi ve çiftçiler ile Çiftçiler arasın da geniş çapta bilgi alış verişi olur. Grup üyeleri yayımcının yanında, birbirlerinden etkilenmek suretiyle verilmek istenen bilgileri daha çabuk öğrenebilirler. Grubun birbirini etkilemesi sonucu, grup normlarının değişmesi de mümkün olabilir. Grup yayım metotlarında hedef gruba mensup birçok kişi ile aynı anda görüşülür. Birey başına düşen yayım harcamaları azalır. Grup yayım metotları ile hedef grupların yüksek oranda yayım çalışmalarına katılımları sağlanır. Yayımcının anlattıkları, çiftçiler tarafından, bazen net olarak algılanmayabilir. Bu durumda devreye diğer grup üyeleri girer. Bazen devreye giren çiftçiler, diğer çiftçilere konuyu anladıkları ölçüde aktaracaklarından, yanlış bilgilendirmeler ve konudan sapmalar olabilir. Bu süreç grup yayım metodunda yayımcının kontrolünde olmalıdır. Yayımcı sık sık geri dönüş ve özetlemeler yaparak, grubun konuyu net olarak anlamasını sağlayabilir. Gruplar, uygulanacak bir yenilik nedeni oluşabilecek riskleri bireylere oranla daha kolay üstlenebilir.

**GURUP YAYIM METOTLARI NELERDİR?**

1. Toplantılar 2. Çiftçi Kursları 3. Panel 4. Demonstrasyonlar 5. Tarla Günleri 6. Çiftçi Gezileri 7. Sergiler 8. Teşvik Müsabakaları

**Toplantılar**

1 Kuruluş Toplantıları 2. Planlama Toplantıları 3. Hizmet İçi Eğitim Toplantıları 4. Özel İlgi Grubu Toplantıları 5.Köy Toplantıları 6.Çiftçi Toplantıları

**Çiftçi toplantıları şu amaçlarla yapılabilir:**

* Belli bir problemi gözden geçirmek, çözümler önermek ve yapılacak işlere karar vermek. Belli bir grubu ilgilendiren konularda (bağcılık, arıcılık vs.) detaylı bilgi vermek ve tartışmak, Çiftçilere demokratik bir faaliyete katılma alışkanlığı kazandırmak. Çiftçilere grup içinde düşünme ve konuşma yeteneği kazandırmak.

**Çiftçi Toplantılarının Avantajları**

* Kişi kişiye bir konuşma yerine, bir gruba sözle ve destekleyici eğitim materyali ile bilgi verilir. Toplantıda; kişisel tanışma ve karşılıklı güven oluşturulur. Özel ilgi ve problemleri olan gruplara kolayca ulaşılır. Kamuoyunun dikkatini çeken konulara değinilir. Toplantıda verilen bilgilerin grup tarafından benimsenmesi gözlenebilir.

**Konu Seçimi-Kursiyer Seçimi-Kurs Yeri Seçimi-Hazırlık Safhası: Uygulama Safhası**

**Konu Seçimi**

Kurslar genel olarak tek bir konu üzerine açılmalıdır.

Bitkisel üretim kursları ( Tarla, bağ- bahçe, Çayır- mera vb.),Hayvansal üretim kursları ( Büyükbaş, Küçükbaş, Küçük evcil hayvanlar, Su ürünleri vb.),Kooperatifçilik kursları, Tarımsal mekanizasyon kursları, Ev ekonomisi kursları, İhtiyaç duyulan diğer konularda düzenlenecek kurslar.

**Kursun sonuçlandırılması**

* Kursun başlangıcında bir ön test, sonunda bir son test yapılmalıdır.
* Mümkünse kursun başlangıcında ve bitiminde tören düzenlenmeli, kursta başarılı olanlar ödüllendirilmelidir.
* Kurslar yayım sürecini olumlu etkileyecek izlenimlerle kapatılmalıdır.

**Panel:** Panel, grup yayım metodu olarak kullanılabilecek modern bir toplantıdır. Aynı konu hakkında kısıtlı sayıda (4–8) uzmanın kısa konuşmalar veya tartışma yapmasıdır.

**Demonstrasyonlar (Gösteriler)**Demonstrasyonlar (gösteri) grup yayım metodu olarak, tarımsal yayım sürecinde fazlaca kullanılan ve iyi kullanıldığı takdirde çok önemli ve yararlı olan bir uygulamadır. Bir tekniği, bir çalışmayı, bir uygulamayı, konuyla ilgili kişi veya gruba göstermek suretiyle onları bilgilendirmeye yarayan, tutum değişimi, bilgi değişimi ve beceri kazandırma açısından önem arz eden bir faaliyettir

**Demonstrasyonların Amaçları** Bir işin nasıl yapılacağını, yeni bir yöntem veya ürünün nasıl kullanılacağını çiftçilere öğretmek, Bir yöntemin onu kullanmak üzere öğrenen için tatbik edilebilir olduğu hususunda güven sağlamak, Öğrenmede ve bir yöntemin kullanılmasında ilgi çekmek, Bir hususta insanları ikna etmek. Yayımcı ile çiftçiler arsındaki ferdi münasebetleri geliştirmek, Mahalli yayın ve basında söz etmeye değer başarılı deliller oluşturmak

**Demonstrasyonların çeşitleri:** metot demonstrasyonu ve sonuç demonstrasyonu

Metot demonstrasyonu ile çiftçilere, yeni bir tekniğin, bir pratiğin, bir metodun nasıl olduğu veya nasıl yapılacağı gösterilir. Metot demonstrasyonları, çiftçilere yeni teknikleri ve becerileri tanıtmak ve öğretmek amacıyla kullanılır.

**Metot demonstrasyonlarına örnek olarak aşağıdaki konular verilebilir.**

Elma ağaçlarında modifiye lider budama nasıl yapılır? Bağlarda yarma aşı nasıl yapılır? Fidan nasıl dikilir? Damla sulama yöntemi nasıl kullanılır? Biçerdöverin tabla ayarı nasıl yapılır? Sırık domateslerde uç-koltuk alma/askıya alma nasıl yapılır? Buzağılarda boynuz köreltme işlemi nasıl uygulanır? Hayvanlarda dış paraziter mücadele için banyo işlemi nasıl uygulanır? v.b

**Demonstrasyon sonrası çalışmalar:** Demonstrasyonun amacı, içinde bulunan üretim sezonu içerisinde diğer yayım faaliyetleri ile desteklenmelidir. (Örneğin tarla günleri, sergiler, afişler ya da film gösterileri gibi.) Çiftçilerde pompanın alınması için karar oluştuğunda aşağıdaki yayım önlemleri söz konusu olacaktır.

**Sonuç Demonstrasyonu:** Yeni bir uygulama veya tavsiyenin çiftçilerin yerel şartlarında uygulanabilir olduğunu göstermek ya da eski uygulamaya göre üstün olduğunu kanıtlamaktır.

**Sonuç demonstrasyonlarına örnekler;**

Yabancı ot ilacı uygulanmasının verime etkisi, Farklı sulama yöntemlerinin verime etkisi, Sertifikalı tohumluk kullanımın verime etkisi, Farklı sürüm zamanlarının verime etkisinin karşılaştırılması v.b.

**Sonuç Demonstrasyonlarının Başarılı Olmasının Temel Hususları:**

demonstrasyonu dikkatli bir şekilde planlanmalıdır. Demonstrasyonun Kurulacağı Çiftçi İsabetli Bir Şekilde Seçilmelidir. Demonstrasyonun Detaylı Planı Demonstrasyonun Kurulacağı Çiftçiyle Birlikte Yapılmalıdır. Demonstrasyona dikkatli bir şekilde başlanmalıdır. Demonstrasyon Düzenli Bir Şekilde İzlenmelidir. Kayıtlar Doğru ve Muntazam Bir Şekilde Tutulmalıdır. Demonstrasyon Sonucu Duyurulmalıdır. Sonuçları Değerlendirilmelidir. Demonstrasyonlarda başarının değerlendirmesi

**Tarla (İşletme) Günleri**

**Tanımı ve Amaçları:** Tarla günleri, yayım sürecinde hedef kitleden oluşturulan bir gruba, bir veya birden çok işletmede, demonstrasyon alanında, araştırma kuruluşlarında yeni üretim materyalleri kullanıldığını göstermek ve kapsamlı bilgi vermek amacıyla kullanılan bir grup yayım metodudur.

Tarla günlerinin klasik mekânı çiftçinin işletmesidir. Tarla günleri mekân olarak ele alındığında işletme günleri olarak da adlandırılabilir.

İmkânlar ölçüsünde yeniliklerin ve başarıların hangi araç ve donanımlarla elde edildiği, hangi amaçlarla gerçekleştirildiği konusunda katılımcılara geniş bilgiler verilir.

Tarla günlerinin en önemli AMAÇLARI, yenilikleri benimsetmek, bu yeniliklere çiftçinin ilgisini çekmek ve çiftçilere problemlerin çözümü ile ilgili imkân tanınmak, hedef kitlenin kişisel gözlem yapmasını sağlamak, başarılı tarım uygulamaları ile ilgili sorular sorulmasına izin vermek ve gayri resmi temasların olabileceği bir ortam oluşturmaktır.

***Tarla günü içeriği belirlenirken, şu noktalara dikkat edilmelidir.***

* Tarla gününde hangi konu ya da yenilik üzerinde durulacaktır? Bu konular çiftçi için güncel ve ilginç midir? Seçilen konuyla ilgili kurulan bir demonstrasyon var mı? Konular belirlenirken çiftçilerle görüşüldü mü? Konuların ve yeniliğin etkisi ne vadede görülecektir? Seçilen konular yayım servisinin genel hedeflerine uygun mudur?

**Kontrol Listesi**

 Tarla günlerinin düzenlenmesi sırasında yukarıda belirtilen hususlardaki hazırlıklar tamamlandıktan sonra mutlaka son kontroller yapılmalıdır. Son kontrollerde şu sorular önemlidir.

* Ziyaret edilecek işletme sahipleri ve araştırma istasyonları program konusunda bilgilendirildi mi? Program zaman açısından gerçekçi hazırlandı mı? Sorulması muhtemel sorular için gerekli cevap ve materyaller hazırlandı mı? Gerekli olabilecek yayım araçları hazırlandı mı? Ulaşım için mutlaka araç zorunlu mu? Belirlenen hareket saati için gerekli araç hazırlandı mı? Ziyaret edilecek yerler için, eldeki araçlar yeterli mi? Ulaşım masraflarının kimin tarafından üstlenileceği belirlendi mi?

**Tarla Günlerinin Değerlendirilmesi**

Tarla günleri yayımcıya çiftçinin reaksiyonlarını ve problemlerini gözleme imkânı verir.

Hedef kitlenin problemlerinin tespiti. Yayım çalışmalarının içerik ve yöntemlerinin kontrolü. Yayımcıların eğitimlerinde ağırlık verilmesi gereken konuların tespiti. Gelecek sezon için önerilecek yeni tekniklerin benimsenme oranlarının tahmini. Gelecekte düzenlenecek tarla günlerinin iyileştirilmesi ve diğer yayım faaliyetleri ile kombine edilmesi. Yayımcıların gelecekteki tarla günleri için daha iyi hazırlanması.

**Çiftçi Gezileri :**Geziler, farklı yayım metotlarının kullanıldığı etkili bir grup yayım metodudur.

 Geziler bir yeniliğin gösterilmesi, tanıtılması amacı ile yapılabildiği gibi, uygulamada ortaya çıkan problemlerin çözümüne katkı sağlamak amacı ile düzenlenebilir. *Geziler, grup yayım metotları içerisinde maliyeti en yüksek metottur.*

**Sergiler:** Serginin amacı, sergiyi gezenlerin dikkatini belirli bir konu üzerine çekmek, onların bu konuya ilgilerini artırmak ve onları istenen yönde harekete sevk etmektir. Sergiler; görme yolu ile bilgi veren, gerçekleri ve ürünleri, figürlerden veya fotoğraflardan faydalanmak sureti ile gösteren bir grup yayım metodudur. Sergilerde konu üzerinde daha detaylı bilgiler verilebilir, izleyicilerin dikkatleri daha uzun süre çekilebilir.

**Teşvik Müsabakaları:** Üreticiyi ekonomik önemi olan ve piyasada tutulan standart, kaliteli bitkisel ve hayvansal ürünler yetiştirmeye ve bunları değerlendirmeye teşvik etmek; yarışmada derece alan çalışkan ve gayretli çiftçileri çeşitli şekillerde ödüllendirmek suretiyle yarışmayı izlemeye gelen diğer çiftçileri etkilemek; tarımsal üretimde verim ve kaliteyi arttırmak amacıyla girdi kullanımını teşvik etmek ve yaygınlaştırmak için teşvik müsabakaları tertip edilir.

**Bir grup yayım metodu olan teşvik müsabakaları üç kısım altında incelenir.**

* Tarımsal ürünlerin ödüllendirilmesi ve sergilenmesi
* Gerçek yarış, örneğin kimin daha iyi sürüm yapacağı, çapa yapacağı gibi müsabakalar.(Uygulama müsabakaları)
* Bilgi yarışmaları

**KONU 10 - BİREYSEL YAYIM/DANIŞMANLIK METOTLARI**

**Bireysel yayım:** doğrudan doğruya bireye veya ailesine yönelik olarak yapılan yayım faaliyetleridir.

**Avantajları**

Yayım mesajları çiftçi üzerinde daha fazla etkilidir Yayımcının, çiftçinin durumuna uygun çözüm önerileri geliştirmesi mümkündür. Yayımcı ile çiftçi arasında kişisel güven oluşturulması mümkündür. Çiftçi düşüncelerini çevre baskısı olmadan daha net ifade edebilir. Karar verme süreci hızlanır. Çiftçinin güvenini ve dostluğunu kazanmak için ideal bir yöntemdir. Üreticiler uygulama becerisi kazanır. *Geri beslemenin en iyi olduğu metottur*

**BİREYSEL YAYIM/DANIŞMANLIK METOTLARI-**Dezavantajları

•Genellikle yüksek gider ( zaman, para ve iş gücü vs.) gerektirir.•Yayımcı ve çiftçi olumlu bir yaklaşım kuramaz ise yayım süreci çok zor onarılabilir yara alır.•Yayımcının bilgili ve tecrübeli olma mecburiyeti vardır.•Yayımcı tecrübesi ile çiftçi üzerinde gerekli güveni tesis edemezse, doğru bilgileri alma ihtimali çok zordur.•Genelin (bir grup, kooperatif veya dernek...) karar vermesi gereken durumlarda yapılan bireysel yayım bazen olumsuz neticeler verebilir

**HEDEF KİTLENİN ÖZELLİĞİNE GÖRE BİREYSEL YAYIM**

1.Çiftçi Organizasyonlarının Yöneticilerine Yönelik Bireysel Yayım 2. Önder Çiftçilere Yönelik Bireysel Yayım 3.Hedef Kitlenin Diğer Üyelerine Yönelik Bireysel Yayım

**İşletme Ziyareti (Çiftçinin Tarlasında, Ahırında ve Evinde Yapılan Bireysel Yayım)**

 İşletme ziyaretleri yayımcının durum analizi yapabilmesi için yapılabildiği gibi bilgi aktarması, teşhis yapması ve reçete yazması amacı ile de gerçekleştirilebilir.

**İşletme ziyareti diğer bireysel yayım metotlarına göre aşağıdaki üstünlüklere sahiptir.**

Çiftçi İşletmesinde kendisini daha güvende hisseder, soru sormaya ve kendi fikirlerini tartışmaya hazırdır.Çiftçi yeni önerileri alışkın olduğu bir çevrede daha kolay benimser.Yayımcı, çiftçinin ifadelerini doğrudan kontrol etme olanağına sahiptir. Örneğin bir bitki hastalığı mı? yanlış gübreleme yada üretim yöntemi mi söz konusudur, ahırlarda hijyenle ilgili bir sorun mu var hemen tespit edebilir.Düzenli olarak yapılan işletme ziyaretleri çiftçi ile yayımcı arasında gereksinim duyulan tecrübe alış verişine imkan verir.Düzenli ziyaretler neticesinde çiftçi ile yayımcı arsında samimi bir ortam oluşur ve çiftçinin yayımcıya güveni artar.

 **İşlevine Göre Bireysel Yayım**

1.İşletme Ziyareti (Çiftçinin Tarlasında, Ahırında ve Evinde Yapılan Bireysel Yayım)

2.Büroda Yapılan Bireysel Yayım 3.Telefon Görüşmeleri İle Bireysel Yayım

4.Kişisel Mektuplarla Bireysel Yayım 5. İnternet Görüşmeleri İle Bireysel Yayım

**Tarımsal yayım sürecinde çiftçi görüşmelerinin amaçları**

Yayım sürecinin başlangıcı olan durum analizinin yapılması,Çiftçi ile yayımcının probleme yönelik ortak bir bakış açısı oluşturulması,Aktüel bilgilerin aktarılması,Yayım programının yapılabilmesi için gerekli olan verilerin toplanması,Çiftçinin bilgi ihtiyacının karşılanması,Bilgilerin ve direkt olarak kullanılabilir çözümlerinin çiftçiye verilmesi (reçete),Beraber tespit edilen probleme, ortak çözüm önerileri oluşturulması,Çiftçinin kendi durumunu kabullenmesi ve kişisel gelişimine katkı sağlanması amacı ile çiftçi görüşmeleri yapılır.

* **Çiftçi Görüşmelerinin Aşamaları**

1.Güven Oluşturma Ve Problem Tespiti 2.Problemin Somutlaştırılması ve Nedenlerinin Belirlenmesi 3.Çiftçiye Problemleri Ve Çözüm Yolları Hakkında Bakış Açısı Kazandırmak 4.Çiftçinin İnisiyatif Geliştirmesi ve Davranışlarının Harekete Geçirilmesi

* **Çiftçi Görüşmelerinin Şekilleri (Modelleri)**

1. Teşhis- Reçete Modeli 2. Danışman Görüşme Modeli 3 Katılımcı Görüşme Modeli

**ÇİFÇİ İLE DAHA SAĞLIKLI İLETİŞİMİN YÖNTEMİ:**

\*çiftçiye hizmet ruhu ile hareket etmeli,\*işini yapan, ciddi ve intizamlı olmalı\*çiftçi ile tartışmadan kaçınılmalı\*konuları anlaşılabilir ve iyi olmalı\*çiftçiye değer vermeli

\*verdiği sözleri tutmalı\*kullandığı büro kullanışlı ve temiz düzenli olmalı

**ÇİFTÇİ GÖRÜŞMELERİNDE SORU SORMA TEKNİKLERİ:**

1.Kapalı Sorular(kısıtlayıcı) 2.Tuzak (Yakalayıcı, Atmosferi Bozucu) Sorular

3.Belirli Bir Cevabı Gerektiren Sorular (Dışarıdan Yönlendirici) 4. Açık Sorular (rahatlatıcı)

5. Yansıtıcı Soruları (Atmosferi İyileştirici) 6. Yönlendirici Sorular (İfade Etmeyi Sağlayıcı)

**Gözleme ve dinleme sırasında oluşacak yanlış davranışların nedenleri;**

Kişisel veya sosyal faktörlerden kaynaklanan algı yanılmaları,Mesleki alışkanlıklara dayanan davranışlar,Çiftçinin ifadesini sadece görünen tarafıyla değerlendirmek (bu ifadenin arkasında neler olabileceğine dikkat etmemek),Ön yargıların etkisinden kurtulamamak olarak sayılabilir. İletişim kazalarını önleme ve böylece deformasyon açısını küçültmenin değişik yolları vardır.

Bunlar;

* *Uygun mesaj kodlarının seçimi \*Görselleştirme \*Özetleme ve tekrarlama\*Aktif dinleme*
* *“Ben mesajlarının” gönderilmesi*
* *Yayımcı aktif dinleme sırasında çiftçiye şu* ***düşüncelerini*** *mutlaka hissettirmelidir.*

**“Ben senin için buradayım”“Seni olduğun gibi kabul ediyorum”“Ben iyi niyetli ve samimiyim”**

* Yayımcı aktif dinlemeyi başarabilmek için şu **davranışları** göstermelidir:

**Çok dikkatli susma**; İlgisiz susma iletişimi koparabilir, susarken gözlerin dalması, başka şeyler düşündüğünüzü gösterir.

**Onaylayan reaksiyonlar**; Sözsüz sinyaller veya sözlü işaretler, hazır olmayı ifade etmek, dikkatli dinlediğini ve gerçekten anlamak istediğini hissettirir.

**“Kapı Açıcıların” Kullanılması**; Açık sorular yoluyla çiftçinin kendi problemini anlatmaya teşvik edilmesi.

**İfadelerin Yansıtılması**; Yayımcı çiftçinin ifadelerini yeniden formüle ederek tekrarlamalıdır. Böylece çiftçiyi gerçekten dinlediğini ve anladığını göstermiş olur.

**Başarılı Bir Çiftçi Görüşmesi İçin Tavsiyeler**

1. Yapıcı (Geliştirici) Başlangıç Ya da Çiftçiyi Anlamak

2. Sempati Uyandırılması

3.Yayımcı Kendisini Çiftçinin Yerine Koyarak İşe Başlamalıdır

**KONU 11 - KİTLE YAYIM/DANIŞMANLIK METOTLARI**

Mesajların hedef kitlenin tamamına ulaştırılmasında; radyo, televizyon, video, film, basılı materyal ve benzeri kitle iletişim araçlarından da yararlanılmalıdır. Kitle haberleşme araçları ile sağlanan bilgiler basit, kısa ve akılda kalıcı olmalı, sık sık tekrarlanmalı, diğer yayım metotları ile koordineli bir şekilde yürütülmelidir. Kitle yayım metotlarında kullanılan materyaller hazırlanış şekline, kullanıldığı yerlere ve etki farklılıklarına göre üç grup ta incelenebilir. Bunlar;

**Basılı yayınlar 2-Görüntülü ve sesli yayınlar 3-İnternet ( Sanal ortam) yayınları**

**BASILI YAYINLAR**

 Bireysel ve grup yayım metotlarını tamamlar. Televizyon veya radyo yayınları gibi daha eğlendirici, kitle yayım metotları ile kıyaslandığında basılı yayınlar genellikle istenilen seviyede takip edilmez

**Yayının Yapılma Amacı Nedir**

Harekete geçirme, davranış değiştirme, bilgi artırma,

**Basılı Yayını Oluşturan Ögeler**

Başlık, gövde metin, slogan, görüntü gibi ögelerden ve bu ögelerin doğru bir şekilde tasarlanmasından oluşur. Metnin anlamını tamamlaması gereken başlığın görevleri: Çarpıcılığı sağlamak, Hedefi doğru göstermek. Metni okutturmak için ilgi çekmek olmalıdır.

**Başlık Çeşitleri:**

**Dolaysız Başlıklar:** Haber niteliği taşır. Bilgiyi dolaysız verir, çarpıcı değildir. (Traktör )**Dolaylı Başlıklar:** Kanıksanmış, alışılmış şeylerle ilgilenmeyen insanların var olduğunu düşünerek, daha ilgi çekici başlıklar kullanılabilir. (İşte çiftçinin başpehlivanı..)

**Birleşik Başlıklar:** Dolaylı ve dolaysız başlıklar birlikte kullanıldığında ilgi çekebilir. (İşte çiftçinin başpehlivanı, traktör)

**Haber Başlıklar:** Sanki bir gazete haberiymiş gibi sunulan başlıklar, her zaman ilgi çeker. (Traktörün gücü)

“**Nasıl”lı Başlıklar:”**Nasıl”lı başlıklar, merak uyandırır, okuyucunun sorunlarıyla ilgili ise, çözüm getiriyorsa ilgi çekicidir. (Bu işleri nasıl yapacak?)**Soru Başlıklar:** Soruyla yapılan başlıklar da merak uyandırıcıdır, ilgi çekicidir. Kişiyi cevabını bulmak için metni tümüyle okumaya yöneltir. (Traktör ne kadar iş yapabilir?)

**Emir Başlıklar:** İnsanlar kendisine emredilenin tersini yapmak isterler, bu nedenle bu tür başlıklar biraz rahatsız edicidir. (Bu traktörü satın alın)

**Başarılı Başlığın Özellikleri**

Kalıplaşmış değil, özgün olmalıdır. İlgi uyandırıcı, dikkat çekici olmalıdır. Sözcüklerin anlamı güçlü olmalı ve ispatlanabilmelidir. Kolay anlaşılmalıdır. Çiftçinin anlayacağı dil kullanılmalıdır. Konunun genel değil en önemli özelliğini vermelidir. Okura bir yarar vaat etmelidir. Metin ve resim gibi ögelerle uyuşmalıdır. Olumsuz başlık kullanılmamalıdır. Kolay okunan bir yazı karakteri seçilmelidir. Metin puntosundan daha büyük punto ile yazılmalıdır.

**Metin**

Metin, başlık ve görüntü ögelerinin bir açıklamasıdır. Esas görevi ilgi çekiciliği sağlamak, bu konudaki tüm bilgileri inanılır ve anlaşılır bir dille anlatmak, sonuçta hedef kitleyi harekete geçirmektir. Aynı zamanda eylemi sürekli kılmaktır. Metinde, önce başlıktaki fikirlerin ve delillerin açıklanması, sonra diğer özelliklerin sıralanması, en sonunda da istek ve arzu uyandırıp eyleme geçilmesinin sağlanması gibi bir diziliş olmalıdır. Bu şekilde istenilenler süratle aktarılmış, sonuçta okuyucunun da dikkati dağılmamış olur.

**Metin Çeşitleri**

**Sebep gösteren metin:** Ürünün veya eylemin yarattığı olanaklar ve kolaylıklar belirtilirken bunların sebepleri de gösterilir. **Mizahi metin:** Bazen basit bir öykü, mesajı unutulmaz kılabilir. **Anlatıcı metin:** Konunun bütün özellikleri anlatılır. Çiftçinin bilgilendirilmesi sağlanır, fakat sıkıcıdır.**Tanıklı metin:** Yayımı yapılan ürünü veya eylemi denemiş kişilerin olumlu görüşlerinden yararlanılarak yazılır. İnandırıcılığı fazladır. **Konuşmalı metin:** İki veya daha fazla kişinin, yayın konusu hakkındaki düşünceleri, konuşmalarıdır. Akıcıdır kolaylıkla takip edilebilir. **Öykülü metin:** İnsanların ilgisini çeken, onların sorunlarını içeren öykülerden oluşturulur. İlgi çekici olabilir.

**Etkili ve Başarılı Bir Metin Özellikleri**

* **İlginçlik,** **Basitlik:** Metinde 5 N ve 1K kuralı, yani "ne, nerede, ne zaman, niçin, nasıl ve kim?" soruları aranmalıdır. **İnandırıcılık:** **Olumluluk: Aşırı satıcı olmamak:** Önemli görülen birkaç özellikten söz edilmeli, gereksiz ayrıntıya girilmemelidir.

**Akıcı ve ilgi çekici dil kullanmak:** Günlük konuşma diline uygun olarak, sanki biriyle sohbet ediyormuş gibi olmalıdır. Şahıslardan sık bahsedilirse, şahıslara hitap eden cümleler fazla olursa okunurluluk artar. **Harekete geçirmek:** İnsanların kararsızlığına "şimdi yapın", "hemen deneyin" gibi sözcüklerle olumlu yönde**,** Etki yapmak gerekir. Metin, aynı zamanda eylemde süreklilik de sağlamalıdır. **Slogan,** Bir konu veya eylem, taşıdığı ayırıcı özellikleriyle, benzer olanlardan ayrılır. Amblem, logo, slogan gibi kendine özgü semboller sayesinde belleklere yer ederler.

**Başarılı Sloganın özellikleri**

* Ürünün veya eylemin farklılığını vurgulamalıdır. Yaptığı işi anlatmalıdır. Kolay hatırlanabilmelidir. Akıcı bir dille yazılmalıdır. Kazandıracağı yarar ve ödül belirtilmelidir. Merak uyandırmalıdır. Kısa ve özgün olmalıdır. Sık sık değiştirilmemelidir

**Görüntü Ögesi**

 “Görmek inanmaktır”. Kırsal alanda ortalama okuryazarlık oranının düşük olduğunu göz önünde tutarsak, basılı yayınlarımızda kullanacağımız görsel ögelerin önemi ortaya çıkmaktadır.

Yayınlardaki görüntü ögeleri (resimler, şekiller, grafikler) bir fikrin çabuk ve dolaysız olarak anlatımında sözcüklerden daha etkilidir. Görüntü ögesi, çiftçide istek uyandırır, ilgisini, dikkatini çeker, metni okumasını sağlar.

**Tasarım**

Bir basılı yayının ana ögeleri olan başlığın, metnin, görüntü ögesinin, sloganın ne şekilde yerleştirileceğinin belirlenmesidir. Yayının basım sonrası görünecek biçiminin bir taslağı olan bu belirleme; grafikere, metin yazarına, basım teknisyenlerine bilgi verir ve yol gösterir.

Yayın tasarımında temel ilke düzendir. Tasarım dağınıksa rahatsız eder, düzenliyse ilgi çeker, konunun kavranmasına yardımcı olur. Düzenlemede renk biçim ve yazı uyumları yanında, yerleştirmelerinde de bir birlik, bütünlük olması gerekir. İlgi çekmek için gereksiz gösterişe gidilmemelidir. Tasarım, basit, anlaşılır olmalıdır.

**Tarımsal Yayımda Kullanılan Bazı Basılı Yayınlar**

Tarımsal yayım sürecinde kullanılan basılı yayınların bazıları ücret verilerek satın alınırken, bazıları ise çiftçilere ücretsiz olarak ulaştırılır. Bu basılı yayınlar; gazeteler, haber bültenleri, sirküler mektuplar, liftletler-broşürler, posterler afişlerdir.

**Gazeteler**

Kelimeleri, şekilleri ve resimleri bir araya getirmek suretiyle kullanılan yayım araçlarının en başında gazeteler gelmektedir. Eğitim düzeyi yüksek olan kişiler için yazılı mesajlar, sözel mesajlara göre daha etkili ve güvenilirdir. Okuryazar sayısının az olduğu toplumlarda bile, gazeteyi okuyabilen kişilerin, ilginç buldukları haberleri etrafa yayması ile verilen bilgiler diğer insanlara ulaştırılmış olur.

Yayım teşkilatının duyurmak istediği etkinlikler ve etkinlik sonuçları gazetelerde haber olarak yayınlanabilir. Yine yayım teşkilatının, yayımını yaptığı bir yenilik veya önlenmesini düşündüğü problemle ilgili gazetelerde makaleler yayınlanabilir.

**Haber Bültenleri**

Haber bültenleri genellikle yayım uzmanları tarafından yöresel ve hedef kitleye özel hazırlanır. Resim oranı normal gazetelere göre daha fazladır. Ebatları genel gazetelere göre daha küçüktür ve kısa makaleler tercih edilir. Haber bültenini hazırlayan yayım uzmanları konuya net bir giriş yapar, konuyu kısa ve temiz cümlelerle anlatır. Bu tarz genelde çiftçilerin hoşuna gider. Uzun ve ağdalı anlatım çiftçi kitlesini sıkar.

**Sirküler Mektuplar:**

Konuşma diliyle kaleme alınan bu mektuplar kişisel mektuplar kadar etkili olmayabilir. Yayım elemanları yeni bir üretim metodu, yüksek verimli bir tohumluk ya da yeni bir üretim faaliyeti konusunda bölgelerindeki çiftçilere bilgi vermek istediklerinde sirküler mektuplardan yararlanabilirler.

**Lifletler Broşürler:**Broşürler, çiftçi ve ailelerinin belirli bir konudaki ihtiyaçlarını karşılamak için hazırlanan, birkaç sayfalık kitapçık şeklinde yayınlardır.

**Liflet hazırlarken;**

* Hedef kitle dikkate alınmalı, okuyucular yazılanlardan hoşlanmalı, teknik terimlere fazlaca girilmemeli.
* Resimler anlatılan mesajın yanlış anlaşılmasını önler, mesajı daha çekici yapar ve okunulurluğunu artırır.
* Mesaj belli bir mantık sırası ile verilmeli.
* Gerçek resimlerin yanında çizimlerde kullanılabilir.
* Kapak renkli, çekici ve özendirici olmalıdır. Okuyucu kapağı görünce içeriği okumak için acele etmelidir.
* Objeler mümkünse orijinal renklerinde resmedilmeli

**Posterler- Afişler:** Yazarak bilgi yaymanın bir diğer vasıtası posterlerdir. Poster, üzerinde şekiller ve birkaç basit cümle veya sözcük olan kâğıt veya karton levhalardır. Posterler, kişilerin dikkatini çekerek, onları faaliyete geçirmek, bir konu hakkında onları etkilemek, bir fikrin desteklenmesi veya üzerinde daha fazla bilgi sağlanmasını teşvik etmek, bir olayı yâda düşünceyi vurgulamak amacıyla kullanılır.

**Bir poster hazırlanırken:**

* Hedef kitle çok iyi belirlenmeli ve analiz edilmeli,
* Posterler, genellikle yanından gelip geçenlerden, tek bir bakış da verdiğimiz mesaj basit ve anlaşılır olmalı,
* Mesaj kısa ve çarpıcı bir slogan şeklinde düzenlenmeli, en önemli fikir resim halinde sunulmalı,
* Açık seçik harfler kullanılmalı. Renklerin farklılığından yararlanılmalıdır. Renk farklılığının çok fazla olması da dikkati dağıtabilir.
* Dikkati çekmek için kontrast oluşturan renklerden yararlanılmalıdır.

**GÖRÜNTÜLÜ VE SESLİ YAYINLAR**

Bazen çok masraflı gibi görünse de, geniş kitlelere etkili ve zamanında ulaşmak için çok uygundur.

Çiftçilere kişisel önerilerde bulunma, pratik beceri kazandırma, onların sorularına cevap verme, tepkilerini ölçme ve ikna etmede özellikle yüz yüze görüşmeler çok daha etkilidir.

**Radyo Yayınları,-Yerel Radyo Yayınları: Televizyon Yayınları, Ulusal Televizyon**

**Radyo Yayınları**

* Yayının içeriği mümkün olduğunca konuya ve bölgeye özel olmalı, hedef kitlenin problemleri ile ilgili konular seçilmelidir.
* Son aktivitelere, hedef kitle eğilimlerine, tarımsal kalkınma ve gelişim gibi konulara ağırlık verilmelidir.
* İlginç fikirler, müzikler, anonslar veya başka metotlar kullanılarak dinleyicinin dikkati çekilmelidir. Yayında ilk on dakika çok önemlidir.
* Yayınların kolay takip edilir ve anlaşılır olması için akıcı bir üslup kullanılmalıdır. Özellikle kulağa hitap ettiği için basit ve anlaşılır kelimeler seçilmelidir.
* Konuların normal sohbet havasında okunmasında, ses tonu çok önemlidir, sesin tabi olması anlaşılırlığı artırır.
* Sunuş monoton olmamalı, seste tonlama olmalıdır.
* Önemli hususlar tekrarlanmalı, örneğin toplantı yeri, saati, konusu gibi. Dinleyicinin soru sorma şansı olmadığı için ara ara geriye dönük özetlemeler yapılmalı. Dinleyiciler aktivitelere katılmak üzere davet edilmeli. Uygulamaları dinleyicilerin tekrar etmesi onları yayının bir parçası yapacaktır.

**Televizyon Yayınları**Televizyon ile yurt çapında yaygın çiftçi eğitimi projeleri uygulanabilir (YAYÇEP).

**İNTERNET YAYINLARI**

Bireysel yayım metotlarında değindiğimiz internet görüşmeleri, iki kişi (yayım uzmanı ve çiftçi) arasında gerçekleştirilen bilgi paylaşımıydı. Bireysel yayım metodunda internet kullanımında, kaynak yayımcı hedef ise çiftçidir. Kitle yayımında kullanılan internette ise; karşımızda anında bilgi alabileceğiniz bir yayımcı yoktur. Araştırmacılar, yayım uzmanları ve çiftçiler uluslararası örgütlerin veri tabanlarından da istifade edebilirler. Bu veri tabanlarından en önemlileri AGRİS ve CARİS dir.

**KONU 12 - TARIMSAL DANIŞMANLIK FAALİYETLERİNDE UYGUN AMAÇ VE METOT SEÇİMİ**

Tarımsal yayım sisteminin üç ana unsuru vardır. **Bunlar:**Yayımcı,Çiftçi,Araştırmacı

**YAYIM METOTLARI**

 Tarımsal yayım yaklaşımı değişse de yayım hizmetlerini yürütmek için kullanılan teknikler(yöntemler) aynıdır. Bu yöntemlere yayım metotları denir.*Yayım metotlarının kullanımı hitap edilen kişilerin sayısına bağlı olmak üzere üç ana gruba ayrılır.Bireysel Yayım Metotları,Grup Yayım Metotları,Kitle Yayım Metotları*

**Bireysel Yayım Metotları**

1-Hedef Kitlenin Özelliğine Göre Bireysel Yayım Metotları

2-iftçi Organizasyonlarının Yöneticilerine Yönelik Bireysel Yayım

3-Önder Çiftçilere Yönelik Bireysel Yayım

4-Hedef Kitlenin Diğer Üyelerine Yönelik Bireysel Yayım

5-Formatına (Biçimine) Göre Bireysel Yayım Metotları

6-Resmi (Belli Bir Programa Bağlı) Bireysel Yayım

(Belli bir programa bağlı olarak yapılan bireysel yayım genellikle yayımcının bürosunda veya çiftçinin işletmesinde yapılır. )

7-Gayri Resmi (Belli Bir Programa Bağlı Olmayan) Bireysel Yayım

(Gayri resmi görüşmeler çiftçiyi ve içinde bulunduğu şartları daha iyi tanımak ve çiftçi ile oluşturulmak istenen güven ortamını pekiştirmek için gerçekleştirilir. Bu görüşmeler tesadüfen gerçekleşebildiği gibi, yayımcının kurgulayacağı bir görüşmede olabilir.)

**İşlevine Göre Bireysel Yayım Metotları**

İşletme Ziyareti Şeklinde Bireysel Yayım

Büroda Yapılan Bireysel Yayım

Telefon Görüşmeleri İle Bireysel Yayım

Kişisel Mektuplarla Bireysel Yayım

İnternet Görüşmeleri İle Bireysel Yayım

Tarımsal yayım süreci içerisinde değerlendirildiğinde, çiftçi görüşmeleri, iki insan arasında (yayım uzmanı-çiftçi, Yayım uzmanı-çiftçi ailesi) basit bir bilgi alış verişi değildir. Çiftçi görüşmesi içerisinde sohbet, tartışma, anket, bilgi verme gibi unsurların kullanıldığı bir iletişim sürecidir.

**Grup Yayım Metotları**

 Bir gruba, eş zamanlı yayım hizmeti götürmek için, kullanılan yayım metotlarına grup yayım metotları diyoruz. Grup yayım metotları yayım sürecinde en çok müracaat edilen yayım metotlarındandır. Özellikle teknik personel ve ekonomik imkanların kısıtlı olması, bu metodun, yayım sürecinde, bireysel yayım metotlarından daha fazla kullanılmasına neden olmaktadır. Kamu yayımında, yayım uzmanlarının bürokratik işlerinin fazlalığı da grup yayım metotlarının çok kullanılmasının bir başka nedenidir.

**Avantajları**

* Grup yayım metotları çiftçilerde tutum değişimi için en ideal metotlardan birisidir.
* Geri dönüt (yansıma) Kitlesel yayım metotlarından daha iyidir. Grup yayım metotlarında elde edilecek geri dönütlerin değerlendirilmesi ile yayımcı ve çiftçi arasındaki yanlış anlaşılmalar azaltılacaktır.
* Grup yayım metotlarında yayımcı ile çiftçi ve çiftçiler ile Çiftçiler arasın da geniş çapta bilgi alış verişi olur. Grup üyeleri yayımcının yanında, birbirlerinden etkilenmek suretiyle verilmek istenen bilgileri daha çabuk öğrenebilirler.
* Grubun birbirini etkilemesi sonucu, grup normlarının değişmesi de mümkün olabilir.
* Grup yayım metotlarında hedef gruba mensup birçok kişi ile aynı anda görüşülür.
* Belirli bir süre içinde bireysel yayıma oranla daha fazla kişi ile görüşme olanağı vardır.
* Birey başına düşen yayım harcamaları azalır.
* Grup yayım metotları ile hedef grupların yüksek oranda yayım çalışmalarına katılımları sağlanır.
* Yayımcının anlattıkları, çiftçiler tarafından, bazen net olarak algılanmayabilir. Bu durumda devreye diğer grup üyeleri girer. Bazen devreye giren çiftçiler, diğer çiftçilere konuyu anladıkları ölçüde aktaracaklarından, yanlış bilgilendirmeler ve konudan sapmalar olabilir. Bu süreç grup yayım metodunda yayımcının kontrolünde olmalıdır. Yayımcı sık sık geri dönüş ve özetlemeler yaparak, grubun konuyu net olarak anlamasını sağlayabilir.
* Gruplar, uygulanacak bir yenilik nedeni oluşabilecek riskleri bireysel çiftçilere oranla daha kolay göze alabilir.

**Grup yayım metotları aşağıdaki gibi özetlenebilir.**

\*Toplantılar\*Çiftçi Kursları\*Panel\*Demonstrasyonlar\*Tarla (İşletme) Günleri\*Çiftçi Gezileri\*Sergiler\*Teşvik Müsabakaları

**Toplantılar**

* Kuruluş, Planlama, Hizmet içi Eğitim Toplantıları, Özel İlgi Grubu Toplantıları, Köy, Çiftçi

**KONU 13 -TARIMSAL DANIŞMANLIK FAALİYETLERİNDE UYGUN AMAÇ VE METOT SEÇİMİ**

Tarımsal yayım sisteminin üç ana unsuru vardır. **Bunlar:**Yayımcı,Çiftçi,Araştırmacı

**YAYIM METOTLARI**

 Tarımsal yayım yaklaşımı değişse de yayım hizmetlerini yürütmek için kullanılan teknikler(yöntemler) aynıdır. Bu yöntemlere yayım metotları denir.*Yayım metotlarının kullanımı hitap edilen kişilerin sayısına bağlı olmak üzere üç ana gruba ayrılır.Bireysel Yayım Metotları,Grup Yayım Metotları,Kitle Yayım Metotları*

**Bireysel Yayım Metotları**

1-Hedef Kitlenin Özelliğine Göre Bireysel Yayım Metotları

2-iftçi Organizasyonlarının Yöneticilerine Yönelik Bireysel Yayım

3-Önder Çiftçilere Yönelik Bireysel Yayım

4-Hedef Kitlenin Diğer Üyelerine Yönelik Bireysel Yayım

5-Formatına (Biçimine) Göre Bireysel Yayım Metotları

6-Resmi (Belli Bir Programa Bağlı) Bireysel Yayım

(Belli bir programa bağlı olarak yapılan bireysel yayım genellikle yayımcının bürosunda veya çiftçinin işletmesinde yapılır. )

7-Gayri Resmi (Belli Bir Programa Bağlı Olmayan) Bireysel Yayım

(Gayri resmi görüşmeler çiftçiyi ve içinde bulunduğu şartları daha iyi tanımak ve çiftçi ile oluşturulmak istenen güven ortamını pekiştirmek için gerçekleştirilir. Bu görüşmeler tesadüfen gerçekleşebildiği gibi, yayımcının kurgulayacağı bir görüşmede olabilir.)

**İşlevine Göre Bireysel Yayım Metotları**

İşletme Ziyareti Şeklinde Bireysel Yayım,Büroda Yapılan Bireysel Yayım,Telefon Görüşmeleri İle Bireysel Yayım,Kişisel Mektuplarla Bireysel Yayım,İnternet Görüşmeleri İle Bireysel Yayım

Tarımsal yayım süreci içerisinde değerlendirildiğinde, çiftçi görüşmeleri, iki insan arasında (yayım uzmanı-çiftçi, Yayım uzmanı-çiftçi ailesi) basit bir bilgi alış verişi değildir. Çiftçi görüşmesi içerisinde sohbet, tartışma, anket, bilgi verme gibi unsurların kullanıldığı bir iletişim sürecidir.

**Grup Yayım Metotları**

Bir gruba, eş zamanlı yayım hizmeti götürmek için, kullanılan yayım metotlarına grup yayım metotları diyoruz. Grup yayım metotları yayım sürecinde en çok müracaat edilen yayım metotlarındandır.

**Avantajları**

*Grup yayım metotları çiftçilerde tutum değişimi için en ideal metotlardan birisidir.Geri dönüt (yansıma) Kitlesel yayım metotlarından daha iyidir.* Grup yayım metotlarında elde edilecek geri dönütlerin değerlendirilmesi ile yayımcı ve çiftçi arasındaki yanlış anlaşılmalar azaltılacaktır. Grup yayım metotlarında yayımcı ile çiftçi ve çiftçiler ile Çiftçiler arasın da geniş çapta bilgi alış verişi olur. Grup üyeleri yayımcının yanında, birbirlerinden etkilenmek suretiyle verilmek istenen bilgileri daha çabuk öğrenebilirler.

**Grup yayım metotları aşağıdaki gibi özetlenebilir.**

\*Toplantılar\*Çiftçi Kursları\*Panel\*Demonstrasyonlar\*Tarla (İşletme) Günleri\*Çiftçi Gezileri\*Sergiler\*Teşvik Müsabakaları

**Toplantılar**

Kuruluş, Planlama, Hizmet içi Eğitim Toplantıları, Özel İlgi Grubu Toplantıları, Köy, Çiftçi

 **Çiftçi Kursları**

Amacı, çiftçi ailelerine, tarımın her dalında yeni bilgi ve tekniklerin öğretilmesi ve böylece daha kaliteli ve ucuz tarımsal ürün elde etmek, bu ürünleri faydalı şekilde değerlendirerek, hayat seviyelerinin yükseltilmesine yardımcı olmaktır. Kurslar, tarımın ve ev ekonomisinin her dalında çiftçileri eğitmek amacıyla düzenlenen bir grup yayım metodudur.

 **Panel, Demonstrasyonlar, Tarla (İşletme) Günleri, Çiftçi Gezileri, Sergiler, Teşvik Müsabakaları**

**Kitle Yayım Metotları**

Kitle yayım yöntemleri birebir ve grup yayım metotlarının aksine aynı anda çok sayıda birbirleriyle kontak halinde bulunmayan kişilere hitap eden yöntemlerdir. Kitle yayım yöntemleri genel olarak” tek yönlü bilgi akışı” ve” medya araçlarının yoğun kullanımı”ile ifade edilir.

**Kitle yayımın Dezavantajları**

Fazla sayıda ve farklı özelliklere sahip katılımcılarla çalışılması nedeniyle yayım mesajları çoğunlukla geneldir.Ağırlıklı olarak tek yönlü iletişim söz konusudur ve bu nedenle de çiftçi için önemli problemler gündeme gelmez ve çiftçi kendisini hitap edilmemiş hisseder.İletişim sürecinin tarafları için kişisel kontak imkânı yoktur.Yayım konularını kasetler, radyo ve filmler yoluyla hedef kitlelere ulaştırmakla sınırlayan bir yayım politikası çok yüksek bir teknolojik altyapı, yetenek, kontrol ve yönetim sistemine sahip olmayı gerektirir.Köy şartlarında medya araçlarının temini ve kullanımı çok zordur, yayımcıyı bir noktada dışarıdan kişilere ve kuruluşlara bağımlı kılar.Yayım çalışmalarında sadece medya araçlarının kullanımı çiftçilerin alışkın olmadıkları bir metottur. Çiftçiler verilen mesajları tek başlarına anlayamayacakları gibi, karşılarında her an soru sorabilecekleri insanlar ararlar. Tek yönlü olarak medya araçlarının kullanımı durumunda çiftçilerin problemlerin tespiti, çözümü ve yayım konularının belirlenmesine hiçbir katkıları olamaz.

***Kitle yayım:***Basılı materyaller,Görüntülü ve sesli materyaller,İnternet ( Sanal ortam) yayınları

 **UYGUN METOT SEÇİMİNDE BENİMSEME SAFHALARI**

Yeni teknolojiyi düşünürken, birçok çiftçinin genellikle problem çözme işleminde mantığa başvurduğu kabul edilebilir. Bu işlem, açık seçik tarif edilmiş dört safhaya veya”benimseme işlemi” olarak bilinen safhalara bölünebilir.

* *Farkında olma,İlgi,Değerlendirme,Deneme ve Benimseme (veya reddetmek)*

**Farkında Olma:**Yeni bir fikir veya uygulamanın farkında olmak, benimseme işlemi içerisinde ilk safhayı oluşturur.**İlgi:**Eğer yeni uygulama, fikir veya girdi çiftçilerin problemlerinin çözümüne yönelik ise, çiftçinin bu konu hakkında daha fazla bilgi edinmek için ilgisi artacaktır.**Değerlendirme:**Her bir çiftçi için değerlendirme safhası, kendi şartları ile yeni teknolojinin karşılaştırılması, benzer avantajlarının ve dezavantajlarının tartılmasıdır. **Deneme Ve Benimseme (Veya Reddetme)**

**ÖĞRETME METODUNUN SEÇİLMESİ**

* ***Tek başına hiçbir öğretme metodu diğerinden daha iyi değildir.*** Yayım elemanı şartlara en uygun yayım metodunu seçmelidir.***Yayım programını yürütmek için birkaç teknik bir arada kullanılmalıdır.***.***Kullanılacak metotlar birbirini desteklemelidir.*** Eğer bir demonstrasyon grup tartışmalarını destekler ise grup tartışmaları ile verilmek istenen bilgiye destek sağlayacak iki metottan faydalanılmış olur. ***Mümkün olan yerlerde sesli ve yazılı materyaller kullanılmalıdır.***

|  |  |
| --- | --- |
| Belirli Amaçlara Uygunluk | Yayım Metotları |
| **Kitlesel Yayım Metotları** | **Grup Yayım Metotları** | **Bireysel Yayım Metotları** |
| Yenilikler hakkında bilgilendirme | Yüksek | Orta | Düşük |
| Problem bilinci uyandırma | Düşük | Yüksek | Orta |
| Bilgilerin aktarılması | Yüksek | Orta | Düşük |
| Çiftçinin Görüşlerinin değiştirilmesi | Düşük | Yüksek | Orta |
| Çiftçinin öğrenme sürecinin harekete geçirilmesi | Düşük | Yüksek | Orta |
| Çiftçinin bilgi/tecrübelerinin değerlendirilmesi | Düşük | Yüksek | Orta |
| Yayım mesajlarının çiftçinin problemleri ile örtüşmesi | Düşük | Orta | Yüksek |
| Verilen bilgilerin somutluk derecesi | Düşük | Orta | Yüksek |
| Çiftçi başına maliyet | Düşük | Orta | Yüksek |

**Konu 14-MOTİVASYON TEKNİKLERİ**

\*Davranışları inceleyen bir bilim dalı olan psikolojide, bir hedefe yönelik davranışların başlaması ve devam etmesi **güdü (motivasyon)** kavramı ile açıklanmakta ve bu tür davranışlar **güdüsel davranışlar** olarak adlandırılmaktadır. **Güdü**, bir davranışı başlatan ve bu davranışın yön ve sürekliliğini belirleyen, bireye ait (içsel) bir güç olarak tanımlanır.

“Kişilerin belirli bir amacı gerçekleştirmek için kendi arzu ve istekleri ile davranmaları”

“Bir şey yapma isteğidir ve yapılan fiilin bireyin ihtiyaçlarını tatmin etme yeteneği sürdükçe bireyde bulunur.”

“Güdülerin etkisiyle eyleme geçme ve gerçekleştirme sürecidir.”

**Tüm bu tanımları toparlarsak, motivasyon kavramının temelini oluşturan üç ana faktörle karşılaşıyoruz:**

* *İnsan davranışını tetikleme,Bu davranışı yönlendirme,Bu davranışı sürdürme*

İnsan davranışını tetikleme, insanın içinde onun çeşitli şekillerde davranmasını sağlayan güçler (güdüler) ve bu güdüleri harekete geçiren çevresel faktörlerle ilgilidir. İkinci faktör, belli bir hedefe yönelme ile alakalıdır. Üçüncü faktör ise ilk iki faktöre bağlı olarak, bireyin davranışını sürdürmesi ya da sürdürmemesi ile alakalıdır.

**Güdü döngüsü şu şekilde meydana gelir:**

1-İhtiyaç hissedilir 2-İhtiyacı gidermeye yönelik davranış oluşur 3-ihtiyaç giderilir

 Veya

**Gereksinme – Uyarılma – Davranış – Doyum (Amaç)**

**MOTİVASYON TEORİLERİ**

**Maslow’un Motivasyon Teorisi (İhtiyaçlar Hiyerarşisi)**

*1.Fizyolojik İhtiyaçlar 2. Güvenlik İhtiyaçları 3. Sevgi ve Aidiyet İhtiyacı:* *4. Saygı Görme İhtiyacı 5. İdeallerini ve Yeteneklerini Gerçekleştirme İhtiyacı*

**Herzberg’in Motivasyon - Hijyen Teorisi**

Frederick A. Herzberg’ in”Çift Faktör Teorisi” ya da”Motivasyon-Hijyen Teorisi”

***Motivasyonel Faktörler*:**Başarı, tanınma, takdir edilme, yapılan işin niteliği, yetki ve sorumluluk sahibi olma, ilerleme ve yükselme imkânlarının olması vs. motivasyonel faktörler arasında sayılabilir. Bu faktörlerin olması durumunda bireylerin çalışma istek ve arzuları artar. Bu faktörlerin bulunmaması halinde ise bireylerin çalışma arzu ve istekleri azalabilir.

 **Hijyen Faktörler:**İşletme politikası ve yönetimi, çalışma koşulları, ücret düzeyi, özel yaşamdaki mutluluk düzeyi, organizasyonda alt-üst arasındaki ilişkiler vs. unsurlar”hijyen faktörler” olarak adlandırılır. Hijyen faktörler mevcut olduğunda iş tatmini gerçekleşir ve bireyleri çalışmaya motive edebilir.

 **Mc Cleland’ın ve Aldefer’in Motivasyon Teorisi**

Motivasyon konusunda bir başka teori geliştiren yönetim uzmanı ise David C. Mc Cleland’ dır. Bir psikolog olan Cleland, Maslow ve Herzberg’ den farklı olarak insanların farklı ihtiyaçlara yöneldikleri ve bu ihtiyaçları karşılandığı ölçüde tatmin olacakları görüşünü savunmuştur. Mc Cleland, Maslow’ dan farklı olarak üç tür insan ihtiyacı üzerinde durur:

\*Başarı ihtiyacı \*Sosyal ilişkilerde bulunma ihtiyacı \*Güç ihtiyacı

**Varlık ihtiyaçları:** Bunlar insanların doğuştan itibaren sahip oldukları ihtiyaçlardır. Yiyecek, içecek, barınma ihtiyaçları vs. bu konuda örnek gösterilebilir.

**3.3.2. Sosyal ilişkiler ihtiyacı:** İnsanlar, başka insanlarla bir arada olmak, duygu ve düşüncelerini onlarla paylaşmak isterler.

**3.3.3. Gelişme ihtiyaçları:** İnsanların kendilerini geliştirme ihtiyaçlarıdır. Başarı elde etme, tanınma, kabul edilme vs. bu tür ihtiyaçlara örnek gösterilebilir.

**ÖDÜLLENDİRME BEKLENTİSİ VE ÖDÜL ADALETİ**

Motivasyon teorisine katkıda bulunan bir diğer yönetim uzmanı **Victor H. Vroom’** dur. motivasyonun çalışanların işle ilgili beklentilerine bağlı bulunduğunu belirtmişti. Vroom’a göre organizasyondaki çalışanların gösterecekleri çaba sonucunda elde edecekleri bir performans beklentisi bulunmaktadır.

**EĞİTİMDE MOTİVASYONU ETKİLEYEN FAKTÖRLER**

 Eğitimde motivasyon **Eggen & Kauchak’ın** öğrenme odaklı sınıf modelinde şöyle açıklanmıştır

-Öğretmen nitelikleri: Öğretmenin iyi bir model olması, coşkulu olması, sıcak ve empatik bir yaklaşım taşıması motivasyonu arttırır.

-İklim değişkenleri:

* **Premack da özellikle eğitimde kullanılabilecek 2 ilke öne sürmüştür.**

-Kişi kendi kendine kalsa öncelikle yapmak isteyeceği ve yapmaktan zevk alacağı bir davranış vardır.

-İkinci olarak yapmak isteyeceği bir davranış da vardır. Ancak öncelik daha zevkli ve çekici olandadır,

-Ona göre de bu güdüler hiyerarşi içersindedir ve bir önceki davranış ikincisinin yapılması için”pekiştireç” olarak kullanılabilir.

**MOTİVASYONU BOZAN ETKENLER**

 **İç Etkenler:** İç etkenler kişinin kendisi ile ilgili motivasyon engelleri olup, psikolojik ve karakteristik özellikteki etkenlerdir.

*1.Çalışma İsteksizliği/2.Endişeye Kapılma/3.Kendine Güvensizlik/4.Başaracağına İnanmama*

 **Dış Etkenler:**

**KONU 15-UYUŞMAZLIK (ÇATIŞMA)**

**YÖNETİMİ**

**Çatışma:**

-Aynı ya da karşıt olan eşdeğer iki durumdan birini seçmek zorunda kalan bireyde görülen kararsızlık,uyuşmazlık,ikircikliktir.

Bir seçeneği tercih etmede bireyin ya da bir grubun güçlükle karşılaşması ve bunun sonucu olarak karar verme mekanizmalarında meydana gelen bozulmadır.

-Birbirlerinin amacına ulaşmasına açıkça düşmanlık gösteren ve/veya birbirlerinin amacına ulaşmasına müdahale eden iki taraf arasındaki bir kavga ya da tartışmadır

-Birey ya da grupların içinde ve aralarında çeşitli nedenlerden kaynaklanan anlaşmazlık, zıtlaşma, uyumsuzluk, birbirine ters düşme biçiminde ortaya çıkan ve iyi yönetilmediği durumda örgüte ve bireye zararlı olabilen bir etkileşim sürecidir

**2. ÇATIŞMA YAKLAŞIMLARI**

**2.1.Klasik-Geleneksel Yaklaşım:**Bu yaklaşım çatışmanın yıkıcı olduğu inancındadır.Bunedenle yöneticinin enönemli görevi, örgütü çatışmalardan korumaktır.

**2.2.Neoklasik-Davranışçı Yaklaşım:Ç**atışma kaçınılmazdır. Önemli olan çatışmanın ortadan kaldırılmasıdır. Çatışmanın ortadan kaldırılması bireyler arasındaki ayrımların yok edilmesi anlamına gelmektedir.

**2. 3. Modern-Etkileşimci Yaklaşım:**Örgütün sağlığı için çatışma gereklidir. Ancak çatışma çok yüksek ise azaltılması, çok düşük düzeyde ise uyarılması gerekir.

**4. ÇATIŞMA VE ÇATIŞMA YÖNETİMİ**

**4. 1. Bireysel Çatışma Ve Yönetimi**

Bireyin istenen ya da istenmeyen, birbirine karşıt ya da denk güdülerden birini seçmek durumunda kalm. *bireysel çatışma* denir. Bireyin yaşamında üç çeşit çatışma görülür.

**4. 1. 1. Yaklaşma-Yaklaşma**

Bireyin iki ya da daha çok güdü arasından birini seçerken yaşadığı karar verme güçlüğüdür.Yaklaşma yaklaşma türünden olan çatışmalarda ilk adım enönemli adımdır.

**4. 1. 2. Kaçınma-Kaçınma:** Bireyin istemediği iki olumsuz olgu, olay ya da nesneden birini seçmek zorunda kalmasıdır.

**4. 1. 3. Yaklaşma-Kaçınma:**Yaklaşma kaçınma en sık görülen çatışma tipidir. Hem hoşa giden hem gitmeyen olay bir arada yaşanır.

**Davranış Biçimleri:**

**4.1.5. Yapıcı Tartışma**

Kızgınlık ve kırgınlık duygularının ifadesinde ve bir çözüme ulaşmasında yapılması gereken en önemli şey yapıcı tartışmadır. Yapıcı tartışma önemsenen bir kişiye karşı duyulan kızma, kırılma, rahatsız olma gibi duyguları onunla paylaşarak birbirini daha iyi anlama amacıyla kullanılır. Birbirlerine duyduğu kızgınlığı, kırgınlığı ve rahatsızlığı belirtmeyen insanlar genellikle iki nedenden ötürü bunu yapmazlar,

*Kaybetme Korkusu. Kötü İnsan Olma Korkusu:*

**4.1.6. Uzun Süreli çatışmaların Çözümü**

Kaybeden yok yaklaşımında ise iki tarafı da memnun edecek bir çözüm yolu bulunur.

**Kaybeden yok yöntemi şu basamaklardan oluşmaktadır:**

*Sorunu Tanımlamak,Olası çözümler üretmek (birçok çözüm yolu ortaya koyun),Çözümleri Değerlendirme, Karar verme,Uygulamaya Konulması,Çözümümün başarısının değerlendirilmesi*

* **4.2 Örgütsel Çatışma Ve Yönetimi**

**4.2.1 Örgütsel Çatışmanın Nedenleri**

**İş Bölümü:**

**Karşılıklı Bağımlılık:** Örgütlerde birimlerin üretimi, diğer birimlerin üretimine bağlıdır. Bir birimin çıktısı diğer birimin girdisini oluşturur, bu da çatışmayı doğurur. Bu tür çatışma iyi bir planlama ve bağımlılığın karşılıklı olduğunun açıklanması ile giderilebilir.

***Uzmanlaşma:*** *Örgütlerde görülen çatışmaların en yaygın olanı uzmanlaşmanın yol açtığı çatışmalardır. Uzmanlık, bürokratik roller çoğu zaman çatışır.*

***Rekabetçi Ödüllendirme Sistemi:*** *Örgütlerde işbirliği yerine rekabetin teşvik edilmesi ve ödüllendirme sistemin buna göre kurulması çatışmayı arttıran unsurlardan biridir.*

**4.2.2 Örgütsel Çatışmanın Yönetilmesi**

Çatışmanın yönetilmesi kavramı, anlayış olarak, çağdaş yönetim anlayışının ürünüdür. Çatışmaya bakış açısı yönetim anlayışlarından etkilenir.. Çatışmanın yönetilmesinde değişik yaklaşımlar kullanılabilir. Bunlar:

**4.3 Diğer Çatışma Türleri**

**Bireylerle- Grup Arasındaki Çatışma,Örgütler arası Çatışma,Fonksiyonel Çatışmalar(**örgütün amaçlarının gerçekleşmesine katkıda bulunan çatışmalardır. )**Fonksiyonel Olmayan Çatışmalar(**Örgütün amaçlarına ulaşmasını engelleyen, amaçların gerçekleşmesini desteklemeyen çatışmalardır.)**Yatay Çatışma(**Bu tür çatışma, bir örgütte aynı kademede bulunanlar arasındaki çatışmadır.)**Dikey (Hiyerarşik) Çatışma: (**Bu tür çatışma, örgütün değişik yetki kademelerinde bulunanlar arasında çıkan çatışmadır. Ast-üst çatışması )**Emir-Komuta Kurmay Çatışması,Potansiyel(Gizli) Çatışma,Algılanan Çatışma,Hissedilen Çatışma,Açık Çatışma,Planlı Çatışma (Açık)(** Bilerek planlanmış ve düzenlenmiş olan çatışmadır. )

**Kapalı Çatışma:** (Tarafların, amaçları derinden izledikleri çatışmalardır.)

**5. STRES KAVRAMI**

- ***Hans Selye*** stresi, organizmanın her türlü değişmeye özel olmayan (yaygın) tepkisi olarak tanımlamıştır.

-Jessie Barnard stresi yararlı stres (eustress) ve zararlı stres (distress) olarak ikiye ayırmıştır. Bunlardan birincisi yaşandıkça neşe, canlılık ve kazanç sağlayan, istenmesi gereken bir durumdur. Zararlı stres ise aşırı ve sürekli olan ve bireyin güçlerini tüketen bir stres türüdür.

**5.2.1 A Tipi Davranış Özellikleri**

A tipi davranış özellikleri genellikle acele konuşmak, diğer insanlar konuşurken acele etmek, hızlı yemek, sırada beklemekten nefret etmek, asla bir şeye yetişmek durumunda olmamak, zamanın elverdiğinden daha fazla etkinlikle dolu bir programa sahip olmak, zamanı boşa harcamaktan nefret etmek, aynı anda birden çok şeyi yapmaya çalışmak, yavaş insanlara karşı sabırsızlık, dinlenme, dostluk veya zevk verici şeyler için çok az zaman ayırmaktır. Tip A sendromu, başa geçmek için bir mücadele ve başarı için zamana karşı sürekli, bir yarış biçiminde görülür.

**5.2.2 B** **Tipi Davranış Özellikleri**

A Tipi bireyin tam karşıtı olan bireylerin davranış özellikleri B Tipi olarak adlandırılmıştır. B Tipi insanları katı kurallardan arınmış ve esnektirler. Zamanı sorun etmezler, rahat ve sabırlıdırlar.Kolaylıkla sinirlenmez ve tedirgin olmazlar.

**5.3 Stres Belirtileri Ve Etkileri**

 Stres belirtileri, fiziksel, davranışsal ve psikolojik olmak üzere üç grupta incelenmiştir. Denetim sırasında öğretmenlerin bu belirtilerin bazılarını birarada göstermeleri olasıdır. Ayrıca iş yaşamının yoğunluğu nedeniyle müfettişler de bu stres belirtilerini kendilerinde gözleyebilirler. Burada önemli olan her bireyin kişisel özellikleri nedeniyle farklı belirtileri farklı şiddette gösterebilecekleridir. Aşağıda bu belirtiler yer almaktadır.

* + 1. **Fiziksel Stres Belirtileri**

Tansiyon Yükselmesi,Sindirim bozukluğu,Terleme,Nefes darlığı,Başağrısı,unluk,Alerji,Mide Bulantısı

**5.3.2 Davranışsal Stres Belirtileri**

*Uykusuzluk,Uyuma İsteği,İştahsızlık,Yeme Alışkanlığında Artış,Sigara Kull,Alkol Kull*

**5.3.3 Psikolojik Stres Belirtileri**

*Gerginlik,Gçmszlk,İşbirliğinden Kaçınma,Sürekli Endişe,Yetersizlik Duyg,Yersiz Telaş*

**5.4 İş Hayatinda Stres Kaynaklari**

Aşırı işyükü,İşin Sıkıcı olması,Ücret Yetersizliği,Yükselme Olanağı,Çalışma Koşulları,Karara Katılamama,Değerlendirmede Adaletsizlik,Zaman Baskısı,Araç-Gereç Yetersizliği,İş Ortamında Huzursuzluk,İşyerinde Dedikodu,İş Gerekleri İle Kişilik Uyumsuzluğu,Statü Düşüklüğü

**5.5 Stresle Başa Çikmada Bireysel Stratejiler**

. Birey olarak daha sakin, sağlıklı ve enerjik olmayı sağlayan bireysel stratejiler şunlardır:

*Bedensel Hareket (Egzersiz) Yapmak,Solunum Egzersizi,Meditasyon,Biyo-Feedback (Biyolojik Dönüt),Gevşeme (Relaxasyon),Beslenme,Toplumsal Destek,Sosyal, Kültürel, Sportif Etkinliklere Katılma,Masaj,Zaman Yönetimi,*

**KONU 16 - TARIMSAL DANIŞMANLIKTA SÖZLEŞMELİ ÇİFTÇİLERİNE AİT MEVCUT DURUM ANALİZİ**

*Tarımsal yayım süreci, birbirini takip eden aşağıdaki aşamalardan oluşur.*

* *Durum Analizi,Yayım Programlarının Hazırlanması,Uygulama ,İzleme ve Değerlendirme*

# TARIMSAL YAYIMDA DURUM ANALİZİ

*Durum analizi;Problemlerin belirlenmesi,Yayım amaçlarının ortaya konması,Yayım mesajlarının içeriklerinin belirlenmesi,Uygun yayım metotlarının seçilmesi*

Durum analizi hedef kitlenin mevcut durumunun ve problemlerinin araştırılması ile başlamalıdır.

**Durum Analizinden Beklenen Sonuçların Belirlenmesi:**

Bu aşamaya gelindiğinde aşağıdaki soruların cevabı net bir şekilde ortaya konulmalıdır.

Durum analizi sonucu hangi ifadelere ulaşılacak? bizi hangi somut davranışlara yönlendirecektir?

**Durum Analiz Planlarının Hazırlanması**

*1\*Ön Hazırlık,2\*Durum Analizinden Beklenen Sonuçların Belirlenmesi,3\*Toplanacak Verilerin Sınırlanması,4\*Bilgi Toplama Yöntemlerinin Sınırlanması,5\*Bilgi Toplanacak Hedef Kitlenin Sınırlanması,6.\*Bilgi toplanacak yerlerin belirlenmesi,7\*Gerekli personel ve kaynağın belirlenmesi,8\*Durum analizinin aşamalarının belirlenmesi,9\*Durum analizi için bir zaman planının hazırlanması*

**Durum Analiz Planlarının Yapılandırılması**

*\*Çalışma Bölgesindeki Yaşam Koşullarının Belirlenmesi:*

*\* Geleneklerin Ve Bölgedeki Sosyal Sistemin İç Dinamiklerinin Belirlenmesi*

*\* Birlikte Çalışma Ve Katılımcılık Eğilimlerinin Belirlenmesi*

*\*Tarımsal Yayımı Tamamlayıcı Hizmetlerin Yeterliliği*

 **Durum Analizinde Bilgi Toplama Yolları**

**İkincil Kaynaklar:** Çalışma yapılacak bölgeye ilişkin mevcut kaynakların kullanılarak gereksinim duyulan bilgilere ulaşılması en ucuz ve kısa yoldur. Örneğin istatistikler, meteorolojik kayıtlar vb. bu tip verilerin kullanılmasında bilgilerin güvenilirliği en önemli sorundur

**Anket:***Bir anket çalışması temel olarak üç aşamadan oluşur.*

**\*Anket Sorularının Hazırlanması,Uygulama,Verilerin Analizi**

**Monografi Türleri:**

**Genel Monografi:** Genel monografiler, köyü bir bütün olarak ele alan ve köyü genel açıdan inceler

**Aile Monografisi:** Aile monografileri, araştırma konusuna göre seçilecek kriterler bakımından ana kitleyi temsil yeteneğine sahip ailelere uygulanan, sosyal yapı ve değişmenin tüm unsurları ile ilgili, ayrıntılı veri elde etmeye imkân veren çalışmalardır.

 **Özel Amaçlı Monografiler:** Özel amaçlı monografiler, sosyal yapının yalnızca bir yönünü çok ayrıntılı bir biçimde inceleme amacına yönelik monografilerdir

# Tarımsal Yayım Açısından Durum Analizi Yapılması Gereken Alanlar

*\* Çalışma Alanına İlişkin Veriler,\* Toplumsal Yapının Dinamikleri,\* Yayım Organizasyonu,\* Tamamlayıcı Hizmet Ve Kurumlar*

# SONUÇ

 Sonuç olarak durum analizinin, tarımsal yayım sürecinin ilk aşaması ve başarılı bir yayım çalışmasının da ön koşulu olduğu unutulmamalıdır. Durum analizi çalışması tamamlandıktan sonra elde edilen veriler doğrultusunda sırası ile sorun analizi (Hedefe Yönelik Problem Analizi) ve strateji analizi çalışmaları yapılarak programlamaya ve devamında uygulama aşamasına geçilir.

**KONU 17 - İZLEME VE DEĞERLENDİRME**

**İZLEME VE DEĞERLENDİRME KAVRAMLARI**

 Her sistem, gerçekleştirdiği etkinliklerin amaca ne derece hizmet edip etmediğini saptayabilmek için öncelikle gerçekleştirdiği etkinlikler hakkında bilgi toplar yani ölçme(gözlem) yapar ve topladığı gözlem sonuçlarından yararlanarak bazı sonuçlara ve kararlara ulaşmaya çalışır.

**İzleme;** çok özet olarak yapılan çalışmaya ilişkin girdilerin kullanımı, aktivitelerin düzenliliği, çıktıların zamanında elde edilmesi ve çalışmanın tamamlanmasına etkili olan kritik durumlar hakkında bilgi toplanması işlemidir.

* Yöneticilere mevcut durumu analiz,Problemleri tanımlama ve çözümler bulma,Yön tayini ve karar alma,Program aktivitelerini belirlenen takvim dâhilinde tutma,Hedefler doğrultusunda gelişimi ölçme, İleriki hedefler ve amaçları formüle ve revize etme,Beşeri, finansal ve materyal kaynakları hakkında kararlar almada bilgi sağlar.

**Değerlendirme;** halen devam eden bir çalışmaya yapılabileceği gibi önceden tamamlanmış bir çalışmaya yönelik olarak da yapılabilir. Devam etmekte olan çalışmanın etkinliğinin belirlenmesi, hataların düzeltilmesi ve önceki dönemde yapılan çalışma sonuçlarının karşılaştırılması amacıyla faaliyet süresince yapılan analizdir.

* Değerlendirme verimlilik gibi alt seviye konulardan strateji ve politika analizi seviyesine doğru yükselme eğilimindedir.

 **Bu iki terim arasındaki temel farklılıklar ise:**

* İzleme kısa aralıklarla ve çalışma süresince sürekli yapılırken, değerlendirme daha uzun aralıklarla yapılır.
* Tespitlerin derinliği; izleme daha dar ve özellikli konularda (Örneğin, sadece bir demonstrasyondaki gelişmeler gibi) yapılırken, değerlendirme faaliyetlerin tümünü kapsar.
* Katılım; izleme genellikle küçük bir çalışma grubu tarafından yapılırken (Örneğin, bir ya da birkaç elemandan oluşan çalışma grubu), değerlendirme daha geniş bir katılım tarafından yapılır.
* İzleme, ne olduğu, nasıl ve niçin olduğu sorularını cevaplar.
* Değerlendirme, nasıl bir farkın ortaya konduğu sorusuna cevap arar.
* İzleme – Yaptığımız işleri doğru şekilde yapıyor muyuz?

Değerlendirme – Doğru işleri mi yapıyoruz? Sorularına cevap araR

 **İZLEME VE DEĞERLENDİRMENİN GEREKLİLİĞİ**

**Yayım Çalışmalarının Üç Temel Aktörü Vardır:**

**Hedef Kitle,** **Yayım Servisi**: (Yayım çalışmalarını projelendiren proğramlayan ve uygulayan organizasyonlardır. Bunlar Tarım İl Müdürlükleri olabileceği gibi çiftçi kuruluşları, danışmanlık firmaları da vb. olabilir.)**Devlet:** (Yayım faaliyetlerinin giderlerini üstlenir, ödediği vergilerle bu çalışmaları finanse eden diğer toplum kesimlerine bu çalışmaları savunur ve ülke düzeyinde yayım çalışmalarını organize eder. )

**İzleme ve Değerlendirmenin Fonksiyonları**

Yayımcıya Destek Sağlar: Proğramın kontrolünü sağlar: Proğram hazırlığı sırasında yol gösterir: Üst kademe yöneticilerine yol gösterir

**İzleme Ve Değerlendirme Siteminin Avantajları:**

İzleme ve Değerlendirme planlama için bir araçtır.İzleme ve değerlendirme, Aktivitelerin ürünleri ve çıktılarıyla ilgili olarak geri besleme sağlayabilir ve gelişim için öneriler ortaya koyabilir.Bu performansı teşvik eder. Kurumsal öğrenmeyi artırır.

**İZLEME VE DEĞERLENDİRME SÜRECİ**

*\*Problemlerin Formüle Edilmesi ve Kriterlerin Tespiti, Amaçların Tespit Edilmesi, Formüle Edilmesi, Kriterlerin Tespiti, Faaliyetlerin Tespiti ve Bütçenin Belirlenmesi,\* Rizikoların Tespiti*

**Herhangi bir yayım çalışmasının harcamalarını üç aşamada belirleyebiliriz.**

Yapılacak bütün çalışmalar listelenir. (Faaliyet Planı),Her bir faaliyet için gerekli işgücü ve malzeme miktarları belirlenir.Her gider kalemi için parasal değerler belirlenir.

**İZLEME**

Doğrudan yayım servisi tarafından,Hedef kitle (Çiftçiler) tarafından,Dışarıdan görevliler tarafından yapılabilir.Satın alınabilir.

**İzleme Sonuçlarının Değerlendirilmesi**

*Benchmark değerlendirme yöntemi; çalışmamızın sonuçlarının daha önce aynı konuda başarıyla uygulanmış başka bir çalışma ile karşılaştırmak.*

**DEĞERLENDİRME**

 Yapılan tarımsal yayım çalışmalarının izlenmesi kısmında ağırlıklı olarak yapılan çalışmaların etkileri üzerine yoğunlaşmıştık. Değerlendirmede ise sorular genellikle daha derinleştirilmiş olup, çalışmanın sadece etkileri değil tüm yönleri mercek altına alınır.

Değerlendirmede çalışmaların amacına ulaşıp ulaşmadığını tespit etme açısından dört araştırma alanında çalışmaların etkinliği mutlaka değerlendirmenin kapsamına alınmalıdır.

*Hedef Kitle,Yayım Servisi ,Yayım proğramının uygulanması,Çalışmanın yürütüldüğü alandaki genel durum.*

**KONU 18 - SUNUŞ TEKNİKLERİ**

Okuduklarımızın %20’ sini,Duyduklarımızın %30’ unu ,Gördüklerimizin %40’ ını,Söylediklerimizin %50’ sini,Yaptıklarımızın %60’ ını ,Görüp, duyup, söyleyip yaptığımız şeylerin ise %90 ını hatırlarız.

**Sunu:**Etkili bir sonuç elde edebilmek için uygulanması gereken sunu unsurları şunlardır:

*1-Hazırlık 2-Amaçlar 3-Konu 4-Dinleyici 5-Bilgi Toplama 6-Yapılandırma 7-Destekleyici Unsurlar 8-Giriş-Sonuç 9-Sunma 10-Özetleme/ Geri Besleme*

**Dinleyicileri kendi düşüncelerinize ortak etmeye çalışın:**”Hep birlikte düşünelim, ne yapılabilir”

**İyi Bir İlk İzlenim,Beden dili kullanımı,Göz Teması kurmak,Yüz ifadesi,Elleri kullanmak**

**Ellerinizle ne yapmamalısınız?**

Vücudun herhangi bir yerini kaşımak,Elleri vücudun arkasında, ceplerde, bacakta, kolları birbirine kavuşturarak veya üzerlerine oturarak saklamak.,Dinleyicileri işaret etmek.,Umutsuzca veya istekle ovuşturmak

**Pozisyon ve vücudun duruşu:** Ayakta durmak size otorite kazandırır,

**Oturmanın dezavantajları:**Göz temasınız azalır. Notlara bakma eğiliminiz artar.Dinleyicileriniz sizi görmeyebilir.Sizi masada bulunan malzemelerle oynamaya teşvik eder.

**Alan Kullanımı ve Hareket:**Hareketli konuşmacı dinleyicileri daha fazla motive eder.Dinleyicilere yaklaşırsanız daha fazla dikkat kesilirler

**Ne tür hareketler yapmalıyız?**

Kürsüdeyseniz kürsünün sağına soluna yürüyün.Salonun köşesine veya koridorlara yürüyün.Dinleyicilerin yanına gidebilirisiniz.Soru soranların yanına giderek onu dinlediğinizi gösterirsiniz cevabı verirken yeniden uzaklaşmalısınız, böylece cevabınızı herkese hitaben vermiş olursunuz.Ortadaki ve yanlardaki boşluklara, hatta arka taraflara yürüyün.Bu bazı kişilerin tekrar yoğunlaşmalarını sağlar.Ancak özel alanlar işgal edilmemelidir.

**Sunum Esnasında Kontrolü Elde Tutmak**

**Överek;** ‘‘Teşekkür ederim, sorunu çok önemli buluyorum, şimdi bu konuya değineceğim’’

**İtirazlar**; İtirazlara farklı şekillerde karşı konulabilir. Örneğin;

**Karşı soruyla:**Dinleyici: Burada ben ikna olmadım. Konuşmacı: Sizi nasıl ikna edebilirim?

**Bumerang metodu**

Dinleyici: Bunun için maddi imkânlar yetersiz.

Konuşmacı: Maddi yetersizlikler çok önemli, bunu çözmemiz için ne yapabiliriz, bir fikriniz var mı? **Anekdot metodu**

Dinleyici: “............. bundan dolayı söylediklerinize katılmıyorum.”

Konuşmacı:”Bu söylediğiniz geçen toplantıda da ifade edildi, ama ......... şeklinde onlar ikna oldular.”

**Geciktirme metodu:**Bu konuyu daha sonra, konuşmanın sonunda tartışabiliriz.

**Genişletme metodu:**Galiba hala ikna olmadınız. Sorabilir miyim bunun nedeni nedir?

**POWERPOİNTLE ETKİLİ SUNU HAZIRLAMA**

 **Metin Düzeni**

* Kısa cümle.Anlamı bozmaması için, kelimeler satır sonlarında bölünmemelidir.
* Paragraflar bölünmeden aynı ekranda bitirilmelidir.*El yazısı* yerine basılı metin kullanılmalıdır.HARFLERİN TÜMÜ BÜYÜK veya *italik yazı karakterinde olmamalıdır.*
	+ Başlıklar için 44 font
	+ Alt başlıklar veya alt başlık kullanılmıyorsa metin için 32 font
	+ Alt başlık kullanılıyorsa metin için 28 font yazı büyüklüğü.

**Yerleştirme:**Paragraflar arasında en az bir satır boşluk bırakılmalıdır.

* + - Görsel öğelerde yaklaşık olarak 4 satır uygun olmakla beraber en fazla 7 satır olmalıdır.

**Görünüm:**Bir ekranda, dört farklı renkten fazla renk kullanılmamasına dikkat edilmelidir.

**Grafik**Söylemek istediğiniz her şeyi resimlerde göstermeyin.Görsel öğelerinizin mesajın kendisi olmasına izin vermeyin.

**KONU 19 - PROJE YÖNETİMİ**

**PROJE KAVRAMI**

 Proje, bir yenilik getirmek üzere belirli bir yerde, belirli bir zaman ve bütçe çerçevesinde, bir başlama ve bitiş noktasına sahip, hedeflenen belirli amaçlara ulaşılmasını sağlayacak olan faaliyetler topluluğudur.

**Proje döngüsü yönetiminin yararları:**

* Projenin sağlayacağı etkinin sürekli olmasını sağlar.
* Tüm paydaşların tasarlama ve uygulama aşamalarına katılımını öngörür.
* Risklerin ve başarı kriterlerinin dikkate alınmasını sağlar.

**Proje döngüsü yönetimi altı temel aşamayı içinde barındırır. Bu aşamalar:**

**1-Proje Fikrini Belirleme:**

**2-Proje Fikrinin Analizi:** Projenin teknik ve uygulama açısından detaylı olarak tasarlandığı aşamadır.

**3-Ön Değerlendirme:** Tasarımı tamamlanmış olan projenin teknik, mali, ekonomik, kadın-erkek eşitliği, sosyal, kurumsal, çevresel faktörler açısından tutarlılığının, bütünselliğinin ve işlevselliğinin değerlendirildiği ve proje önerisinin yazıldığı aşamadır.

**4-Finansman**

**5-Uygulama**

**6-Değerlendirme:** Proje sonuçlarının gözden geçirilmesi ve değerlendirilmesi aşamasıdır. Bu değerlendirmeler sonraki proje hazırlıklarına esas teşkil edebilecektir.

**Proje Döngüsü Yönetimi ilkeleri:**

* Proje döngüsünün her aşaması yapılandırılmalı ve bilgiye dayalı bir karar oluşturma sürecine dayalı olmalıdır.
* Paydaşların karar verme mekanizmasına katılımını gözetmelidir. (hedef grup yönelimli)
* Proje tasarımı ve yönetiminde tutarlı ve analitik bir yaklaşım içermelidir.
* Yararların sürekli kılınmasını sağlayacak mekanizmalara sahip olmalıdır.
* Entegre bir yaklaşıma ve dokümanların standartlaştırılmasına dayanmalıdır.

 Bu ilkelerin gerçekleşmesi için proje planlaması ve yönetiminde kullanılan yöntem ise”***Mantıksal Çerçeve Yaklaşımı***”dır.

**Mantıksal Çerçeve Yaklaşımı, proje tasarımı yapan ve proje yönetenlere aşağıdaki konularda yardımcı olur:**

* Proje hazırlama süreci içinde mevcut durumun analiz edilmesine,
* Hedeflere ulaşmada araçların mantıksal hiyerarşinin kurulmasına,
* Hedeflere ulaşmanın önündeki potansiyel risklerin ve sürdürülebilir sonuçların tanımlanmasına,
* Çıktıların ve sonuçların en iyi nasıl izleneceği ve değerlendirileceğine,
* Projenin özetinin standart bir formatta sunulmasına,
* Uygulama sırasında projenin izlenmesi ve gözden geçirilmesine.

**Analiz Aşaması**

 Projenin tasarımına ve mantıksal çerçeve matrisine başlamadan önce detaylı bir şekilde mevcut durumun analiz edilmesi gerekir. Mantıksal çerçeve yaklaşımı kapsamında yapılacak ayrıntılı bir ***mevcut durum analizi*** dört temel analiz çalışmasının yapılmasını gerektirir. Bunlar:

* Sorun Analizi Paydaşlar Analizi Hedefler Analizi Strateji Analizi

**Paydaşları doğru tespit edebilmek için aşağıdaki sorular cevaplanmalıdır.**

**Birincil paydaşları tespit etmek için:**

* Projeden doğrudan olumlu-olumsuz etkilenecekler kimlerdir?

**İkincil paydaşları tespit etmek için:**

* Projeden dolaylı olarak olumlu-olumsuz etkilenecekler kimlerdir?

**Proje ortaklarını tespit etmek için:**

* Projeyi birlikte yürüteceğiniz/yürütebileceğiniz kişiler kimlerdir?
* Projeyi hangi kurumlarla birlikte yürüteceksiniz/yürütebileceksiniz?

**Mantıksal Çerçeve Matrisi (Logframe)**

 Mantıksal çerçeve yaklaşımının yazılı çıktısı”Mantıksal Çerçeve (MÇ) Matrisi”dir. Dört sütun ve dört satırdan oluşan bu tabloda:

*-Projenin ulaşacağı en genel hedeflerden aşağı doğru giderek amaç, sonuçlar ve faaliyetler (1. Sütun),*

*-İlerlemeyi ve genel başarıyı izlemekte kullanılacak göstergeler (İkinci Sütun),*

*-Bu göstergelerin nasıl izleneceği ve verinin nereden bulunacağı (Üçüncü Sütun)*

*-Faaliyetlerin nihai olarak genel hedeflere nasıl katkıda bulunacağı ve varsayımlar doğru çıkmaz ise proje için risklerin ne olacağına ilişkin mantığın arkasındaki varsayımlar (Dördüncü Sütun) yer alır.*

#### Doğrulanabilir Göstergeler

 Göstergeler, projenin sonuçlarının, amacının ve hedeflerinin ölçülebilir terimlerle tanımlanmasıdır. Bunların arasında neden-sonuç ilişkisi yoktur. Ancak performans ölçücüsü olarak hedeflerin başarılı bir biçimde yerine getirilmesini nasıl izleyeceğimizi gösterir.

 Göstergeler, kullanıcının ihtiyacına uygun, toplanması, kullanılması ve anlaşılması kolay, tanımı net, birbirinden bağımsız ve olabildiğince az olmalıdır. Göstergelerde genellikle nicelik, nitelik, yer, hedef grup ve zaman açısından tanımlama yapılır.

 Fiziki bir başarının en iyi göstergesini oluşturacak mutlak ilkeler olmamakla birlikte, SMART özelliklere sahip gösterge oluşturmak yararlıdır.

* **Belirli (S)**
* **Ölçülebilir (M)**
* **Ulaşılabilir (A)**
* **Amaca Uygun (R)**
* **Zamanı Belirlenmiş (T)**

####  Göstergelerin oluşturulması:

 Göstergelerin oluşturulmasına temel gösterge ile başlanır. Burada önemli olan göstergenin sayısal olarak tanımlanabilmesidir. Bu sağlandıktan sonra göstergenin niteliği, zamanı ve yeri belirlenir.

**Örnek**:

**Adım 1: Temel göstergeyi tanımla** Küçük ölçekli çiftçilerin pirinç rekolteleri arttı

**Adım 2: Miktar ekle** Küçük ölçekli çiftçilerin pirinç rekoltesi **5 ton** arttı

**Adım 3: Hedef grup ve nitelik ekle** 3 hektardan daha aşağı toprağa sahip olan çiftçiler tarafından 1997 yılında üretilen ürün kalitesi ile aynı nitelikte üretilen pirinç rekoltesi 5 ton arttı.

**Adım 4: Zaman ekle:** 1997 yılında üretilen ürün kalitesi ile aynı nitelikteki pirinç rekoltesi 3 hektardan daha aşağı toprağa sahip olan çiftçiler tarafından 1998 yılı sonunda5 ton arttı.

#### 4.2.1.3. Doğrulama Kaynakları Neyin başarıldığını gösterecek bilgi kaynaklarıdır.

**Kaynak Planlaması:** Kaynaklar, insan kaynakları ve fiziksel kaynaklar(donanım) olmak üzere

#### 4.2.1.3. Doğrulama Kaynakları

#### Dışsal Koşullar: (Riskler/Varsayımlar Ve Ön Koşullar)

Faaliyet Planlaması

Kaynak Planlaması

Proje Önerisini Hazırlama Ve Finansman

Projenin yazılması ve projenin hayata geçmesi için gerekli finansmanı sağlamak döngünün dördüncü aşamasını oluşturur. Bir önceki aşamada mali, sosyo-ekonomik, çevresel kriterler açısından doğruluğu sınanmış olan projenin yazılmasına karar verilir.

İZLEME VE DEĞERLENDİRME

**İzleme iki biçimde yapılmalıdır:**

* **Süreç izleme**: proje tarafından sağlanan yapıların ve hizmetlerin fiziksel olarak üretilmesi (faaliyetlerin izlenmesi), hedef grup tarafından yapıların ve hizmetlerin kullanılması (çıktıların izlenmesi), ve mali kaynakların yönetiminin izlenmesini içerir.
* **Etki izleme**: farklı gruplar üzerinde projenin yarattığı etkinin ve proje amacına ulaşılmasına yönelik gösterilen ilerlemenin izlenmesini içerir.

####  Değerlendirme

 Değerlendirme, izlemeden daha geniş bir perspektifi içerir. Doğru proje yapıyor muyuz? Buradaki temel sorudur. Değerlendirme, proje amacı ve hedefinin gerçekleşmesine yönelik ilerlemenin izlenmesidir.

**İzleme ve Değerlendirme arasındaki fark nedir?**

 İzleme, proje faaliyetlerinin uygulanmasını kayıt altına alırken, değerlendirme hedeflere erişimi ölçer, hazırlık ve uygulama aşamalarına ilişkin süreçleri gözden geçirir. Ara dönem değerlendirmesi, projenin uygulanması sürecinde yeniden düzenlemelere (gerektiğinde) olanak tanır. Nihai değerlendirme proje sona erdiğinde yapılır ve bu süreçten çıkarılan dersler ortaya konur. Bunlar bir sonraki projelere referans oluştururlar.

**KONU 20 - TARIMSAL YAYIMDA HEDEFE**

**YÖNELİK PROGRAMLAMA**

Planlama; harekete geçmeden önce düşünmeyi içeren bir süreçtir; özünde var olan duruma ilişkin bir eleştiriyi barındırır. Bu çerçevede örgütsel ya da bireysel gelişim, bir duruma ilişkin değerlendirmeyi, eleştiriyi ve yeni düşünceler ve eylem planları üretmeyi içerir. Diğer bir deyişle, örgütsel gelişim ya da bireysel gelişim planlaması, amaç belirlemek, amaçların ölçülebilir ifadesini içeren hedef koymak ve bir planlama ufku içinde bu amaç ve hedeflere ulaşmayı ifade eder.

**Toplam Kalite Yönetimi**

**Program**

Belirlenmiş bir süre boyunca tek bir amaç üzerine yönelmiş faaliyetlerin planlanmış olarak birbirini izlemesi anlamına gelir.

**Hazırlanacak olan bir yayım/danışmanlık programı dört ana bölümden oluşmalıdır:**

*Mevcut durumun analizi,Program amaçlarının belirlenmesi,Yapılacak faaliyetlerin planlanması,İzleme ve değerlendirme*

**MEVCUT DURUM ANALİZİ**

Kurumsal yapının yeniden biçimlendirilmesi amacıyla çoğulcu katılımla önceden belirlediğimiz mevcut durumdan yola çıkarak bir yayım/danışmanlık programında nelerin olması gerektiğine karar verilmesi sürecidir.Bu safha üç önemli faaliyeti içerir.

*1.Verilerin(gerçeklerin)toplanması,2.Verilerin analizi,3.Sorunların ve potansiyelin belirlenmesi*

**MEVCUT DURUM ANALİZİ**

*\*Veri Toplanması\*Verilerin Analiz Edilmesi\*Sorunların ve Potansiyelin Belirlenmesi*

**Mevcut durumun analizi bölümünde kısaca şu hususlar yer almalıdır:**

* Mevcut durumun tanımlanması,İhtiyaç veya sorun, Bunları destekleyici veriler, İhtiyacın derecesi, Uygulama sonrası etki ölçümleri ile kıyaslanabilecek veriler, Program için açık sebepler ve gerekçe,Hizmet verilecek çiftçi kitlesinin, sayıları ve coğrafi konumları,Nedir ve ne olmalıdır arasındaki fark,İhtiyaç duyulan araştırma,

**HEDEFE YÖNELİK PROGRAM PLANLAMASI**

*Yayım/danışmanlık çalışmalarında esas tema, insanlar ve kurumlar arasında”****davranış değişikliği”*** *yaratmaktır*.

**AMAÇLAR**

**Temel Amaçlar;** çok geniş kapsamlı, en üst seviyedeki nihai amaçlardır

**Proğramın Genel Amaçları;** sınırları belirlenmiş, uzun dönem proğram hedeflerini oluşturan

**Faaliyet Amaçları;** bir programda yer alan herhangi bir faaliyetin yapılma amacıdır.

**Problem Analizi ve Problem Ağacının Oluşturulması**

Kalkınma projeleri/programları normal olarak kalkınma problemlerinin yok edilmesinde ortaya konulan ve önerilen çözümler bütünüdürler.

Sorunları çözmek işbirliği ve ekiple çalışma tekniklerinden yoğun olarak yararlanmayı gerektirir

**Problem Çözmede Kullanılan Araçlar**

**Pareto Analizi (çizelgesi):** Sonuçların büyük bir çoğunluğunun, sebeplerin küçük bir yüzdesi yüzünden ortaya çıktığını savunan bir kavramdır. Oluşan sorunların %80’inin, olası sebeplerin %20’si tarafından oluştuğu ilkesini savunan bir tekniktir

**Beyin Fırtınası:**

**Neden/Sonuç (Balık Kılçığı) Diyagramı:**

**Güç Kaynağı Analizi:** Bir problemin çözümünü destekleyen veya karşı olan faktörlerin belirlenmesi için kullanılır. İki güç vardır; *1- İtici güç;* değişikliğe zorlayan güçtür. *2- Önleyici güç;* hareketi engelleyen güçtür.

**Altı Şapkalı Düşünme Tekniği:** Düşünce ve önerilerin belirli bir düzen içinde sunulması ve sistematikleştirilmesi için kullanılan bir yöntemdir.”Şapkalar” düşüncelerin ayrıştırılması için kullanılan bir semboldür. Şapkaların rengi değiştikçe rengin simgelediği düşünceler belirli bir düzen içinde aktarılır.

Beyaz Şapka; *Net bilgiler* (tarafsız şapka): Görüşülen konu ile ilgili net bilgiler, sayılar, araştırmalar, kanıtlanmış veriler ortaya konur.

Kırmızı Şapka; *Duygular* (duygusal şapka): Görüşülen konu ile ilgili olarak, kişilere hiçbir dayanağı olmadan hislerini söyleme şansı verir.

Siyah Şapka; *Tehlikeler* (kötümser şapka): Görüşülen konunun riskleri, gelecekte doğuracağı problemler, eleştiriler ortaya çıkar.

Sarı Şapka; *Avantajlar* (iyimser şapka): O işin avantajları ortaya konulur. Getirileri göz önüne alınır.

Yeşil Şapka; *Yaratıcılık* (yenilikçi şapka): Konuyla ilgili alternatifler araştırılır. Yaratıcılık ön planda tutulur ve toplantıya katılanların yaratıcı olmaları teşvik edilir. Önemli olan fikrin saçma olup olmaması değil, orijinal, yeni ve üretken olmasıdır.

Mavi Şapka; *Sonuçlar* (serinkanlı şapka): Düşünce sistematize edilir. Toplantının sonuçları ortaya çıkarılır, durum analizi yapılır ve özetlenir.

* **Ağaç Diyagramı (Problem Ağacı):** Belli bir amaca erişmek için izlenmesi gereken yolların, sistematik bir şekilde giderek artan bir detay düzeyinde grafiksel ifadesidir. Ne Zaman Kullanılır?
* Genel amaçların özel uygulama detayına indirgenmesi gerektiğinde.
* Bütün uygulama seçeneklerinin belirlenmesi gerektiğinde.
* Temel sebepleri belirlemek için, (örneğin, neden-neden diyagramı) (sebep-sonuç diyagramına alternatif)
* Fikirlerin açığa kavuşması için.
* Bir uygulama gerçekleşirken olabilecek engeller/aksaklıkların ve bunların etkilerini azaltmak için ne yapılabileceğinin belirlenmesi amacıyla. (Örneğin, süreç-karar proğram şeması)

Yeniliğin kabulü sürecinin farklı aşamaları için önerilen metotlar aşağıda verilmiştir.

**1.Amaç belirlenir.**

**2.Doğru takım oluşturulur.**

**3.Ana amaç ile ilişkili olan alternatif sebepler, taktikler veya işler belirlenir.**

**4.Fikirler değerlendirilir ve makul bir sayıya düşürülür.**

**5.Ağaç oluşturulur.**

* Birinci düzey: Genel amaç, kavram, fikir.
* Diğer düzeyler: Her seferinde bir basamak olmak üzere, neden, nasıl ve ne gibi soruların cevaplarından oluşur.

**Problem ağacında aşağıdan yukarı doğru ilişkiler sonuçları,yukarıdan aşağıya doğru ilişkiler nedenleri ifade eder.**

**Problem Ağacının Kullanımında Dikkatle Edilecek Noktalar**

Problem analizlerinde kullanılabilecek iki temel uygulama vardır: İlki **ana problem** **metodu**, burada problemler ya da sınırlılıklar gruptan gelecek fikirlere göre şekillenir ve sonuçta bir ana problem ve bunun neden ve etkileri ortaya konulur. Diğeri ise **hedefe yönelik metotlar**dır. Bu metotta başlangıçta geniş anlamda; bir temel amaç, verilir daha sonra fikirler bir neden-sonuç mantığı içerisinde

**PROGRAM AMAÇLARININ BELİRLENMESİ**

 Yayım/danışmanlık programlarının sonucunda bireyler, gruplar veya topluluklarda bir takım davranış değişiklikleri beklenir. Bu beklentiler amaçlar bölümünde yer alan ifadelerden oluşur.

* değerlendirilir. İki yöntemde aynı oranda pratik ve kullanılabilir yöntemlerdir, seçim kişisel ilgilere bağılıdır.

**Amaçların Analizi**

Problem ağacı tamamlandıktan sonra **amaç ağaçları** hazırlanmalıdır. Problem ağacı, problemler arasındaki neden-sonuç ilişkilerini gösterirken, amaç ağaçları, araç-sonuç ilişkilerini göstermektedir. Böyle bir yapı, projenin mantıksal bir matris çerçevesinde tanımlanması sonucunu doğurur.

**KONU 20 – BAKANLIK**

BAKANLIK

\* merkez, \*taşra \* yurt dışı teşkilatından oluşur.

BAĞLI KURULUŞLAR: 1.tarım reformu genel müd. 2. atatürk orman çiftliği müd.

**Tarımsal Üretim Ve Geliştirme Genel Müdürlüğü (TÜGEM)**
Görevlerimiz
\*Tarımsal ve kırsal kalkınma projelerinin uygulanmasını sağlamak,
\* Üretim kaynaklarının yönetimi, tarımsal projelerin hazırlanması ve desteklenmesi,
\* Tarımsal girdilerin teminine yönelik tedbirleri almak ve koordinasyonu sağlamak,
\* Taşra kuruluşlarına destek,
\* Kamuya ait yabani fıstıklık, zeytinlik..., sakızlık, harnupluk, fundalık, makilik, çayır ve meraların geliştirilmesi amacıyla altyapı tesislerinin imar ve ıslahı

**KORUMA KONTROL GENEL MÜDÜRLÜĞÜ (KORGEM)**
Temel Görevler
Hayvan Sağlığı ve Karantina
Bitki Sağlığı ve Karantina
Gıda tescil, Ruhsatlandırma ve denetim
Yem tescil, Ruhsatlandırma ve denetim
Tohum tescil
Veteriner ve Zirai İlaç Ruhsatlandırma
Su ürünleri avcılığını düzenleme
Su ürünleri sağlığı
Çevre koruma
Afetlerde yardımları düzenleme

**Gıda ve Kontrol Genel Müdürlüğünün görevleri şunlardır:**

\* Güvenilir gıda ve yem arzını sağlamak, bu amaçla politikalar oluşturmak ve denetlemek.

\* Gıda, gıda katkı maddeleri ve gıda ile temasta bulunan madde ve malzemelerin üretim, işleme ve pazarlama ile ilgili süreçlerin her aşamasındaki izlenebilirliğine yönelik esasları belirlemek.

\* Gıda, gıda katkı maddeleri ve gıda ile temasta bulunan madde ve malzemeleri üreten işyerlerinin niteliklerini ve bunlara ilişkin izin ve kayıt esaslarını belirlemek, bunların izin ve kayıt işlemlerini yapmak, bu işyerlerini gıda siciline kaydetmek, üretim ve satış yerlerinin kontrol ve denetimlerini yapmak veya yaptırmak.

\* Gıda, gıda katkı maddeleri ve yemler ile gıdayla temasta bulunan madde ve malzemelerin giriş ve çıkış gümrük kapılarını, ilgili kurumların görüşlerini alarak tespit ve ilan etmek; veteriner sınır kontrol noktalarını ve bunların çalışma esaslarını belirlemek.

\* Yem ve yem katkı maddelerinin tescili, satışı ve denetimi ile ilgili esasları belirlemek ve denetlemek.

\* Yem ve yem katkı maddelerinin üretimini ve satışını yapan işletmelerin onay verme esaslarını belirlemek ve onay verme işlemlerini yapmak.

\* Hayvan kimlik sistemini kurmak ve hayvan hareketlerini kontrol etmek.

\* Canlı hayvan, bitki, hayvansal ve bitkisel ürünler ile gıda ve yemin dış ticareti ile ilgili sağlık şartlarını belirlemek, sınır kontrol noktalarını ve bunların çalışma esaslarını belirlemek ve yürütmek.

\* Bitki, hayvan, gıda ve yem güvenirliğini gözeterek tüketiciyi ve halk sağlığını korumak amacıyla tedbirler almak.

\* Hayvan refahını sağlamaya yönelik çalışmalar yapmak.

\* Hayvan ve bitki sağlığı ile gıda ve yem konusunda faaliyet gösteren laboratuarların belgelendirilmesine yönelik esasları belirlemek ve bunları denetlemek.

\* Hayvansal ürünlerin işlenmesi ve pazarlanmasına ilişkin kontrol ve takip işlemlerini yapmak ve buna ilişkin esasları belirlemek.

\* Hayvan hastalıkları ile mücadele ve hayvan sağlığı hizmetlerini yürütmek ve buna ilişkin esasları belirlemek.

\* Hayvan sağlığında kullanılan tedavi edici ve koruyucu maddeler ile bunların etken ve yardımcı maddelerinin imal, satış, taşıma ve muhafaza şartlarını tespit ve ilan etmek.

\*Hayvan sağlığı, teşhis ve tedavi hizmetleri ile ilgili faaliyet gösteren kurum ve kuruluşlar ile hayvan satış, kesim ve eğitim yerleri ve barınaklara ilişkin esasları belirlemek.

\* Bitki sağlığını korumak, bitki hastalıkları ve zararlıları ile mücadele etmek ve buna ilişkin esasları belirlemek.

\* Bitki pasaport sistemini kurmak, bitki ve bitkisel ürün hareketlerini kontrol etmek, bitkisel korumada kullanılan ürünlerin norm ve özellikleri ile onay verilmesine ilişkin esasları belirlemek, onay verme ve kontrol işlemlerini yapmak.

\* Bitki ve hayvan sağlığı ile gıda ve yem güvenirliğini sağlamak amacıyla risk yönetimi esaslarını belirlemek, risk değerlendirmesi yapmak ve risk iletişimini sağlamak.

\* Hayvan ve bitki sağlığının korunması ile gıda ve yem kontrolünde görevlendirilecek personelin niteliklerini, çalışma usul ve esaslarını belirlemek.

\* Bu maddede belirtilen görevler ile ilgili yayım faaliyetlerinin koordinasyonunda yardımcı olmak.

**Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü**

Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğünün görevleri şunlardır:

a) Bitkisel ürünlerde üretimi, verimliliği ve çeşitliliği artırmak.

b) Bitkisel üretimde kullanılan girdilerin ve üretim teknolojilerinin kullanımının uygunluğunu ve standartlarını belirlemek ve denetlemek.

c) Bitkisel üretimi, tarım ve sanayi sektörü ile entegrasyonunu sağlayacak şekilde yönlendirmek.

ç) İnsan sağlığını ve ekolojik dengeyi gözeterek yeni üretim şekilleri belirlemek, bunları desteklemek, yaygınlaştırmak ve görev alanına giren faaliyetler sonucu ortaya çıkabilecek kirliliğin önlenmesine yönelik ilgili kurumlarla koordinasyonu sağlamak.

d) Çayır, mera, yaylaklar ve kışlakların ıslah ve muhafazasını sağlamak, korumak ve gerekli tedbirleri almak.

e) Bitkisel üretim ile ilgili bilgi sistemlerini kurmak ve kullanılmasını sağlamak.

f) Tarım havzalarının faaliyet ve işleyişi ile ilgili hizmetleri yürütmek.

g) Bakan tarafından verilen benzeri görevleri yapmak.

**Hayvancılık Genel Müdürlüğünün görevleri şunlardır:**

a) Hayvancılığı geliştirmek, teşvik etmek ve teşvik esaslarını belirlemek.

b) Hayvansal üretim girdileri ile hayvancılık işletmelerinin niteliklerini ve bunlara ilişkin izin ve onay esaslarını belirlemek, izin ve her türlü onay işlemlerini yürütmek.

c) Yüksek vasıflı hayvan ırklarını yaygınlaştırmak.

ç) Hayvansal üretimin insan sağlığı ve ekolojik dengeyi koruyucu yöntemlerle yapılmasına ilişkin çalışmalar yapmak ve bunları denetlemek.

d) Hayvansal üretimin artırılmasına yönelik faaliyetlerde bulunmak.

e) Hayvansal üretim ve geliştirme projeleri ile ilgili çalışmalar yapmak.

f) Hayvan ıslah programları uygulamak ve uygulatmak.

g) Damızlık hayvan ithalat ve ihracatında teknik kriterleri belirlemek ve yürütmek.

ğ) Hayvancılıkla ilgili bilgi sistemi oluşturmak.

h) Hayvansal ürünlerin pazarlanması ile ilgili çalışmalar yapmak.

**Balıkçılık ve Su Ürünleri Genel Müdürlüğünün görevleri şunlardır:**

a) Denizlerde ve iç sularda sürdürülebilir balıkçılık ve su ürünleri yetiştiriciliği ile avcılığının esaslarını belirlemek ve bunları teşvik etmek.

b) Balıkçı barınakları ve balıkçılık altyapı tesisleri kurulması, işletilmesi ve denetlenmesine ilişkin usûl ve esasları belirlemek ve denetimini yapmak.

c) Balıkçılık ve su ürünleri kaynaklarını korumak, koruma, üretim ve yetiştiricilik alanlarını belirlemek ve bu alanları zararlardan koruyacak tedbirleri almak.

ç) İthal ve ihraç edilecek balıkçılık ve su ürünleri ile girdilerine ilişkin esasları belirlemek.

d) Balıkçılık ve su ürünleri üretim kaynaklarının geliştirilmesi ve verimliliğin arttırılması ile ilgili faaliyetlerde bulunmak, kontrol ve denetimleri yapmak ve yaptırmak.

e) Balıkçılık ve su ürünleri üretiminin ve verimliliğin arttırılması için gerekli girdilerin tedarikine ilişkin tedbirleri almak.

f) Balıkçılık ve su ürünleri yetiştiriciliğine uygun istihsal sahalarına ilişkin esasları belirlemek, istihsal vasıtalarının asgari vasıf ve şartlarını, kiralanma ve kullanılma esaslarını belirlemek.

g) Balıkçılık ve su ürünleri üretim, geliştirme ve araştırma projeleri ile ilgili çalışmalar yapmak.

ğ) Balıkçılık ve su ürünleri avcılığı ve yetiştiriciliği ile ilgili bilgi sistemi oluşturmak.

**Tarım Reformu Genel Müdürlüğünün görevleri şunlardır:**

\* Rekabetçi bir tarım sektörünün oluşturulması, fiziki potansiyelin, çevre ve arazinin geliştirilmesi, kırsal alanlardaki yaşam kalitesinin ve ekonomik çeşitliliğin iyileştirilmesi, yerel kırsal kalkınma kapasitesinin oluşturulması için programlar hazırlamak, uygulamak ve izlemek.

\* Tarımsal ve kırsal kalkınma desteklerinin uygulanmasına ilişkin gerekli işlemleri yapmak, kontrol etmek ve ödemeler arasındaki uyumu sağlamak.

\* Üreticilerin bilgi düzeyini yükseltmek; kooperatif, birlik ve diğer üretici örgütlerinin kurulmasına izin vermek; kooperatif, birlik, oda, üretici örgütleri ve bunların iştiraklerini denetlemek, desteklemek; bunların eylem ve işlemlerinin hukuka uygun olarak sonuçlandırılması için gerekli tedbirleri almak.

\* Toprak ve sulama suyu analiz laboratuarlarının kuruluş esaslarını belirlemek; arazi, toprak, su kaynakları ile ilgili analizleri ve toprak, arazi ve su sınıflandırması yapmak.

\* Arazi edindirme işlemlerini yapmak, tarımsal arazilerin parçalanmasını önlemek, arazi düzenlemesi ve toplulaştırması yapmak ve yaptırmak.

\* Tarımsal mekanizasyon konusunda politika ve stratejileri tespit etmek, plan ve projeler hazırlamak ve uygulamaya aktarılmasını sağlamak, tarımsal mekanizasyon düzeyinin yükseltilmesi için gerekli çalışmaları yapmak

**Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğünün görevleri şunlardır:**

\*Ulusal kalkınma planları doğrultusunda tarımsal araştırma ve geliştirme stratejilerini ve önceliklerini belirlemek, projeler hazırlamak, hazırlatmak, uygulamak ve uygulatmak.

\*Çeşit ve ırk geliştirmek, tescil ettirmek ve bunların nüve materyallerini üretmek.

\* Yerli gen kaynaklarını korumak ve geliştirmek, gen kaynaklarına erişim ve bunların yararının paylaşımını sağlamak; yetkilendirme, izleme ve denetleme çalışmalarını yapmak.

\* Tarımsal ürün piyasalarındaki ulusal ve uluslararası gelişmeleri izlemek, Bakanlığın görev alanına giren konularda araştırmalar yapmak ve yaptırmak.

\* Toprak ve su kaynaklarının geliştirilmesi ve rasyonel kullanımı amacıyla araştırmalar yapmak.

\* Bakanlığa bağlı araştırma kuruluşlarının araştırma hedeflerini belirlemek ve bu kuruluşları denetlemek.

\* Hayvan ve bitki hastalıklarında kullanılan aşı, serum, biyolojik ve kimyasal maddeler ile koruma ilaçları hakkında ve bunların bileşimine giren etkili ve yardımcı maddeler konusunda araştırmalar yapmak.

\* Denizlerde ve iç sularda su ürünlerine ilişkin bilimsel araştırmalar yapmak ve yapılmasını desteklemek.

\* Gıda, yem ve mekanizasyon konusunda araştırmalar yapmak.

\* Ulusal ve uluslararası alanda araştırma-geliştirme faaliyetleri yürütmek ve bu kapsamdaki projeleri desteklemek.

**Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Genel Müdürlüğünün görevleri şunlardır:**

\* Bakanlığın Avrupa Birliği ile ilişkilerini yürütmek ve Avrupa Birliğine uyum çalışmalarında koordinasyonu sağlamak.

\*Bakanlığın yabancı ülkeler ve uluslararası kuruluşlar ile ilişkilerini yürütmek ve bu konuda koordinasyonu sağlamak.

\* Bakan tarafından verilen benzeri görevleri yapmak

**Eğitim, Yayım ve Yayınlar Dairesi Başkanlığının görevleri şunlardır:**

\* Bakanlığın görev alanına giren konularda görsel, işitsel ve yazılı dokümanların basım ve yayımını yapmak veya yaptırmak.

\* Eğitim amacıyla Bakanlığın görev alanıyla ilgili her türlü bilgi ve belgeyi toplamak, değerlendirmek, yayımlamak, film, slayt, fotoğraf ve benzeri belgeleri hazırlamak veya hazırlatmak, bu konulara ilişkin arşiv, dokümantasyon ve kütüphane hizmetlerini yürütmek.

\*Bakanlığın görev alanına giren konularda her türlü eğitim faaliyetini yapmak veya yaptırmak.

\* Bakanlığın görev alanına giren alanlarda yapılacak yayınlar hakkında ilgili kamu kurum ve kuruluşları ile özel kuruluşlarla işbirliği yapmak.

\* Çiftçi eğitimi, tarımsal yayım ve danışmanlık hizmetlerini yürütmek.

**KONU 21 – YÖNETMELİK**

**Cezalar**

 Tarımsal danışmanlık hizmeti veren kişi ve kuruluşlara, bu Yönetmeliğe aykırı davranışları nedeniyle verilecek cezalar aşağıda belirtilmiştir.

\* Uyarma: Yukarıda belirtilen kişi ve kuruluşlara, mesleğin yürütülmesinde daha dikkatli davranması gerektiğinin yazı ile bildirilmesidir.

\* Kınama: Yukarıda belirtilen kişi ve kuruluşlara, görevinde ve davranışlarında kusurlu olduğunun yazı ile bildirilmesidir.

\* Sertifikanın/yetki belgesinin geçici olarak alıkonulması: Yukarıda belirtilen kişi ve kuruluşların altı aydan az, bir yıldan fazla olmamak üzere, geçici olarak danışmanlık faaliyetinden alıkonulmasıdır.

\* Sertifikanın/yetki belgesinin iptali: Yukarıda belirtilen kişi ve kuruluşların, yetki belgelerinin ve sertifikalarının bir daha geri verilmemek üzere alınarak, danışmanlık faaliyeti yapmalarına izin verilmemesidir

**Uyarma cezası aşağıdaki durumlarda verilir.**

\* Tarımsal işletme sahiplerinin ve sözleşme yapılan kuruluşların tarımsal danışmanlık faaliyetleri ile ilgili işlerine karşı kayıtsız ve ilgisiz kalmak.

\* Çalıştırdığı tarım danışmanlarının, mesleğin vakar ve onuru ile bağdaşmayan işler yapmasına neden olmak veya bilerek izin vermek veya bu eyleme göz yummak.

\* Diğer tarım danışmanları veya kamu dışı yayım ve danışmanlık hizmeti veren kuruluşlar hakkında, ilgili kuruluşlara asılsız ihbar veya şikayettebulunmak.

\* Bakanlıkça istenen; bilgi, belge, program ve raporları il müdürlüğüne vermemek.

 \*Yukarıda sayılanlar dışında, mesleğin vakar ve onuruna aykırı davranışlarla, hizmetin gerektirdiği güveni sarsıcı hareketlerde bulunmak.

**Kınama cezası, aşağıdaki durumlarda verilir.**

\* Üç yıllık bir dönem içinde uyarma cezası gerektiren eylemleri ikinci kez yapmak.

\*Bakanlıkça yayımlanan, genelge, yönerge ve teknik talimat hükümlerine aykırı olarak, meslek disiplinini bozucu hareketlerde bulunmak.

\*Yazılıhizmet sözleşmesi yapmadan iş kabul etmek.

\* Başka meslek mensupları veya kamu dışı yayım ve danışmanlık hizmeti veren kuruluşlar ile sözleşmesi bulunan tarımsal işletme sahiplerine bilerek iş önermek ve diğer tarım danışmanları veya kamu dışı yayım ve danışmanlık hizmeti veren kuruluşlar hakkında olumsuz yorumlarda bulunmak.

\*Görev ve sorumluluk almadan, diğer tarım danışmanlarının veya kamu dışı yayım ve danışmanlık hizmeti veren kuruluşların sorumluluğundaki işlerle ilgili görüşbildirmek, uygulamaları hakkında tarımsal işletme sahiplerine karşı olumsuz eleştiriler yapmak.

\*Tarımsal danışmanlık hizmetlerinin gereği gibi yürütülmesini sağlayacak şekilde; Bakanlık tarafından belirlenen sınırların üzerinde tarımsal işletme sahipleri ve kuruluşları ile sözleşme imzalamak.

\* Kasıt olmaksızın gerekli özen ve titizlik yeterince gösterilmeden; Bakanlık düzenlemelerine ve ilan olunmuş norm ve standartlara aykırı olarak sözleşme imzalamak.

\* Bakanlıkça yayınlanan diğer hukuki düzenlemelere ve zorunlu meslek kararlarına uymamak.

**Cezaların uygulanması**

\* Cezalarİl Teknik Komitesi ve Başkanlık tarafından verilir.

\*İl Teknik Komiteleri tarafından verilen cezalara itiraz mercii Merkez Teknik Komitesidir. Merkez Teknik Komitesinin ve Başkanlığın aldığı kararlar kesindir.

\*Sertifikanın/yetki belgesinin geçici olarak alıkonulması ve sertifikanın/yetki belgesinin iptali cezalarını alan kişi veya kuruluşlar; yapmış olduklarısözleşmeleri, cezanın kesinleşme tarihinden itibaren 15 gün içerisinde faaliyet gösterdiği ildeki il müdürlüğüne teslim eder. İl müdürlüğü bu durumu tarımsal işletme sahiplerine bildirir.

\* Sertifikanın/yetki belgesinin geçici olarak alıkonulması ve sertifikanın/yetki belgesinin iptali cezalarının, kesinleşmesinden sonra bu kişi ve kuruluşlar işkabul edemezler. Önlem olarak sertifikalar ve yetki belgeleri geri alınır.

**Cezalar ile ilgili yasaklara uymama**

MADDE 30– (1) Sertifikanın/yetki belgesinin geçici olarak alıkonulması ve sertifikanın/yetki belgesinin iptali cezalarınıalanlar; bu yasakların gereklerini cezanın tebliğini müteakip en geç bir hafta içerisinde yerine getirirler. Bu gerekleri yerine getirmeyenler hakkında Bakanlık tarafından Cumhuriyet Savcılığına suç duyurusunda bulunulur.

\* Kamu dışı yayım ve danışmanlık kuruluşlarının desteklenmesi ile desteklemelerin doğrudan danışmanlık hizmeti alan tarımsal işletmelerin sahiplerine ve üretici örgütlerine yapılması durumunda gerekli başvuru belgeleri, destekleme miktarları, destekleme şekilleri 5488 sayılı Kanun kapsamında belirlenir.

**Sertifikanın/yetki belgesinin geçici olarak alıkonulması cezası aşağıdaki hallerde verilir.**

\* Üç yıllık bir dönem içinde kınama cezası gerektiren eylemleri ikinci kez yapmak.

\* Görevlerini yürütürken mesleki tarafsızlığın korunabilmesi için, mesleki karar ve tavsiye verme özgürlüğünü tehlikeye sokacak kurum, kuruluş ve kişiler ile ilişki kurmak.

\* Bu Yönetmelikte belirtilen tarımsal girdilerin alımı ve satışıyla ilgili ticari faaliyet yasağına uymamak.

\* Hizmet sözleşmeleri ile ilgili olarak, Bakanlık düzenlemelerindeki ilke ve kurallara kasten aykırı davranmak.

\* Bu Yönetmelikte belirtilen gizlilik yükümlülüğüne uymamak.

\*Sahip olunmayan unvanları ve yetkileri kullanmak,

\*Tarımsal danışmanlık hizmetleri ile ilgili resmi kurumlara gerçeğe aykırıbeyanda bulunmak.

**Sertifikanın/yetki belgesinin iptali cezası aşağıdaki hallerde verilir.**

\* Beş yıllık dönem içinde iki defa sertifikanın/yetki belgesinin geçici olarak alıkonulması cezası ile cezalandırıldıktan sonra bu cezayı gerektiren eylemi yeniden işlemek.

\*Tarımsal danışmanlık hizmetlerinin yürütülmesi sırasında, meslek dolayısıyla işlenen suçlardan dolayı taksirli suçlar hariç olmak üzere altı aydan fazla hapis cezası ile cezalandırılmış olmak.

\*Danışmanlık sertifikasını/yetki belgesini herhangi bir şekilde bir başkasına kullandırmak.

\*Başka tarım danışmanlarının ve danışmanlık hizmeti veren kuruluşların ad ve unvanlarını kullanarak sözleşme imzalamak ve hizmet vermek.

\*Tarım danışmanlığı sertifikası veya yetki belgesinin alınması koşullarının taşınmadığının sonradan ortaya çıkması veya bu

koşulları sonradan kaybetmiş olmak.

**Tarım yayımcısının/danışmanının görevleri aşağıda belirtilmiştir.**

\*Üretimin her aşamasında göreviyle ilgili konularda tarımsal işletme sahiplerine veya hizmet verdiği diğer birimlere gerekli bilgi ve becerileri kazandırmak, gerektiğinde ilgili mevzuata uygun tarımsal uygulamalar yapmak,

\*Bitkisel ve hayvansal üretime yönelik sürdürülebilir üretim teknikleri konusunda her türlü bilgi ve yeni teknolojinin hedef kitleye ulaştırılmasını sağlamak,

c) Çevrenin, doğal kaynakların ve biyolojik çeşitliliğin korunması için tarımsal işletme sahiplerini ve hedef kitleyi bilgilendirmek,

\*Tarımsal işletmelerin daha rekabetçi bir yapıya kavuşturulması ve etkin bir şekilde ürün ve hizmet pazarına yönelmelerine katkıda bulunmak,

\*İşletme ekonomisi yayımı/danışmanlığı yapmak, gerekli tavsiyelerde bulunmak,

\*İşletmelerin ekonomik analizleri, gelişim planlamaları, iş ve sermaye verimliliğinin iyileştirilmesi ve aile işletmelerine özgü sorunlar, ev ekonomisi, mekanizasyon ve bitkisel çoğaltım materyalleri ve tohumluk üretimi konularında yayım/danışmanlık yapmak,

\*Tarımda çalışanların mesleklerini daha iyi yapmaları için, gerekli kişisel gelişim ve girişimcilik eğitimlerini yapmak,

\*Görevli olduğu konularla ilgili olarak düzenlenecek eğitimlere katılmak,

\*Yayım/danışmanlık faaliyetlerinde basılı, sesli ve görüntülü kitle yayım vasıtalarından yararlanmak ve bunları hazırlamak ve hazırlanmasına katkıda bulunmak,

\* Tarımsal yayım ve danışmanlık faaliyetleriyle ilgili veri toplamak, kayıt tutmak,

\* Tarımsal üretimi kayıt ve kontrol altına alacak belgelerin düzenlenmesini sağlamak,

\* Üretici örgütlenmesi konusunda çalışmalar yapmak.

\*Güvenilir gıda arzına yönelik bilgilendirme faaliyetinde bulunmak,

**tarımsal danışmanlık hizmetlerini sunabilecek kişi ve kuruluşlar aşağıda belirtilmiştir.**

\* Bünyelerinde danışman istihdam eden üretici örgütleri ve ziraat odaları,

\*Tarımsal danışmanlık dernekleri/vakıfları,

\*Tarımsal danışmanlık şirketleri,

\*Serbest tarım danışmanları.

\* Tarımsal Danışmanlık Yetki Belgesine sahip olmayan kişi ve kuruluşlar tarımsal yayım ve danışmanlık hizmeti veremez. Aksi durumda yetkili kişilerce Cumhuriyet Savcılığına suç duyurusunda bulunulur.

**Tarımsal danışmanlık hizmetlerini sunacak kişi ve kuruluşların çalışmalarına ve sorumluluklarına ilişkin esaslar aşağıda belirtilmiştir.**

\* Tarımsal danışmanlık hizmetini sunacak kişi ve kuruluşlar, sözleşme imzaladıklarıtarımsal işletme sahiplerinin ve kuruluşlarının listelerini ve bu listelerde olacak değişiklikleri il müdürlüğüne bildirir.

\* Danışmanlık hizmeti alacak tarımsal işletme sahiplerinin ve kuruluşlarının danışmanlıkşirketleri ve serbest tarım danışmanları ile yapacakları hizmet sözleşmeleri Bakanlık tarafından hazırlanacak örnek esas alınmak suretiyle taraflarca imzalanır.

\*Tarımsal danışmanlık hizmetini sunacak kişi ve kuruluşlarının ortakları, üyeleri ve çalışanları diğer danışmanlık kuruluşlarında herhangi bir görev alamaz.

\*Serbest tarım danışmanları, tarımsal danışmanlık şirketleri ve üretici örgütlerinde hizmet sözleşmesi karşılığında çalışan danışmanlar tarımsal girdilerin satışınıveya reklamını yapamaz. Tarımsal danışmanlık şirketlerinin ortakları arasında tarımsal girdi ticaretinde bulunan şirketlerin sahibi veya ortağı bulunamaz.

\*Serbest tarım danışmanları, tarımsal danışmanlık şirketleri ve üretici örgütlerinde hizmet sözleşmesi karşılığında çalışan danışmanlar eğitimlerine uygun meslek kuruluşlarına kayıtlı olmak zorundadır.

\*Tarımsal danışmanlık hizmeti veren kişi ve kuruluşlar istihdam ettikleri danışmanların Bakanlık ve diğer kuruluşlar tarafından düzenlenecek eğitimlere katılmalarınısağlamakla yükümlüdür.

\*Tarımsal danışmanlık hizmeti veren kişi ve kuruluşlar yayım ve danışmanlık hizmetleri sırasında hiçbir şekilde siyasi propaganda yapamaz.

\* Tarımsal danışmanlık hizmeti veren kişi ve kuruluşların çalışanları, tarımsal işletme sahipleri/kuruluşlarla ilgili öğrendikleri her türlü bilgiyi gizlilik içinde tutmakla yükümlüdür. Ancak yasal olarak bildirilmesinin zorunlu olduğu durumlar ile tarımsal işletme sahibi tarafından açıklanmasında bir sakınca olmadığıyazılı olarak beyan edilen bilgiler için gizlilik zorunluluğu yoktur. Gizlilik yükümlülüğü, tarımsal işletme sahipleri ve kuruluşlarla olan sözleşmenin bitiminden sonra da devam eder.

\* Tarımsal danışmanlık şirketleri ve serbest tarım danışmanları, mesleki faaliyetlerini tanıtmak amacıyla meslek icrasına yönelik mevzuata aykırı olmamak üzere ilan verme, basılı yayın hazırlama ve dağıtma, tabela ve afiş kullanımı, elektronik araçlar, internet ve medya yoluyla tanıtım ve bilgilendirme çalışmasıyapabilir. Ancak tanıtım ve bilgilendirme çalışmalarında kullanılan ifadeler; mesleki etik kurallarına ters düşen, mesleğin itibarını zedeleyen, yanlışbilgilendirmeye yol açacak nitelikte olamaz. Bu çalışmalarda yer alan ifadeler teknik olarak çalışma alanına giren konularda ve objektif olarak kontrol edilebilir nitelikte olmak

zorundadır.

\*Tarımsal danışmanlık şirketleri ve serbest tarım danışmanları sözleşme imzaladıklarıtarımsal işletme sahiplerinin ve kuruluşlarının işlerini başkalarına devredemez.

\* Tarımsal danışmanlık hizmeti veren kişi ve kuruluşlar, sözleşmenin sona ermesi veya feshedilmesi halinde görev konusu ile ilgili her türlü kayıtlı bilgi, belge ve dokümanı üç yıl süreyle muhafaza etmek ve tarımsal işletme sahibi veya kuruluşun talebi halinde ilgili kişi veya kuruluşa vermek zorundadır. Ancak tarımsal danışmanlık hizmeti veren kişi ve kuruluşlar, sözleşmenin tarımsal işletme sahibi, kuruluş veya üretici örgütünün sözleşmeden kaynaklanan sorumluluklarını yerine getirmemesi nedeniyle feshedildiği durumlarda bu yöndeki talepleri reddedebilir.

\* Tarımsal danışmanlık hizmeti verecek kişi ve kuruluşlar hizmet sözleşmelerinin imzalanmasında Merkez Teknik Komite tarafından belirlenen tarımsal işletme sayıları ve üretim alanları ile ilgili sınırlamalara uymak zorundadır.

\* Tarımsal danışmanlık hizmeti veren kişi ve kuruluşların hizmetleri karşılığında tarımsal işletme sahiplerinden sözleşmede yer alan hususlara ait olanlar dışında herhangi bir ücret almaları yasaktır.

\* Bakanlık, belirlenecek faaliyet konularında ve bölgelerde, bu Yönetmelik kapsamında yetkilendirilmiş tarımsal danışmanlık

hizmeti veren kişi ve kuruluşlardan tarımsal danışmanlık hizmeti satın alabilir.

\* Tarım danışmanları/danışmanlık şirketleri çiftçiye tavsiyelerini yazılı olarak yaptıklarını belgelendirmek zorundadır. Hatalı tavsiye, uygulama ve görevi ihmal etmeleri durumunda, çiftçilerin uğrayacağı zararlardan tavsiyeyi yapan tarım danışmanlık hizmeti sunan kişi ve kuruluşlar sorumludur.

\* Bu Yönetmelik çerçevesinde yetkilendirilen tarım danışmanları ve uzman tarım danışmanları kendi meslek gruplarına ait yürürlükteki hukuki düzenlemeler çerçevesinde hizmet verir.

**Sertifikaların vize edilmesi**

(1)(Değişik:RG-11/3/2009-27166)Sertifikalar üç yılda bir vize ettirilmek zorundadır. Vize başvurusu yapan kişinin bu süre içerisinde tarımsal konularda en az iki eğitime katıldığınıbelgelemesi gerekir.

(2) (Değişik:RG-8/11/2012-28461)(2)Süresi bitiminde vize ettirilmeyen sertifikalar geçerliliğini kaybeder. Sertifikasını vize ettirmeyen kişiler yeniden sertifika almak istediğinde sınava girmek zorundadır.

(3) Sertifikanın geçici olarak alıkonması cezasının verilmesi durumunda bu kişiler, sertifikalarını cezanın bitimini müteakip en geç bir hafta içerisinde vize ettirirler.

(4) (Değişik:RG-8/11/2012-28461)(2)Tarım danışmanı/tarım yayımcısı sertifikalarının vize işlemi bulunduklarıil müdürlüklerince, Bakanlık merkez teşkilatında çalışanların tarım yayımcısı sertifikalarıile tarımsal yayım ve danışmanlık eğitimi eğitici belgelerinin vize işlemi ise Başkanlık tarafından yapılır.

Bakanlık tarafından belirlenecek usul ve esaslar dahilinde tarım danışmanıistihdam eden üretici örgütlerine, ziraat odalarına, tarımsal danışmanlık derneklerine/vakıflarına, tarımsal danışmanlık şirketlerine ve serbest tarım danışmanlarına bu Yönetmeliğin Ek-4’ünde örneği bulunan tarımsal danışmanlık yetki belgesi verilir.Yetki belgesi verilen kişi ve kuruluşlar bu yetkilerini bir başka kişi ve kuruluşa devredemezler.

Tarımsal danışmanlık yetki belgesi sahibi kişi ve kuruluşlardan üç yıl süreyle tarımsal danışmanlık hizmeti yapmayanların, danışmanlık hizmeti sunmaktan vazgeçenlerin ve bu Yönetmelik hükümlerine uymayanların tarımsal danışmanlık yetki belgeleri iptal edilir. Bu kişi ve kuruluşlardan 3 yıl süreyle tarımsal danışmanlık hizmeti yapmayanlar ve danışmanlık hizmeti sunmaktan vazgeçenler 1 yıl süreyle; 28 inci madde kapsamında ceza alanlar ise 5 yıl süreyle tarımsal danışmanlık yetki belgesi talebinde bulunamazlar