

Long...
360205001
Turkcell-6277736

TARIMSAL YAYIM VE HABERLEŞME

Yrd.Doç.Dr. Orhan ÖZÇATALBAŞ - Prof.Dr. Yaşar GÜRGEN

Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi
Tarım Ekonomisi Bölümü Öğretim Üyeleri

ADANA - 1998

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
1. GİRİŞ	1
1.1. Tarımsal Yayımın Eğitimsel Özelliği	3
1.2. Tarımsal Yayımın Önemi	3
1.3. Tarımsal Yayımın Tanımı ve Kapsamı	5
1.4. Yayımın İşlevi	7
1.5. Tarımsal Yayımın İlgili Alanları	10
1.5.1. Üretim Tekniğine İlişkin Konular	11
1.5.2. Tarımsal İşletmeciliğe İlişkin Konular	15
1.5.3. Tarımsal Pazarlamaya İlişkin Konular	17
1.5.4. Doğal Kaynakları Koruma ve Kullanma Konuları	19
1.5.5. Gençlik Eğitimine İlişkin Konular	22
1.6. Tarımsal Yayımın Amaçları	23
1.6.1. Tarımsal Yayımın Temel Amacı	24
1.6.2. Tarımsal Yayımın Genel Amaçları	24
1.6.3. Tarımsal Yayımın İş Amacı	26
1.7. Tarımsal Yayımın Yöntem	28
1.8. Tarımsal Yayımın Stratejisi	29
2. TARIMSAL YAYIM İLKELERİ	31
3. EĞİTİM VE YAYIM	37
3.1. Eğitim ve Sosyal Değişim İlişkisi	39
3.2. Eğitim ve Ekonomik Kalkınma İlişkisi	42
3.3. Yetişkinler ve Yetişkin Eğitiminin Özellikleri	46
3.4. Tarımsal Yayımın Eğitimi	50
3.4.1. Tarımsal Yayımın Elemanlarının Eğitim Zorunluluğu	50
3.4.2. Yayımın Yönelik Eğitim Konuları	53
3.4.3. Eğitim Şekilleri	56
3.4.3.1. Uzmanlık Eğitimi	56
3.4.3.2. Pratik Kurslar	57
3.4.3.3. İş Yerinde Eğitim	57
3.5. Yayımın Kullandığı Bilginin Kaynakları	58
4. DÜNYA'DA TARIMSAL YAYIM	61
4.1. Yayım Birimlerinin Kuruluşu	61
4.2. Yayım Faaliyetini Yürüten Kuruluşların Yasal Durumu	63
4.3. Yayım Kuruluşlarının Üreticilere Ayırdıkları Zaman ve Kaynaklar	64
4.4. Kullanılan Yayım Yöntemleri	65
4.5. Yayım Faaliyetleri ve Sonuçları	65
4.6. Araştırma ile Yayım Bağlantısı	67
4.7. İzleme ve Program Değerlendirme	67
4.8. Yayımın İnsan Kaynakları	69
4.8.1. Yayım Elemanı Varlığı	69
4.8.2. Yayım Personelinin Çalışma Alanları	70

4.8.3. Konu Uzmanları	72
4.8.4. Yayım Elemanlarının Dağılımı	73
4.8.5. Yayım Ayrılan Zaman	74
4.8.6. Yayım Elemanlarının Eğitimsel Nitelikleri	74
4.8.7. Bir Yayıncıya Düşen Çiftçi Sayısı ve Alan	76
4.9. Tarımsal Yayım Harcamaları ve Yeterliliği	78
5. TÜRKİYE'DE TARIMSAL YAYIM	81
5.1. Tarımsal Nüfus ve Tarımsal Yayım	81
5.2. Tarımsal Nüfus ve Eğitim Durumu	81
5.3. Cumhuriyetin İlk Yıllarında Tarımsal Yayım	83
5.4. Yayım Faaliyetinde Bulunan Kuruluşlar	90
5.5. Tarımsal Yayım ve Uygulamalı Araştırma Projesi	91
5.5.1. TYUAP'ta Organizasyon ve Yönetim	92
5.5.1.1. Merkez Birimleri	92
5.5.1.2. Taşra Birimleri	96
5.6. Kamu Yayım Uygulamalarında Karşılaşılan Sorunlar	101
5.7. Bazı Örnek Yayım Çalışmaları	108
5.7.1. Önder Çiftçi Projesi	108
5.7.2. Yaygın Çiftçi Eğitim Projesi	115
5.7.3. GAP Yöresi Eğitim ve Yayım Projesi	117
5.7.4. Toros Dağ Köylere Projesi	117
5.7.5. Kadınlara Yönelik Projeler	119
6. TARIMSAL YAYIM SİSTEMLERİ VE YAKLAŞIMLARI	121
6.1. Yayım Sistemleri	123
6.1.1. Üniversitelerin Etkin Olduğu Sistemler	124
6.1.2. Üretici Örgütlerinin Etkin Olduğu Sistemler	126
6.1.3. Bakanlıkların Etkin Olduğu Sistemler	127
6.2. Yayım Yaklaşımları	129
6.2.1. Genel Tarımsal Yayım Yaklaşımı	129
6.2.2. Ürün Bazında Yayım Yaklaşımı	130
6.2.3. Eğitim ve Ziyaret Yaklaşımı	130
6.2.4. Katılımcı Tarımsal Yayım Yaklaşımı	130
6.2.5. Proje Yaklaşımı	131
6.2.6. Çiftçilik Sistemleri Araştırması Yaklaşımı	131
6.2.7. Maliyeti Paylaşım Yaklaşımı	132
6.2.8. Kurumlaştırılmış Eğitim Yaklaşımı	132
7. TARIMSAL YAYIMIN KARŞISINDAKİ ENGELLER	133
7.1. Fiziksel Engeller	134
7.2. Sosyo-Kültürel Engeller	134
7.3. Ekonomik Engeller	141
7.4. Engelleri Azaltıcı Önlemler	143
7.5. Kişilerin Engellerden Farklı Etkilenmeleri	143
8. TARIMSAL YAYIMDA ÇALIŞMA SÜRECİ	145
8.1. Durum Analizi	146
8.1.1. Bilgilerin Toplanması	147
8.1.2. Veri Toplama Yöntemleri	148

8.1.3. Anket Uygulama	154
8.1.4. Bilgilerin Değerlendirilmesi	155
8.2. Yayım Programı	155
8.3. İş Planı	158
8.4. Uygulama	159
8.5. Değerlendirme	160
8.5.1. Değerlendirme Sorunları	162
8.5.2. Değerlendirme İçin Kriter Tespiti	164
8.5.3. Yayımın Etkisinin Ortaya Konulmasında Göstergeler	165
9. ÜRETİCİ-YAYIM-ARAŞTIRMA İLİŞKİLERİ VE SORUN ÇÖZME	175
9.1. Üretici ve Ailesini Kuşatan Sorunlar	175
9.2. Yayıncı ile Üretici İlişkileri	178
9.2.1. Üreticilerin Bilinç Düzeyi ve Sorunların Çözümüne Yönelik Öneriler	178
9.2.2. Üreticilerde Davranış Tutarsızlığı ve Nedenleri	179
9.2.3. Davranış Değişimi ve Değişimin Kaynakları	181
9.2.4. Davranış Değişimi Aşamaları	188
9.3. Yayım ile Araştırma Bağı	192
9.3.1. Araştırma Bulguları ve Ekonomik Yarar	193
9.3.2. Araştırma Birimlerinin Birbirleriyle ve Yayım ile İlişkileri	195
9.4. Üretici Sorunlarına Yaklaşım ve Sorun Çözüm Aşamaları	197
10. ÖĞRETİM TEKNİKLERİ	203
10.1. Bireysel Öğretim Teknikleri	205
10.1.1. İşletme ve Ev Ziyaretleri	207
10.1.2. Büro Görüşmeleri	209
10.1.3. Telefon Görüşmeleri	211
10.1.4. Özel Mektuplar	212
10.1.4.1. Yazı Yazma Tekniği	213
10.1.4.2. Metin Oluşturma	215
10.1.5. Tarla Bayrağı	216
10.2. Grupsal Öğretim Teknikleri	217
10.2.1. Gösteriler	220
10.2.1.1. Gösterinin Planlanması	224
10.2.1.2. Planlamada Aşamalar	224
10.2.1.3. Gösterinin Hazırlanması	237
10.2.1.4. Gösterinin Uygulanması	241
10.2.2. Tarla Günleri ve Gezileri	249
10.2.3. Çiftçi Kursları	250
10.2.4. Yarışmalar	252
10.2.5. Toplantılar	252
10.2.5.1. Toplantılarda Dikkat Edilecek Konular	253
10.2.5.2. Toplantı Çeşitleri	255
10.2.6. Yayım Kampanyaları	259
10.3. Kitleli Öğretim Teknikleri	264
10.3.1. Kitleli Tekniklerin Etkinlikleri	267

10.3.1.1. Televizyon Yayıncılığı	268
10.3.1.2. Radyo Yayıncılığı	270
10.3.1.3. Yazılı Yayıncılık	273
11. HABERLEŞME VE YAYIM ARAÇLARI	281
11.1. Araçların Etkinlikleri	283
11.2. Kullanımda Dikkat Edilecek Konular	285
11.2.1. Öğretim Faaliyetlerine Uygun Araçların Kullanımı	286
11.2.2. Amaca ve Guruba Uygun Aracı Seçilmesi	287
11.3. Bazı Araçlar	288
11.3.1. Filmler ve Slaytlar	288
11.3.2. Tepegöz	289
11.3.3. Afişler	289
11.3.4. Video ve Televizyon	291
11.3.5. Bilgisayar	291
11.3.6. Etkileşimli Video	292
12. HABERLEŞME	293
12.1. Haberleşmenin Tanımı	294
12.2. Haberleşme Süreci ve Unsurları	296
12.2.1. Kaynak ve Özellikler	298
12.2.2. Haber	301
12.2.3. Kanal	302
12.2.4. Alıcı	303
12.3. Sözlü ve Sözsüz Haberleşme	304
12.3.1. Sözlü Haberleşme	304
12.3.1.1. Konuşma	304
12.3.1.2. Dinleme	308
12.3.2. Sözsüz Haberleşme	310
12.3.2.1. Yüz İfadesi	311
12.3.2.2. Giyim Kuşam	312
12.4. Algılama	314
12.4.1. Algılamayı Etkileyen Etkenler	315
12.4.2. Algılama ile İlgili Örnekler	319
12.4.3. Ortak Deneyim Alanı	323
12.4.4. Haberleşmede Yansıma	325
12.4.4.1. Yansıma Olayı	326
12.4.4.2. Davranış Düzenlenmesinde Yansımanın Etkisi	328
12.4.5. Haberleşmede Empati	329
12.4.6. Yayında Haberleşme Davranışları	331
12.4.6.1. Dış Kültüre Açılma	331
12.4.5.2. Sosyal Katılım	332
12.4.5.3. İşbirliği ve Yardımlaşma Eğilimleri	333
12.4.5.4. Modernleşme Eğilimleri ve Geleneksellik	335
13. YENİLİKLERİN BENİMSENMESİ VE YAYILMASI	337
13.1. Yenilikler ve Tarım	337
13.2. Yenilikleri Benimseme Süreci	339

13.3. Yeniliklerin Yaşam Süreci	342
13.4. Yeniliklerin Yayılma Sürecini Etkileyen Faktörler	344
13.4.1. Toplumun Özellikleri	344
13.4.2. Yeniliklerin Özellikleri	345
13.4.2.1. Yararlılık	345
13.4.2.2. Uygunluk	346
13.4.2.3. Karmaşıklık veya Basitlik	347
13.4.2.4. Denenebilirlik	348
13.4.2.5. Gözlenebilirlik	348
13.5. Yeniliklerin Yayılması	349
13.5.1. Sosyo-Ekonomik Etkenler	351
13.5.2. Kişisel Etkenler	352
13.5.3. Haberleşme Davranışları	352
14. TARIMSAL YAYIMDA BAZI ÖZEL KONULAR	355
14.1. Yerel Önderler	355
14.1.1. Önderlerin Genel Özellikleri	356
14.1.2. Önderlik Biçimleri	357
14.1.3. Yerel Önderlerin Özellikleri	359
14.1.4. Yerel Önderlerden Yararlanma	360
14.2. Seçilmiş Çiftçiler	360
14.3. Kadınlara Yönelik Tarımsal Yayım	362
14.3.1. Kadınların Tarımsal Faaliyetlere Katılım	364
14.3.2. Kadınlara Yönelik Yayımın Gerekliği	365
14.4. Türkiye'de Tarım Sigortalarının Yaygınlaşmasında Yayımın Önemi	365
14.4.1. Gelişme ve Uygulamalar	366
14.4.2. Yayım ve Tarım Sigortası	368
14.4.3. Kamu-Özel ve Üretici Örgütlerine Düşen Görevler	369
14.4.4. Tarım Sigortası Yayımı	372
Ekler	376
Kaynaklar	377

1.

GİRİŞ

Tarımsal yayımın geçmişi, rönasansa kadar uzanmaktadır. Bu dönemde (insan hayatı ile ilgili pratik uygulamalarda) bilimsel çalışmalara doğru bir eğilimin başladığı görülmektedir. Daha sonra yayınlanan gerek eğitim ve gerekse edebiyatla ilgili yayımlarda tarımsal konularında yer aldığı görülmektedir.

İngiltere'de önceleri bir grup bilim adamı, büyük kentlerin kenar mahallelerinde yaşayan ailelere sağlık ve beslenme ile ilgili bilgiler götürmüşlerdir. Sonradan bu tür bilgiler kırsal kesimde yaşayanlara da taşınmaya başlamıştır.

Bir grup bilim adamının başlattığı bu okul dışı eğitim faaliyetleri, sağlık ve beslenme gibi konuların dışına taşarak tarımsal konuları da kapsamaya başlamıştır. Böylece devletin ve özellikle eğitim kurumlarının olanaklarından yeterince yararlanmayan geniş halk kitlelerinin çalıştığı ve yaşadığı yerlere gidilerek onların okul dışı ortamlarda eğitilmesi önem kazanmaya başlamıştır. İlk kez 1873 yılında Cambridge Üniversitesi tarafından yayım sözcüğü, eğitim alanındaki bir yeniliği anlatmak için "extension education" olarak kullanılmıştır (Taluğ, 1977).

Daha sonra sağlık ve beslenme konularına ek olarak tarımsal faaliyetlerle ilgili bazı teknik bilgilerin de verilmeye başlanmasıyla *'extension education'* yerine, "agricultural extension" yani tarımsal yayım sözcüğü kullanılmıştır.

Amerika Birleşik Devletleri'nde 1843 yılında New York meclisi tarım komitesi çiftçilerin bilimsel bilgilerle ve pratik olarak eğitilmesi amacıyla "Meclis Tarım Topluluğu" kurulması ve bu kurumun devletin resmi organı sıfatıyla çiftçilere bilimsel ve pratik bilgiler vermesi önerilmiştir. Daha sonra gezici öğretmenler, tarımsal kalkınmayı sağlamak amacıyla göreve başlamışlardır (Swanson ve Claar, 1988). Bunu takiben çiftçilerin çiftçi kulüpleri kurmaları ve bunların faaliyetleri özendirilmiştir. Daha sonra kurulan kolejler ve üniversiteler, ABD'de tarımsal yayımın gelişmesinde çok önemli katkılar sağlamışlardır.

Bu gelişmeler izlendiğinde bugünkü anlamda ilk yayım faaliyetlerinin 1800'lü yılların ortalarında Kuzey Amerika ve Avrupa'da başladığı söylenebilir. Amerika ve Avrupa dışındaki üçüncü dünya ülkelerinde tarımsal yayım faaliyetlerinin özellikle 1950 yıllarından sonra yayılmaya başladığı görülmektedir. Buna rağmen 1950 sonu ve 1960'lı yılların başlarında, birçok gelişmekte olan ülkede, yayım sistemlerinin kurulması için harcanan çabaların tam anlamıyla başarılı olmadığı gözlenmiştir. Bu nedenle gelişmekte olan ülkelerin yayım sistemlerinin yenilenmesiyle ilgili çalışmalarının 1970'li yıllardan sonra giderek hız kazandığı görülmektedir. Örneğin, 1910 öncesi dünyada yalnızca 14 tane tarımsal yayım faaliyeti gösteren kuruluş varken, 1989 yılında 198 kuruluşu ulaşmıştır. Özellikle 1970-1989 döneminde kurulan veya yeniden organize edilen yayım kuruluşların (99) sayısının, bugünkünün yarısına eşit olması (Swanson ve ark, 1990) son 20 yılda yayım çalışmalarının öneminin daha iyi kavrandığını ve gerekliliğine inancın arttığını göstermektedir.

Türkiye'de ise kamu kesimi tarımsal yayım konusunda 1940'ların başında iller düzeyinde örgütlenmeye başlamıştır

(Anonim, 1994a). Böylece tarımsal yayımın 1940'lı yıllarda kurumsallaştığı söylenebilir.

1.1. Tarımsal Yayımın Eğitimsel Özelliği

Yayımın kırsal alanda yaşayanlara eğitimsel hizmetlerle yardımcı olması, bu faaliyetin eğitimsel yönünü ortaya koymaktadır. Ekonomik ve toplumsal kalkınmanın ayrılmaz bir parçası olan eğitim, çeşitli yaş ve toplumsal kümelerde, toplumsal ve ekonomik değişimleri gerçekleştirmek, bireysel ve ulusal düzeyde toplumun gelişmesini sağlamak amacıyla, davranış ve becerileri geliştirmek ve bilginin yayılmasını sağlamak için gönüllü ve örgütlenmiş eylemleri kapsamaktadır (Adem, 1977). Birey açısından eğitim ise, bireyin sahip olduğu gizil güçlere işlerlik kazandırılarak, kendi yaşantıları yoluyla davranışlarında bilinçli olarak, arzu edilen yönde değişimleri meydana getirme sürecidir. O halde tarımsal yayım; bir eğitimsel süreç içinde kırsal kesimde yaşayanlara yardımcı olmayı amaçlayan faaliyet yada hizmettir.

Buna göre tarımsal yayım eğitimi, kırsal kesimde yaşayan bireylerin eğitim ihtiyacını karşılamak ve yayım hizmetinin ulaştırılacağı kişilere, doğruluğu kanıtlanmış güvenilir bulgu ve bilgilerin belirli bir formda bilinçli olarak iletilmesini gerektirmektedir (Van Den Ban ve Hawkins, 1988).

1.2. Tarımsal Yayımın Önemi

Gelişmekte olan ülkelerin bir çoğunda tarım sektörü bugün ekonominin önemli bir sektörü olma özelliğini korumaktadır. Hatta bu ülkeler için yapılan bazı genellemelerde, bunların ekonomilerinin gelişebilmesinin önemli ölçüde tarım sektörünün gelişmesine bağlı

olduğu belirtilmektedir. Yani tarımsal kalkınmanın, bu ülke ekonomilerinin kalkınmalarının dinamiği olma özelliğini koruduğu gözlenmektedir.

Tarımsal kalkınmada önemli bir etken de yeni tarım tekniklerinin uygulanmasının yaygınlaştırılması ve böylece mevcut tarımsal üretimin artırılmasıdır. Dolayısıyla tarımsal yayım, yeni teknoloji transferiyle üretim artışını sağlamada en etkin rolü oynamaktadır.

Bunun dışında tarımsal yayım, üretim artışının temel unsuru ve bir üretim faktörü olarak insan faktörünün de gelişmesinde etkili olmaktadır. Zira tarımsal yayımda insanlar okul dışı bir eğitim sistemiyle sürekli olarak eğitilmektedir. Tarımsal yayımın bu eğitsel özelliği bireylere yeni beceriler ve sosyal değerler kazandırarak onların verimliliklerini arttırmayı esas almaktadır. Özetlemek gerekirse tarımsal yayım, insan kaynağını geliştirerek sosyal ve ekonomik kalkınmayı gerçekleştirmede etkili olmaktadır.

Kalkınmakta olan ülkelerin karşı karşıya bulunduğu ekonomik sorunların artması ve gelişme için gerekli ulusal ve uluslararası fonların giderek azalması dikkate alındığında, yapılacak tarımsal yatırımların çok verimli bir şekilde kullanılmasının önemi her geçen gün artmaktadır. İşte tarımsal yayım bu yatırımların verimli bir şekilde yapılması ve kullanılmasında insan faktörünün eğitimi yoluyla etkili olabilmektedir.

Tarımsal yayımın başka bir etkinliği de bölgeler arası gelişmişlik farklılıklarının azalmasına yardımcı oluşudur. Az gelişmiş yörelerdeki üreticiler üzerine yoğunlaştırılan yayım faaliyetleri, yöre halkının sınırlı

kaynaklarının etkin kullanımını sağlamakta ve gelişmeleri hızlandırılmaktadır. Aynı zamanda gelişmiş yörelerdeki tarımsal faaliyetler, az gelişmiş yöre üreticileri için iyi bir gözlem ve etkinlenme ortamı olmaktadır. Bu ise yayım ve yayımcılar aracılığı ile sağlanabilmektedir.

★ Sonuç olarak, tarımsal yayım gelişmekte olan ülkelerin yetersiz finansal olanaklarının ve kaynaklarının rasyonel kullanılması, üretim faktörlerinin etkin kullanılarak tarımsal üretimin artırılması, bu faktörlerin rasyonel kullanılması için insan kaynaklarının geliştirilmesi ve bölgelerarası gelişmişlik farklılıklarının azalmasında etkin rol oynamaktadır.

1.3. Tarımsal Yayımın Tanımı ve Kapsamı

Tarım sektörü, özellikle gelişmekte olan ülkelerde ekonomik gelişmenin sağlanmasında önemli görevler üstlenmektedir. Tarımda gelişme, bilimsel araştırma bulgularıyla elde edilen teknolojik yeniliklerin üreticiler tarafından kullanılmaya başlanmasıyla ve yaygınlaştırılmasıyla mümkün olabilir. Dolayısıyla tarımsal faaliyette bulunan, tarımsal faaliyetleri yönlendiren kimselerin sahip oldukları özellikler, söz konusu topluma ulaşmayı, belirli davranışların ve yeniliklerin benimsetilmesini etkileyici niteliktedir. Bu nedenle insan faktörünün sahip olduğu özelliklerin gelişmeyi etkilemesi ve kazandırılacak yeni bilgi ve davranışlarla gelişme sürecini hızlandırıcı etkilerde bulunması kaçınılmazdır. Tarımsal yayım çalışmaları, kalkınma süreci içindeki kırsal toplumların kalkınmalarında vazgeçilmez bir öğedir (Özçatalbaş, 1994).

Gelişen toplumlarda, toplumlara ilişkin yaşam koşulları ve değerlerinin değişmesi yanında üretim teknik ve yöntemleri de değişmektedir. Toplum dinamik bir yapıdadır. Bu nedenle tarımsal yayım ve dolayısıyla yayımın konuları da dinamiktir. Örneğin yayım hizmeti başlangıçta kültür düzeyi düşük kişileri okul dışında eğitmek amacıyla yapılan faaliyetleri kapsarken (Taluğ, 1977), günümüzde ise yayım, kırsal kesimde yaşayan halk kitlelerinin bilgilerini, becerilerini, uygulamalarını ve eğilimlerini değiştirmek ve onların yaşam standartlarını yükseltecek çok geniş faaliyetleri kapsamaktadır.

Bununla beraber, yayımın bu kadar geniş faaliyetleri kapsamasına karşılık temel odağın, çiftçi ailesi ve onların mutluluğu üzerinde yoğunlaştırılması gerektiğini de belirtmekte fayda vardır.

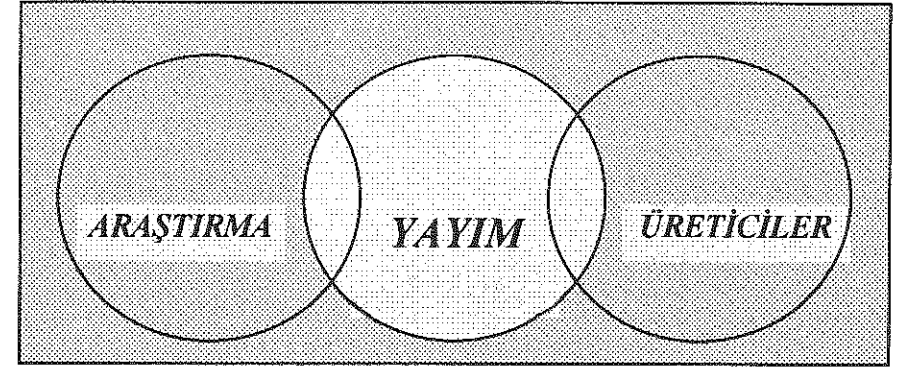
Yayım sahip olduğu bir eğitimsel özelliği nedeniyle kırsal kesimdeki halkın (bu arada özellikle üreticilerin) bilgilerini, becerilerini ve uyguladıkları tarım tekniklerini değiştirmek için onları okul dışı bir eğitim sistemiyle eğitmeyi amaçlar.

Yayım, bu eğitici işlevini yerine getirirken de araştırma kuruluşlarının gerçekleştirdiği araştırma bulgularını üreticilere aktarmaktadır. Ayrıca, gerek üreticilerin bu bulgularla ilgili sorunlarını ve gerekse kendilerinin çözemedikleri sorunları araştırma kuruluşlarına aktarmaktadır. Böylece üretici ve araştırma arasında köprü rolünü de yerine getirmektedir. Buna göre tarımsal yayım kısaca, çiftçilerle araştırma kurumları arasında bilgi alış-veriş bağının kurulması ve bunun sonucu karşılıklı etkileşimin gerçekleştirilmesi faaliyetlerinin tümü olarak da tanımlanabilir. Bu açıklamalar ışığında genel olarak tarımsal yayım; kapsamındaki bireylere okul dışında (gönüllülük ilkesi altında) eğitsel hizmetler götürerek, onların tarımsal faaliyetlerdeki

etkinliklerinin artırılmasını, gelir düzeylerinin yükseltilmesini ve yaşam koşullarının iyileştirilerek genel refah düzeylerinin yükseltilmesini amaçlayan faaliyetler sürecidir.

1.4. Yayımın İşlevi

Bu açıklamalardan sonra tarımsal yayımın temel işlevi olan araştırma kuruluşları ile çiftçiler arasındaki yayım bağı, Şekil 1.1'de gösterilebilir.

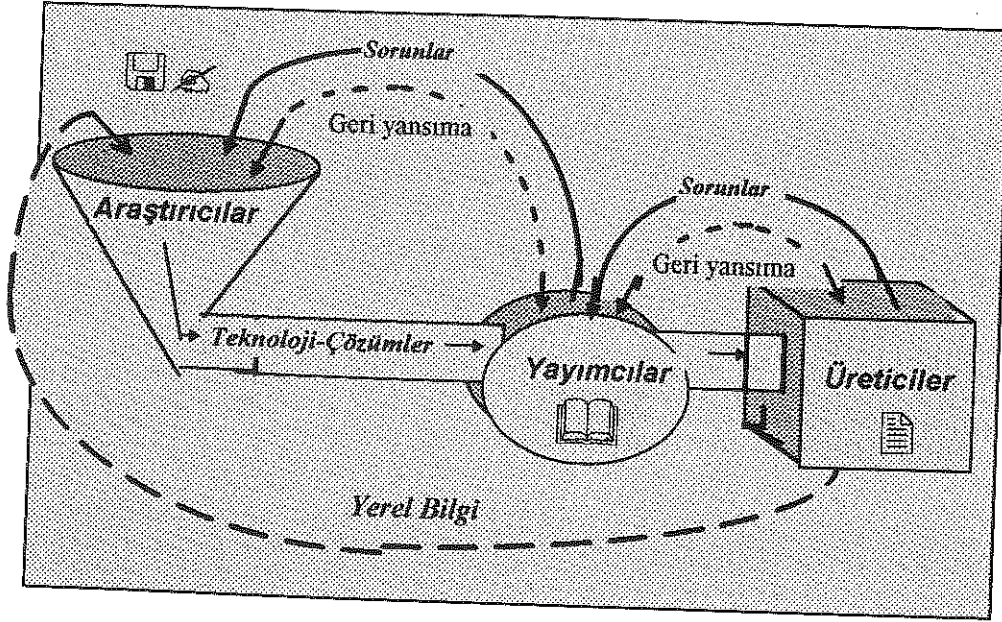


Şekil 1.1. Araştırma ve Üreticiler Arasındaki Yayım Bağı

Yukarıdaki şekil ideal olarak üreticinin karşılaştığı sorunların yayımcıya aktarılmasını, yayımcının da bunları araştırma kuruluşlarına iletmesini yansıtmaktadır. Araştırma kuruluşları ile üreticiler arasında, çoğu zaman, istenilen bağ kurulamamaktadır. İşte yayım, araştırma kuruluşları ile üreticiler arasında çok yönlü olan bu bağı kurmaya çalışmaktadır.

Araştırma kuruluşları ile üreticiler arasındaki ilişki, genellikle yeni teknik ve yöntemlerin üreticilere iletilmesi ve bunların uygulama sonuçlarının ve ortaya çıkan sorunların, bu kurumlara yansıtılması şeklinde olmaktadır. Doğal olarak üreticilerin uygulamada

karşılaştıkları sorunlar da araştırma kuruluşları için araştırma konusu olabilmektedir. Araştırma kuruluşları ile üreticiler arasında varolan bilgi (teknoloji) akışı ve geri yansımalar Şekil 1.2'de gösterilmiştir.



Şekil 1.2. Araştırma Kuruluşları ile Çiftçiler Arasındaki Bilgi Akışı

Şekil 1.2'de görüldüğü gibi araştırma kuruluşları ile üreticiler arasında bu bağın gerçekleştirilmesinde, yayımcı çok önemli bir rol üstlenmektedir. Buradaki teknoloji (yenilik) kavramı, yalnızca üretim tekniklerini kapsamamakta, kırsal nüfusa yönelik tüm uygulamaları içermektedir. Ve dolayısıyla üreticilerin gereksinimlerine cevap veren her türlü konu bu kapsamda ele alınmaktadır. Örnek olarak tarım politikasındaki yeni anlayış ve uygulamalar, yeni planlama uygulamaları ve tarımsal kredi uygulamaları verilebilir.

Uygulamada tarımsal yayım hizmetinin belirli üreticilere yöneldeği görülmektedir. Örneğin projeye dayalı olarak yürütülen bazı yayım çalışmalarında öncelik, önder veya seçilmiş üreticilere

verilmektedir. Oysa yayım hizmeti tüm üretici kesimine yönelik olmalıdır.

Üreticiler çeşitli kriterlere göre büyük ve küçük üretici; topraksız, kiracı, ortakçı ve mülk sahibi; geçimlik ve ticari; entansif ve ekstansif; kadın ve erkek; kuru ve sulu koşullarda tarım yapan üreticiler olarak farklı sınıflara ayrılabilirler. Amaca göre değişmekle birlikte yayım hizmeti tüm bu grupları kapsayacak şekilde yürütülmeli, yalnızca belirli bir kesime yönelik olmamalıdır.

Yapılan bazı araştırmalarda, araştırma kurumlarınca geliştirilen bazı tekniklerin öncelikle sermaye yoğun üretim yapan özellikle büyük işletmelere yöneltildiği ve yayım faaliyetlerinin bu tür işletmeler üzerinde yoğunlaştırıldığı görülmektedir (Albrecht, 1983; Aktaş, 1978).

Oysa gerek küçük, gerekse büyük üreticiler yayımcı için uygun hedef ve çalışma alanı olmaktadır. Nitekim, küçük üreticiler de kendilerine uygun teknolojilerin geliştirilip onlara ulaştırılması durumunda, bunları benimsedikleri görülmüştür (Özkaya, 1988).

Sonuç olarak tarımsal yayım hizmeti, her grup üreticiyi kapsayacak biçimde yapılmalıdır. Doğal olarak erkekler yanında tarımsal üretime katılan kadınlar üzerinde de hedef grup olarak önemle durulması gerekir. Zaten yayımcının esas hedefi, üreticinin kendisi(kadın-erkek) yanında üretici ailesi de olmalıdır. Çünkü bu ailede üretici ile birlikte, kadın ve çocuklarda çoğu kez tarımsal faaliyette bulunurlar. Dolayısıyla tarımsal üretim faaliyetine katılan tüm bireylere götürülecek yayım hizmeti ailenin genel refah düzeyinin artmasına katkıda bulunacaktır.

1.5. Tarımsal Yayımın İlgili Alanları

Tarımsal yayım faaliyetlerinin günümüzdeki geçirdiği aşamalar dikkate alınacak olunursa, tarımsal gelişme ile yayım arasında yakın ilişkinin olduğu görülmektedir. Ancak modern araç ve yöntemlerin uygulandığı tarımsal üretim faaliyetine yönelik yapılan yayım ile diğer koşullarda yapılan üretim faaliyetine yönelik yapılan yayım konuları arasında çok önemli farklılıklar vardır. Bugün tarımda çok ileri düzeyde gelişmiş teknolojiler kullanılmaktadır. Tarımdaki uygulamalar bugünkü düzeyine ulaşıncaya kadar, yayımın ilgilendiği konular, çok farklılık göstermiştir. Örneğin geçmişte tarım kesiminde bitkisel ve hayvansal üretimi arttırmak en önemli sorun iken, zamanla bu tür sorunlar değişmeye ve çeşitlenmeye başlamıştır. Üretimin yanında kalitenin de aranmaya başlaması, maliyeti düşürücü teknikler ve işgücünün daha etkin kullanımı için makine kullanılması, üretilen ürünlerin değerlendirilmesi gibi konular giderek daha önem kazanmaya başlamıştır. Doğal olarak bu değişim sürecine paralel olarak, tarımsal yayımın ilgi alanları da genişlemiştir.

Ayrıca kırsal alana teknoloji transferi yoluyla getirilen dinamizm, kırsal toplumun ekonomik olarak değişimi yanında sosyal bakımdan da yapısını değiştirmektedir. Bu değişim bireylerin davranışlarını, görüş ve anlayışlarını, üretim biçimlerini şekillendirmekte ve daha önce etkin olmayan duyarlılıklar ve yeni talepler şeklinde de ortaya çıkmaktadır. Örneğin üretim artışı yanında doğal kaynakları koruma, geliştirme ve rasyonel kullanma ile sürdürülebilir tarım gibi konular günümüzde giderek çok daha önemsenmeye başlanmıştır.

Kırsal kesimde yaşayan üretici ailelerin, öz kaynaklarını ve deneyimlerini en iyi şekilde kullanarak hayat standartlarını yükseltebilmek ve onları daha mutlu kılabilmek için çiftlik ve ev idaresi ile ilgili bilgileri vermek gerekmektedir. Dolayısıyla belirtilen bu konularda yayımın ilgi alanına girmiştir.

Bu açıklamalardan anlaşıldığı gibi toplumun, değişen koşullara göre değişen ve çeşitlenen gereksinimlerini karşılama, çabaları tarımsal yayımın ilgi alanlarını da çeşitlendirmiştir. Hatta tarımsal yayım, kırsal alanda yaşayan tarımsal faaliyette bulunan insanların, hemen hemen tüm sorunlarıyla ilgilenmeye başlamıştır. Bunlar içinde en önemli olanlarını, bazı başlıklar altında sıralamak mümkündür.

- 1-Üretim tekniğine ilişkin konular,
- 2-Tarımsal işletmeciliğe ilişkin konular,
- 3-Pazarlamaya ilişkin konular,
- 4-Doğal kaynakları koruma, geliştirme ve kullanmaya ilişkin,
- 5-Çiftçilik ve ev idaresine ilişkin konular,
- 6-Gençlik eğitimine ilişkin konular,
- 7-Kadınlara yönelik tarımsal konular,
- 8- Toplum kalkınmasına ilişkin konular.

1.5.1. Üretim Tekniğine İlişkin Konular

Bitkisel ve hayvansal üretimde verimliliğin artırılması için uygulanmakta olan teknik ve yöntemlerin yerine, onlardan daha üstün olduğu kanıtlanmış yeni teknik ve yöntemlerin üreticilere benimsetilmesi ve yayılmasının sağlanması gerekir. Bu konu, tarımsal yayımın en eski ve en önemli uğraşı alanlarından biridir. İnsanların eskiden olduğu gibi, bir arazinin bütün besin maddeleri sömürüldükten

sonra, o araziyi terk ederek, başka toprakları işleme olanağı kalmamıştır. Bu nedenle artık sınırlı arazi üzerinde yeni tarım teknik ve yöntemlerini geliştirerek verimliliği artırmak kaçınılmaz olmuştur.

Tarımsal faaliyetin yapılmakta olduğu alanları genişletme olanağı kalmayan Türkiye gibi ülkelerde tarımsal üretimi arttırmanın tek ve en önemli yolu verimliliği arttırmaktan geçmektedir. Tarımda verimliliği arttırmak için, kaliteli girdilerin kullanılması zorunludur. Bu girdilerin en önemlileri ise sulama, gübreleme, makine kullanımı, iyi ve üstün nitelikli tohumluk ve damızlık ile tarımsal mücadeledir. Yapılan araştırmalara göre bitkisel üretimde verim artışında sulamanın %20, gübrelemenin %52, üstün nitelikli tohumluk kullanımının %10, tarımsal mücadele ve diğer teknik önlemlerin %10 etkisi olduğu belirtilmektedir (Taysi,1981).

Tarımda verimi arttıracak önemli etkenlerden biri gübre olduğundan, doğal, yeşil ve kimyasal gübre kullanma tekniklerinin çiftçilere öğretilmesi, tarımsal yayımın önemli uğraş alanlarından biri olmuştur. Özellikle ülkemizde 1950 yılından sonra kimyasal gübre kullanımında olumlu gelişmeler olmuştur. Bununla beraber bugün, gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında Türkiye'de gübre kullanımı yeterli düzeyde değildir. Ancak gerek miktar ve gerekse bitki ve toprağın gereksinimine uygun gübre kullanımı (optimum) konusunda önemli sorunlar vardır. Bu nedenle optimum gübre kullanımı konularının çiftçilere öğretilmesi, tarımsal yayımın hala güncelliğini koruyan önemli bir uğraş alanıdır.

Kimyasal gübre kullanımı yanında hayvan gübresi kullanımının yaygınlaştırılması gerekmektedir. Zira evcil hayvanlardan elde edilen doğal gübrenin 3/4'ünün yakacak(tezek) olarak kullanıldığı dikkate

alınırsa, bu gübreden çok sınırlı ölçüde yararlanıldığı anlaşılmaktadır. Yakacak olarak kullanılan bu gübrenin yaklaşık 10 milyon ton kadar olduğu tahmin edilmekte olup, bunun 2,5 milyon ton kimyasal gübreye eşdeğer olduğu belirtilmektedir(Taysi,1981). Bu nedenle organik madde bakımından fakir olan topraklarda doğal gübre kullanımının yaygınlaştırılması, tarımsal yayımın önemli uğraş alanlarından biri olmalıdır.

Doğal gübre yanında, özellikle baklagillerden yararlanılarak yeşil gübre olarak yararlanılması, tarımsal verimliliği arttırmada önemle üzerinde durulması gereken konulardan biridir. Ancak yöntemden bu etkin olarak yararlanılamamıştır. Tarımsal yayım hizmetinin yoğunlaşması gereken konulardan birinin de yeşil gübre kullanım olanaklarının çiftçilere benimsetilmesi ve yaygınlaştırılması olmalıdır. Ayrıca ekim nöbeti tekniğiyle toprağı zenginleştiren (özellikle baklagillerin) uygulamaları üzerinde de durulmalıdır.

Bitkisel üretimde verimliliği arttıran önemli bir etken de sulamadır. Türkiye'de son yıllarda sulu tarıma önem verilmesine rağmen sulanan alan miktarı, (yaklaşık 4 milyon ha) ekonomik olarak sulanabilir (8.5 milyon ha) alanın yaklaşık yarısı kadar olduğu da bilinen bir gerçektir. Bu nedenle yakın gelecekte sulanabilir alanların bugünküne oranla daha fazla gelişeceği (özellikle GAP'ın tam olarak devreye girmesi ile) ve sulamaya açılacak alanlardaki üreticilerin sulama hakkındaki bilgilerinin ve deneyimlerinin artırılmasının en önemli konular haline geleceği dikkate alınmalıdır. Özellikle tarımsal yayımcıların, üreticileri kontrollü ve uygun yeni sulama teknikleriyle sulama konusunda bilinçlendirmeleri, üzerinde önemle durmaları gerekmektedir.

Tarımda verimliliği etkileyen önemli etkenler arasında kaliteli işgücü, yani insan unsuru ile modern alet ve makinaların kullanımının gerekliliğini de belirtmek gerekir. Özellikle varolan insan kaynağı bir üretim faktörü olarak emek yanında diğer faktörlerin birleştiricisi ve kullanıcısı olması nedeniyle üzerinde gereken en önemli unsurdur.

Tarımsal üretim faaliyeti, genellikle belirsizliğin hakim olduğu, açıkta ve çiftçilerin kontrolü dışındaki çeşitli unsurların (iklim, toprak v.s.) etkisi altında yapıldığı için, bu etkenlerin olumsuz etkilerinin azaltılması için üretim sürecindeki tarım tekniklerinin zamanında yapılması gerekir. Bu da büyük ölçüde makinalaşma ile gerçekleşebilir. Bölgesel koşullara ve üretim teknolojisine uygun araç ve gereçlerin kullanılmasını yaygınlaştırmak, tarımsal yayımın önemli uğraşı alanlarından biridir. Bu makinelerin kullanımı bakımı ve korunması için çiftçilerin bilinçlendirilmesi önemli konulardandır.

Türkiye hayvansal üretim düzeyi, alınacak çeşitli akılcı önlemlerle, bugünkünün birkaç katına çıkabilecek potansiyele sahip bulunmaktadır. Türkiye'deki yüksek nüfus artışı ve hayvansal proteinin beslenme üzerindeki yetersizliği dikkate alındığında hayvansal ürünlere olan gereksinim giderek daha da büyüyecektir. Bu nedenle hayvancılığın geliştirilmesi zorunludur. Bunun için öncelikle süt ve et verimi yüksek hayvan ırklarının, süt ve et verimi düşük yerli ırkların yerini alacak şekilde gelişmeyi sağlayacak gerekli önlemler alınmalıdır. Bu konuda önemli sayılabilecek gelişmeler sağlamakla beraber, kültür ırklarının ülke koşullarına adaptasyonu yanında, bakımı ve beslenmesiyle ilgili teknik bilgi yetersizliği vardır. Zira günümüzde süt ve besi hayvancılığı yapan ve bu konuda deneyim kazanmış bazı hayvancılık işletmelerinde dahi (kaba ve kesif yemle beslemede, hastalıklarla mücadelede) bilgi

yetersizliğin olduğu gözlenmiştir. Büyükbaş ve küçükbaş hayvan yetiştiriciliğinde kaba yem ile kesif yemin nasıl kombine edileceğinin, önemli bir yetiştirici kitlesi tarafından iyi bilinmediği söylenebilir (Gürgen ve Planck, 1989).

Örneğin mera hayvancılığı özellikle Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde yaygın olup, bu yörelerde mer'a verimliliğini yükseltici iki konu üzerinde önemle durulmalıdır. Bunlardan birincisi, meralardaki çalılık ve dikenliklerin azaltılması; ikincisi ise meralarda rotasyonun uygulanmasıdır.

Yukarıda belirtilmeye çalışılan birkaç konuya ek olarak hayvancılığın gelişmesini sağlayacak teknik bilgiler, titizlikle izlenip çiftçilere ulaştırılmalıdır. Tüm bu konular tarımsal yayımın önemle ilgilenmesi gereken çok önemli konulardır.

1.5.2. Tarımsal İşletmeciliğe İlişkin Konular

Son yıllardaki teknik ve ekonomik gelişmeler, doğal olarak tarım kesimini de etkilemiş ve tarımsal faaliyetin geleneksel yapısını değiştirmiştir. Dünyanın birçok ülkesinde olduğu gibi Türk üreticisi de bu gelişmeden etkilenmiş ve tarım işletmelerinde gelişmenin zorunlu kıldığı değişiklikleri yapmak zorunda kalmıştır. Zira mevcut üretim kaynaklarından azami ölçüde faydalanmanın planlı ve programlı bir çalışma ile mümkün olabileceği artık geç de olsa anlaşılmiş bulunmaktadır. Ayrıca, son yıllarda çiftçilere projeye dayalı kredi uygulaması giderek ülkemizde de yaygınlaşmaya başlamıştır. Proje ise planlama ile ilgili çalışma sürecinin bir halkası gibidir (Erkuş ve Demirci, 1983). Çiftçilerin bu sorunlarını çözmeye kendilerine yardımcı olabilecek bilim dalı tarımsal işletmecilik ve planlamadır. Tarımsal

İşletmecilik, işletmedeki tüm unsurları kullanarak azami ve daimi bir gelir temin edecek şekilde üretim faktörlerini (toprak, emek, müteşebbis ve sermaye) kullanmaya ve kombine etmeğe, bu arada bitkisel ve hayvansal üretim şubelerini seçmeğe dayanır. Tarımsal işletmecilik hem teorik, hem de uygulamalı bir bilim dalıdır. Çünkü olayların teşhis, analiz ve açıklamaları ile ilgilenir ve tarım işletmelerinin sorunlarını inceler ve çözümlenmeye çalışır (Yang, 1964). Tarımsal işletmecilik araştırmaları, çiftçilerden bilgi toplanması rasyonel bir işletmenin prensiplerinin saptanması ile üretimde daha yüksek verimin ve azami işletme gelirini temin edecek optimum işletme organizasyonunun ve yönetiminin planlamasını içine alır. Aslında bir çiftçi işletmesini yıllara dayanan kişisel deneyimleri veya kendinden öncekilerin deneyimlerine dayanarak organize eder, üretim planlarını yapar ve uygulayacağı yöntemleri de belirler. Çiftçi bireysel olarak bunları yaparken gelirini azami ve bir ölçüde de devamlı kılmayı düşünür. Dolayısıyla işletmesinde kendine en çok kar sağlama arayışı içindedir. Fakat çiftçilerin kişisel olarak yaptığı bu tür planlar sistematik değildir ve genellikle deneme sonuçları da tam anlamıyla değerlendirilip kullanılmaz. Bu nedenle işletmenin başarılı veya başarısız oluşuna etki eden etkenleri de tam anlamıyla ve sürekli olarak izleme ve bilme olasılığı azalır. İşte tarımsal işletmecilikte, çok çeşitli işletmelerden elde edilen bilgilerin ışığında, işletmelerin azami ve devamlı geliri sağlayacak işletme organizasyonu ve üretim şubeleri belirlenir.

Yukarıdaki açıklamaları da belirgin şekilde somutlaştırmak gerekirse, tarımsal işletmecilikte aşağıdaki konular üzerinde önemle durulur.

1. Mevcut arazi miktarı, işletmeciye elverişli bir yaşam standardını sağlamaya yeterli midir? Toprak karakteri, üzerinde yapılan tarımsal faaliyet çeşidine uygun mudur? Alet, ekipman, işgücü ve sermaye, arazi miktarı, yapılan tarımsal faaliyete uygun mudur?
2. İşletmede üretim faktörlerinden optimum ölçüde yararlanılabiliyor mu? Çeşitli tarımsal faaliyet şubeleri, mevcut olanaklara göre optimum şekilde kullanılabiliyor mu?
3. Bitkisel ve hayvansal üretim şubeleri bugünkü ve gelecekteki standartlara uygun mudur? Kullanılan tohumluk çeşitleri ve hayvan ırkları tatminkar mıdır? Halihazırdaki gübreleme ve hayvan besleme yöntemleri bu konuda kullanılan standartlara göre uygun mudur?

Yukarıdaki konular, tarımsal yayım, çalışmaları ile üreticilere aktarıldığında ve üretici ailesi bu konularda bilinçlendirildiğinde onların doğru karar vermesi ve en iyi seçimler yapmaları kolaylaşacaktır. Kısacası tarımsal yayım tarımsal işletmeciliği ilgilendiren konularda devreye girerse üretici aileleri, kaynak analizini daha doğru yapabilirler. Ayrıca karar verme ve sorun çözme yetenekleri de gelişebilir. Bunlardan başka kredi alma ve alınan kredilerin en iyi bir şekilde kullanmada başarıları da artabilir.

1.5.3. Tarımsal Pazarlamaya İlişkin Konular

Tarımsal pazarlama, tarım ürünlerinin üreticiden, hatta üretimin başladığı tarla veya bahçeden, tüketicinin son aşamasına, yani tüketicinin sofrasına kadar geçirdiği işlemleri inceleyen ve bunları düzenleyen bir bilim dalıdır. Tarımsal pazarlama, diğer uğraş alanları yanında bir

bakıma üretime yön vermektedir. O halde üretici, tohumu ekmeden önce düşünüp, pazarda aranan pazar şansı yüksek bir ürünün tohumunu seçmek zorundadır. Zira tüketicinin zevkini tatmin etmeyen bir tarımsal ürünü üretmek, rasyonel bir faaliyet değildir. Bu nedenle yurt içi talebin üstünde bir üretim gerçekleştirildiğinde ve dış satım olanakları da sınırlı kaldığında, üretilen malın fiyatı önemli ölçüde düşmekte ve üretici beklediği geliri elde edememekte ve zarar dahi edebilmektedir. Bu kez ertesi yıl üretici, aynı ürünü ekmekten vazgeçmekte veya ekim alanını azaltmaktadır. Bu defa, üretim miktarı bir önceki yıla göre çok düşük gerçekleştiğinde, o yıl ürün fiyatı tekrar yükselebilmektedir. Böylece tarım kesiminde bazı ürünlerin fiyatlarında aşırı dalgalanmalar meydana gelmekte ve buna bağlı olarak da üreticilerin gelirlerinde önemli dalgalanmalar oluşmaktadır. İşte bu aşamada yayımcılara da çok önemli görevler düşmektedir. Yayımcılar, araştırma kuruluşları ve üniversitelerle ilişki kurup, tarım ürünlerinin arz, talep ve fiyat tahminleri ile ilgili bilgileri öğrenip, üreticilere ulaştırdıkları takdirde, üreticilerin üretmiş oldukları malların fiyat dalgalanmalarını asgariye indirebileceklerdir.

Tarım kesiminde üreticilerin pazar bulma, fiyat arz ve talep tahminlerindeki yetersizliği yanında, en önemli sorunlarından bazıları da depolama, standartlaştırma, ambalajlama ve nakliye sorunlarıdır. Bu nedenle çoğu zaman üreticinin ürettiği mal, daha tüketiciye ulaşmadan, kalitesinden veya özelliğinden çok şey kaybetmekte veya tamamen tüketilemeyecek duruma gelebilmektedir. Özellikle çabuk bozulabilen mallarda (et, süt, yaş sebze ve meyvelerde) depolama, ambalajlama ve taşıma çok önemlidir. Üreticinin bu konulardaki deneyim yetersizliğinden araçlar en çok yararlanmaktadır. Çoğu zaman üretici

ürettiği ürünü daha hasat etmeden tarlada veya işletmesinde satmaktadır. Bu nedenle yayımcı üreticileri bu konularda da bilgilendirilerek bilinçlendirebilirse, onların ürünlerini daha iyi değerlendirmelerine yardımcı olabilir. İşte tarımsal yayımın önemli uğraşı alanlarından, biri de tarımsal pazarlamaya ilişkin konulardır.

1.5.4. Doğal Kaynakları Koruma ve Kullanma Konuları

Çevre doğal kaynakların kullanımı son yılların en çok konuşulan konuların arasındadır. 2000 yılına çok az bir süre kala, insan-doğa etkileşimi, doğal dengeyi gittikçe bozmaktadır. Bu ise varolan kaynakların geri elde edilemez şekilde yok olmasına neden olmakta, insan yaşamını tehdit etmektedir. Bu nedenle son yıllarda ekonomik yararın, toplumsal yararın önüne geçmesini önlemek amacıyla 1980'li yıllarda sürdürülebilir kalkınma -sürdürülebilir tarım kavramları çok fazla kullanılır olmuştur. Toplum oluşturulan tüm kesimleri (kentli, köylü, çocuk, genç, yetişkin vd) farklı boyutlarıyla ilgilendirmektedir. Doğal kaynakların korunması ve sürdürülebilirlik ilkesi altında değerlendirilmesi konusu kırsal alanda yaşayanlar için büyük anlam ifade etmektedir. Özellikle kırsal nüfusun bu kaynaklara fiziki olarak daha yakın olması ve hatta bu kaynakların kullanıcı durumunda olması, bu kesime yönelik olarak eğitsel faaliyetleri zorunlu kılmaktadır (Özçatalbaş, 1995a).

Bu nedenle doğal kaynaklarımızdan (toprak, su, orman, mera, balık ve av hayvanlarından) rasyonel bir şekilde yararlanılmasını sağlamak konusunda yayımcılara önemli görevler düşmektedir. Bugün, Türkiye'de doğal kaynakların bilinçli bir şekilde kullanıldığını söylemek güçtür.

Örneğin ülkemizde tarım alanlarının amaç-dışı kullanımı yönünde önemli sorunlar yaşanmaktadır. Tarım topraklarının yetenek sınıflarına göre kullanılmaması gibi konular, tarımsal üretim faaliyeti için gerekli temel faktörlerden olan toprak kaybına ve ayrıca erozyona elverişli alanların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. O halde toplumu bilgilendirme ve bilinçlendirme faaliyetlerinin (kırsal alana yönelik olarak) yayım birimleri tarafından, yasal önlem ve yaptırımların ise ilgili birimler tarafından yerine getirilmesi gerekmektedir. Ayrıca su ürünlerimizin hayvansal protein açığımızı kapatmada ne kadar önemli olduğu bilinmektedir. Fakat yakın zamana kadar gerek denizlerimizde ve gerekirse göl ve nehirlerde yapılan bilinçsiz avlanma sonucu, su ürünleri potansiyeli önemli ölçüde tahrip edilmiştir. Yayımıcılar, gerek bilinçsiz avlanma, gerekse dalyanlardaki yapılacak ıslah çalışmalarında üreticilere yardımcı olabilirler. Özellikle kültür balıkçılığını desteklemek ve yaygınlaştırmak konusunda tarımsal yayımıcılara çok büyük görevler düşmektedir. Nitekim konu Tarım ve Köyişleri Bakanlığınca ele alınmış ve Bakanlıkla balıkçılar arasında işbirliği için gerekli ortam yaratılmıştır. Bu nedenle tarımsal yayımıcılar, bakanlığın başlattığı bu girişimi, iyi değerlendirerek üreticilere, yetiştirme teknikleri ve değerlendirme konusunda önemli ölçüde yardımcı olabilirler.

Aynı şekilde bilinçsiz mera kullanımı Türkiye hayvancılığının gelişmesini etkileyen önemli etkenlerden biri olduğu bilinmektedir. Bu konuda tarımsal yayımıcıların yapabileceği en önemli katkı, mera özelliklerini ve hayvan türlerini dikkate alarak, üreticilere mutlaka meralarda rotasyon usulünü uygulamalarını sağlamada yardımcı olmalıdırlar. Zira rotasyon uygulanırsa, rotasyonla dinlendirilen alan verimli mera alanı haline dönüşür.

Meraların korunmasıyla ilgili olarak alınabilecek ikinci önlem, meralardaki çalılık ve dikenlerin azaltılmasıdır. Zira bunlar mera alanını işgal etmekte, onların topraktan alacağı suyu ve bitki besin elementlerini kullanmaktadırlar. Ayrıca hayvanlara çeşitli şekillerde zararlar da vermektedirler. İşte yayımıcılar, rotasyon usulüyle rotasyona girecek meralarda, hayvan sayısına göre uygun büyüklüğünün ne olacağını, dinlendirilen alanın ne zaman kullanılacağı gibi konuları üreticilere öğretebilirler.

Bilindiği gibi orman alanlarımız doğal kaynaklarımız içinde çok önemli bir yere sahiptir. İnsan orman ilişkileri sonucu bozulan dengeyi yeniden kurmak yönünden çalışılmalıdır. Ağaçlandırma ve erozyon kontrolü çalışmaları Tarım ve Köyişleri Bakanlığı ve Orman Bakanlığınca yürütülmektedir. Son yıllarda ağaçlandırma faaliyetlerine hız verilmiştir.

Diğer taraftan orman yangınları ile mücadele çalışmalarına ağırlık verilmiş ve orman içi yol yapımı da hızlandırılmıştır. İşte Bakanlıkların bu olumlu girişimlerinin başarılı olabilmesi için yayımıcıların, orman köylüsünün kalkınmasına katkıda bulunmak üzere köy bazında kalkınma projeleri hazırlamada veya hazırlanan projelerin uygulanması ve izlenmesi konusunda yardımcı olabilirler. Ayrıca yayımıcılar, orman varlığımızın önemi konusunda orman köylülerini bilgilendirip, ormanların gerek yangından korunmasına, gerekse tarla alanına dönüştürülmesine engel olabilirler. En önemlisi yayımıcıların, orman köylülerini, orman varlığının, onların da yaşayabilmeleri için çok önemli bir kaynak olduğu konusunda bilgilendirmeleri ve bilinçlendirmeleridir.

1.5.5. Gençlik Eğitimine İlişkin Konular

Kırsal alanda yaşayanlar arasında eğitimde fırsat eşitliği sağlanmalıdır. Ancak bu, özellikle gelişmekte olan ülkelerde kırsal alan aleyhine bir durum göstermektedir. Dolayısıyla bu olumsuzluğun giderilmesi için kırsal gençliğin eğitimine yönelik faaliyetler yayım birimleri tarafından dikkate alınmalıdır. Kırsal gençliğin eğitsel hizmetlerden yeterince yararlanamaması başlıca iki faktör tarafından etkilenmektedir.

1. Ülkemizin ekonomik gelişmişlik düzeyinin yetersizliği nedeniyle kaynakların sınırlı olması, yani dış etkenler.

2. Artan öğrenci sayısını eğitecek fizik kapasite, okulların artırılmasındaki gecikmeler, yerel binalarda yetersiz koşullarda açılması, öğretmenlerin yurt düzeyinde dengesiz dağılımı gibi etkenler, eğitim sisteminin kendi iç yapısından gelen sınırlamalar.

Bütün bu sınırlamalar, eğitimin yurt düzeyindeki tüm bireylere etkin ve eşit bir şekilde ulaştırılmasını önemli ölçüde olumsuz etkilemektedir.

Bu yetersizlikleri belirli ölçüde giderebilmek için tarımsal yayım okul dışı eğitim hizmetleri ile kırsal gençliğe yönelik faaliyette bulunmaktadır. Böylece gençlere eğitimle bazı beceriler kazandırarak iş hayatına hazırlama ve yeni iş olanakları sağlama yönünde yardımcı olunabilmektedir. Ayrıca bu şekilde gençler arasında işbirliği duygusu güçlenebilmektedir. Bunların dışında kırsal alandaki gençliğin eğitimi sırasında, gençlere toplu karar verme, düzenli çalışma, kayıt tutma ve değerlendirme gibi yeteneklerin de kazandırılması söz konusu olabilir. Bütün bu eğitim hizmetleri ile gençlere kazandırılacak değerleri,

onların gelecekte önder olmalarını bir ölçüde kolaylaştırabilecektir. Bu nedenle yayımın önemli uğraşı alanlarından biri de kırsal alandaki gençlerin eğitimidir.

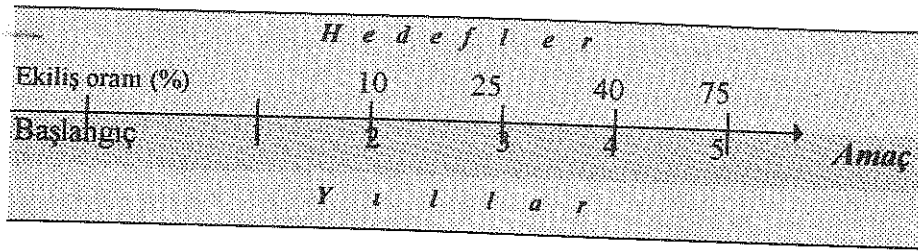
1.6. Tarımsal Yayımın Amaçları

Dilimizde amaç ile araç çoğu kez karıştırılmaktadır. Örneğin tarımsal yayımın önemli amaçlarından biri, üretimde verimliliği artırmaktır. Bunu gerçekleştirmek için yeterli ölçüde gübre kullanmak ise bir araçtır. Yahut bilinçli bir sulama yapmak bir araçtır. Görülüyor ki, amaç bir hareket doğrultusunu, araç ise bunu gerçekleştirmede yararlanılan vasıta olmaktadır.

Aynı şekilde amaç, hedef ile karıştırılmaktadır. Zira her iki sözcük arasında çok yakın bir ilişki vardır. Bununla beraber iki sözcük de farklı kavramları ifade ederler. Nitekim amaç, ulaşılmak istenen hareket doğrultusunu ifade eder. Hedef ise bu doğrultu üzerinde belli bir süre içinde ulaşılmaması gereken aşamaları kapsar.

ÖRNEK:

- Sulu alanlarda dekara pamuk verimini artırmak bir amaç ise, bu amacı gerçekleştirmek için belirtilen sürelerde belirli miktarlara ulaşmak hedefidir. İki yıl sonra, dekara 300 kg'a ve 5 yıl sonra ise 350 kg'a ulaşmak, öngörülen hedeflerdir.
- Bir bölgede 2. ürün soya yaygınlaştırılması isteniyor olsun ilk yıl bilgilendirme ve ikna faaliyetleri yapılması hedeflensin. İkinci yıl üreticilerin %10'unun soya tarımı yapması; 3.yıl %25'inin; 4.yıl %40 ve 5.yıl ise %75'inin soya tarımı yapması hedeflensin. Burada amaç, tarım alanlarının tekrar üretimde kullanılarak, üreticilerin gelir ve dolayısıyla refah düzeyinin artırılması olsun.



1.6.1. Tarımsal Yayımın Temel Amacı

Tarımsal yayımın temel amacı, kırsal alanda yaşayanların halihazırdaki gelir ve yaşam düzeylerini iyileştirmektir. Yani onları, içinde bulunduğu gelir ve yaşam düzeyinin üstünde bir gelir ve yaşam düzeyine ulaştırmaktır.

Görüldüğü gibi tarımsal yayımın temel amacı, oldukça genel içeriklidir. Bu nedenle her ülkede geçerlidir. Çünkü gelişmiş veya az gelişmiş ülkelerde dahi, kırsal alanda yaşayanların yaşam düzeylerinin yükseltilmesi, dün olduğu gibi, günümüzde de daima gerçekleştirilmek istenmektedir.

Bu durumda tarımsal yayımın amaçları öz olarak;

⇒ Üreticilerin bilgi ve becerilerini artırmak,

⇒ Yeni teknolojilerin ve yeniliklerin benimsenmesini sağlamak için üreticileri motive etmek ve

⇒ Yaşam standartını yükseltmek olarak belirtilebilir.

1.6.2. Tarımsal Yayımın Genel Amaçları

Tarımsal yayım çalışmaları sonucunda ulaşılmak istenen amaçlardır. Bu nedenle bu amaçlara genel amaçlar denmiştir. Her yayım çalışması sonucunda genel amaçlardan bir veya bir kaçına ulaşılmak istenmektedir. Bu amaçlardan bazı önemli olanlar aşağıda belirlenmiştir.

- a) Tarımsal üretimde verimliliği arttırmak: Bitkisel ve hayvansal üretimde verim artışı ve kalite iyileşmesini sağlamak için, yeni tarım tekniklerini ve araştırma sonuçlarını üreticilere ulaştırmak ve uygulamada onlara yardımcı olmakla gerçekleştirilebilir. Yani modern teknoloji ve tarımsal yöntemleri, üreticilere ulaştırmak ve onların bunları uygulamalarına yardımcı olmak ve benimsetmek gerekir. Ayrıca yerel tarım tekniklerini, ulusal tarım politikası doğrultusunda geliştirmek ve üreticilerin verimliliklerini artırmak bu genel amaç içinde belirtilebilir.
- b) Pazarlama, dağıtım ve tüketimde etkinlik sağlamak: Tarımsal ürünlerin toplam masraflar içinde pazarlama masrafları, önemli bir yer tutmaktadır. Bu masrafların azaltılması önem taşımaktadır. Bunun için öncelikle pazarlamanın tüm aşamalarında iyi bir haberleşme ağı kurmak gerekmektedir. Böylece üreticiler söz konusu tarımsal ürüne talebin arttığı dönemlerde, ürünü piyasaya sürebilirler. Ayrıca taşıma ve muhafaza olanakları konusunda uygun zamanlamayı planlayabilirler. Bunun için üreticileri piyasa, arz-talep ve tüketim eğilimleri gibi konularda bilgilendirmenin yanısıra, ürünleri saklama, taşıma ve ambalajlama gibi konularda da bilgilendirmek gerekir.
- c) Doğal kaynakları koruma ve kullanmada etkinliği arttırmak: Orman, mer'a ve su varlığımızın bilinçli bir şekilde kullanılmadığı ve iyi bir şekilde korunmadığı bilinmektedir. Bu doğal kaynaklarımızın korunabilmesi için toplumda bilinç oluşturularak, sorumluluk duygusunun geliştirilmesi gereklidir. Örneğin tarla arazisi kazanmak amacıyla çeşitli yollarla

ormanların tahribi, tarım topraklarının tarım dışı amaçlarla kullanımı, mera ve su kaynaklarının kullanımı gibi konularda kırsal kesimde yaşayanları bilgilendirmek gerekir.

- **d) Ev hayatını düzenli ve mutlu kılma:** Bu konu daha çok tarım dışı yayımın konuları kapsamındadır. Üretici ve ailesinin sağlık, beslenme, giyim, barınma, ev düzenleme gibi konulardaki gereksinimlerinin bir kısmını kendi kaynaklarından karşılayabilmeleri, için onların bilgi ve becerilerini geliştirmek gerekir. Özellikle ev hanımlarının bu konularda önemli ölçüde söz sahibi olmaları nedeniyle onların bilgilendirilmeleri üzerinde önemle durulmalıdır. Bu kapsamda kırsal kesimdeki hanımlara dikiş-nakış, örgü, beslenme, sağlık, sebze ve meyvelerin kurutulması veya konserve yapımı konularında kurslar açılabilir. Dolayısıyla, aile olanakları ile hem kadının aile içindeki rolü geliştirilebilir hem de ailenin uyumu artırılmış olabilir.
- **e) Kaynak geliştirmede ışık tutma:** Üreticilerin birbirleriyle işbirliğini artırma olanakları üzerinde durarak, kooperatifleşmelerine yardımcı olmak, uygun ortam hazırlamak gerekir. Üreticilere hitap eden toplantılar, radyo ve televizyon programları düzenleyerek halkın bilgisinin artırılarak, ortak çalışma bilincinin oluşturulması üzerinde durulması gereken önemli konular arasındadır.

1.6.3. Tarımsal Yayımın İş Amacı

Yukarıda belirtilen genel amaçları gerçekleştirebilmek için yapılacak işlerin ayrıntılı tanımı gereklidir. Bu ayrıntılı tanım, amaçların ayrıntılarıyla belirtilmesiyle ilgidir. Dolayısıyla bu amaçlar her bir

faaliyet için ayrıntıları içerir. Bu nedenle bunlar tarımsal yayımın iş amacı olarak isimlendirilir. Genel amaçlara ulaşılması, birim yayım çalışmalarındaki başarıya bağlıdır. Diğer bir anlatımla iş amaçlarının gerçekleşmesine bağlıdır. İş amaçları üreticilerle birlikte saptanırsa, gerçekleşme şansı daha fazladır. Çünkü üreticilerin görüşlerinin alınması ve kararın oluşmasına katkıda bulunmalarının sağlanması, kendilerine sunulacak konuların dışarıdan empoze edilmediği izlenimini verir. Böylece uygulamaya katkıları daha fazla olur. Örneğin belirli bir yörede buğday üretiminde verimliliği artırmak, o yöredeki yayım biriminin genel amaçlarından biri olsun. Bunun için içinde yüksek verimli bir buğday çeşidinin tutunması için bir gösteri(demonstarasyon) düzenleme, iş amacıdır. Aynı şekilde, bu gösterinin zaman, yer ve kimler için yapılacağıın üreticilerle birlikte kararlaştırılması halinde konuyu, benimsenme olasılığı daha artacaktır. Aynı şekilde bir köyde pamuk üretim faaliyetinde yeni sulama yöntemlerinin üreticilere gösterilip uygulamalarını sağlamak da yine bir iş amacıdır. Üreticilerin sağlıklarıyla ilgili koruma önlemlerini içeren (İl Sağlık Müdürlüğü ile işbirliği yapılarak) bir sağlık seminerinin düzenlenmesi de bir iş amacıdır.

Bu açıklamalardan anlaşılacağı gibi iş amaçları, genel amaçlara ulaşma da, birim faaliyetinden elde edilen sonuçlardır. Genel amaçların gerçekleşmesi, büyük ölçüde iş amaçlarının başarıyla gerçekleşmesine bağlıdır.

1.7. Tarımsal Yayında Yöntem

Tarımsal yayımın eğitsel bir hizmet olması, ayrıca gönüllü katılıma dayanması nedeniyle, yapılacak yayım çalışmalarında hedef bireylerin zorlanması sözkonusu değildir.

(Gorollük) Dolayısıyla, tarımsal yayım hizmetini gerçekleştirirken yenilikleri zorla benimsetme yönünde çabalara girişilmelidir. Eğer sorun sahibi, sorunun çözümünü çeşitli nedenlerle istemiyorsa, ona zorla bir işi yaptırmak, tarımsal yayımın eğitimsel özelliğine ters düşer.

(Albatalık) Başka bir özellik ise üreticilere kendi sorunlarını, kendilerinin çözümlemesi doğrultusunda alışkanlık kazandırılmasıdır. Sorunun çözülmesi için sorun sahibinin bilinçlenmesi ve sorununa sahip çıkması gerekir. Bu şekilde sorunun çözümü kolaylaşır ve yeni sorunların çözülmesinde alışkanlık kazandırılır. Böylece kırsal alanda yaşayanlara zor kullanılmadan, onların istek ve kabullerini dikkate alarak, onlar üzerinde güven sağladıktan sonra, yenilikleri benimsetmek amacıyla faaliyette bulunmak ve değişimleri kabul ettirmek daha kolay olabilir. Bununla beraber, her zaman bir üreticinin tarımsal yayım çalışmasına katılmak istememesini, onun kendi kendine yardım arzusu taşımadığı şeklinde yorumlamak her zaman doğru değildir. Böyle bir tutumun nedenleri arasında kendi sorununun farkında olmama veya sorununu çözümleyebileceğine inanmama gibi nedenler olabilir. Böyle durumlarda tarımsal yayımcı, üreticileri sorun hakkında bilinçlendirmeli, sorunun çözümünü bir gereksinme haline getirmeli ve sorunun çözümünün gerekliliğine onları inandırmalıdır.

Sonuç olarak yenilikler benimsetilirken, yayımcılar bunları zorla benimsetmeye kalkışmamalı yenilikleri benimsetme faaliyetine öncelikle gönüllü olanlardan başlamalıdır.

1.8. Tarımsal Yayım Stratejisi

Tarımsal yayım çalışmalarının etkili olabilmesi için çalışma ile ilgili unsurların bir bütünlük içinde ele alınmaları gerekir. Üreticilere bir yenilik benimsetilmeye çalışılırken, o yeniliğin gerektirdiği veya gerektireceği alt yapı hizmetleri ile kredi, araç-gereç gibi olanakların da eğitim hizmeti ile birlikte götürülmesi gerekir.

1. Tarımsal yayımda strateji ile anlatılmak istenen konulardan birisi, tarımsal yatırımların başlamasıyla birlikte bu yatırımlarla ilgili bilgilerin ve yeniliklerin üreticiler tarafından benimsenecek bir zamanlamayla götürülmesidir. Dolayısıyla yatırım gerçekleştirildikten sonra, gelecek yeni teknolojilerin benimsetilmesinde geç kalınmamalıdır.

Örneğin bir bölgede sulama yatırımları başlamasıysa, bununla eş zamanlı olarak üreticilere sulu tarımla ilgili eğitim hizmeti de verilmeye başlanmalıdır. Eğer üreticiler sulu koşullarda tarım konusunda bilgilendirilmez ve bilinçlendirilmez ise, sulama başladığında ortaya çıkan sorunların çözülmesi daha güç hale gelecektir.

GAP bölgesinde önemli ölçüde bu sorunun yaşanması beklenmektedir. Çünkü sulu tarım kültürü (bilgi birikimi ve deneyimi) yetersiz bir üretici grubuna, su tarla başına geldikten sonra yayım faaliyetlerine başlanması, beklenen ölçüde başarıyı güçleştirecektir. Oysaki sulama yatırımları ile birlikte yayım stratejisi belirlenmiş ve

uygulanmaya başlanmış olsaydı, sulu koşullarda tarım yapmaya hazır bir topluluk önceden oluşturulmuş olabilirdi.

2. Yine tarımsal yayımda strateji ile anlatılmak istenen diğer bir konu da, üreticilere bir yenilik benimsetilirken sadece eğitim hizmeti ile yetinilmemelidir. Yeniliğin gerektirdiği araç, gereç ve diğer girdiler konusunda da üreticilere yardımcı olunmalıdır. Yani başarı için gerekli olan yayım hizmeti yanında diğer altyapı ve girdilerin temini konularında bütünsel bir yaklaşımın dikkate alınması gereklidir.

Nitekim, ülkemizde bu iki konunun dikkate alındığı projeler vardır. Örneğin Çorum-Çankırı Kırsal Kalkınma Proje'sinde bir yandan yatırımlar yapılırken, bir yandan da yayım hizmeti eş zamanlı götürülmeğe çalışılmıştır. Oysa bu strateji belirtildiği gibi GAP alanında uygulanmamış, GAP yatırımları başladığında üreticilere sulu tarımla ilgili yayım hizmeti yeterince götürülmemiştir. Sulamanın başladığı bölgelerde bilinçsiz sulama daha başlangıçta bazı alanlarda çoraklaşma konusunu gündeme getirmiştir. Ayrıca, sulu koşullarda yapılan tarımsal girdilerin temini konusunda da önemli sorunlar saptanmıştır(Gürgen ve ark, 1996).

2.

TARIMSAL YAYIM İLKELERİ

Bir ülkede yayım eğitimiyle uğraşan birim ve bireyler başarılı olabilmek için bazı ilkeleri dikkate almak durumundadırlar. Her ne kadar ülkesel, bölgesel ve yöresel koşullar birbiriyle uyumlu olmasa da, belirli ilkeleri uygulayarak kalkınmayı ve gelişmeyi hızlandırmak mümkün olabilir. Bu konuda çalışan uzmanlar aşağıda belirtilen bazı ilkeleri başarı için gerekli unsurlar olarak ortaya koymuşlardır (Şenocak,1967).

a) Yayım mevcut durumun incelenmesi ve analizine dayanmalıdır.

Yayım toplumdaki dinamik güçleri kullanarak sosyo-ekonomik ve kültürel bakımdan olumlu değişimler ortaya çıkarmayı amaçlar. Bu amaca ulaşmak için öncelikle toplumun sosyo-ekonomik özelliklerinin saptanması gereklidir. Böylece halkın bulunduğu düzey belirlenebilir ve bu düzeyden işe başlayarak, halkın olanak ve koşullarına uygun programlar hazırlanabilir. Dolayısıyla yayım faaliyetleri bu noktadan başlamalıdır.

ÖRNEK OLAY:

Süt sığırcılığı yapan işletmelerde yem bitkilerinin yetiştirilmesi ve geliştirilmesiyle ilgili bir araştırmada (Gürgen ve Planck,1989), bazı üreticilerin mısır silajının hayvan beslenmesindeki faydasını ve silaj yapmayı iyi bilmelerine karşılık, mısır silaj hasat makinalarına sahip olmamaları nedeniyle mısır ekimi üzerinde durmadıkları görülmüştür.

b) Yayım eğitimi "kendi kendine yardım etme" arzusu duyan gönüllü kişileri kapsamalıdır.

Kişilerin kendi kendine yardım arzusu duyması, gönüllü bir işbirliği için uygun ortam doğurabilir ve istenilen değişimin ortaya çıkarılmasında önemli rol oynar. Bu nedenle yayımcının öncelikle belirtilen özelliklere sahip kişiler üzerinde de durması olağandır. Ancak ilgisiz olanların ilgisizliklerinin nedenleri üzerinde durarak sorunun çözümü yönünde onları isteklendirmek dolayısıyla onları da ihmal etmemek gereklidir.

c) Yayım programları aşama aşama geliştirilmelidir.

Yayımcı tarafından götürülecek yenilik veya uygulamanın üreticilerin mali olanaklarına ve bilgi birikim düzeyine uygun olması gereklidir. Bu nedenle problemlerin çözümüne basitten başlayıp güç olanlara doğru gidilmelidir. Ayrıca başarı şansı yüksek (basit, kolay anlaşılabilir) yeniliklerden başlamak uygundur.

Örneğin belirli bir yörede serada turfanda sebze yetiştiriciliği öneriliyor ve çiftçilerin sebze yetiştiriciliği konusunda hiç deneyimleri yoksa; bu durumda önce açıkta sebze yetiştirme, teknikleri öğretilebilir. Bununla beraber açıkta ve serada sebze yetiştirmenin avantajları ve dezavantajları anlatılabilir. Daha sonra plastik alçak tünel, yüksek plastik tünel ve cam sera konusunda çalışmalar aşamalı olarak üreticilere ulaştırılabilir.

d) Yayım kırsal halkın ihtiyaç ve çıkarlarını gözetmelidir.

Hazırlanan yayım programları üreticilerin sorunlarını çözücü, ihtiyaçlarını giderici, beklentilerini bir ölçüde karşılayıcı olmalıdır. Bu özelliklerin taşımayan yayım çalışmalarının başarı şansı çok düşüktür.

ÖRNEK OLAY:

Hindistan'da bir köyde üreticilere tarımsal amaçlı sulama suyu sağlanması için sulama kuyusu açılması amacıyla kredi sağlanmıştır. Böylece sulu koşullarda tarımsal faaliyette bulunan alanların artması ve bunun sonucu olarak üretimde artış beklenmiştir. Ancak geçen sürede alınan kredilerin tarımsal amaçlı sulama kuyusu açılması için kullanılmadığı görülmüştür. Durum araştırıldığında, köylülerin sağlanan krediyi, o andaki ihtiyaçları olan içme suyu sağlamak amacıyla harcadıkları belirlenmiştir.

Bu örnek olayda da görüldüğü gibi planlanan faaliyetin üreticilerin ortak ihtiyaçlarını ne ölçüde karşılayabileceği üzerinde durulmalıdır. Söz konusu üreticilerin öncelikle içme suyu ile ilgili sorunlarının çözülmesi gerekirdi. Daha sonra ise bu kimselerin aldıkları krediyi amacına uygun kullanmaları beklenebilirdi.

Bu nedenle üreticilerin ihtiyaçları çok iyi belirlenmelidir. Yapılacak faaliyetlerin onların çıkarlarını gözettiği ve koruduğu konuları üzerinde titizlikle durulmalı ve bu onlara hissettirilmelidir.

e) Yayım eğitiminde demokratik yöntemler kullanılmalıdır.

Demokratik yöntemlerin kullanılması diğer ilkelerle de ilişkilidir. Kişilerin katıldığı, kararların ortak alındığı, sorumluluğun paylaşıldığı yöntemler demokratik yapının anlatımıdır.

Yayımlarına kişilerin katılımları kendi arzularına bağlıdır. Faaliyete istedikleri takdirde katılırlar, sorumlulukları paylaşırlar ve ortak kararlar oluştururlar. Bu yapı üreticilerin kendilerini rahat hissetmelerine ve yapılan faaliyetlere daha içtenlikle katılmalarına yol açar.

Ayrıca yayım faaliyeti kapsamına giren tüm üreticilere eşit fırsatlar sağlamak, yayım hizmetinden eşit şekilde yararlanmalarına özen göstermek gereklidir. Dolayısıyla bazı durumlarda yayımcıların küçük üreticilere göre, büyük işletme sahibi üreticilere daha fazla ilgi göstermeleri, bu ilke ile çatışmaktadır.

f) Yayım eğitiminde programlar esnek tutulmalıdır.

Program amaçları aynı kalmak koşuluyla, değişen koşullar nedeniyle programın başarısını etkileyecek faktörler değişebilir. Bu nedenle yapılan programlar, üzerinde bazı düzenlemeler yapılabilecek şekilde esnek tutulmalıdır.

g) Mevcut kültüre uygun olmalıdır.

Bu ilke, "mevcut durumun incelenmesi ve analizi" ilkesine çok yakındır. Mevcut durum toplumun bulunulan andaki davranış ve hareketlerine yön veren kuvvetleri kapsar. Kültür ise toplumun düşünüş, davranış ve yargılarının bütünüdür. Kişilerin gösterdikleri tepkilerin nedenleri ancak toplumun kültürel yapısını oluşturan faktörlerin bilinmesiyle öğrenilebilir. Bu nedenle yayımcının yaşadığı ortamdaki kültürel değerlerle, çalıştığı yerin yani kırsal alanın kültürel değerleri arasında benzerlikler olması durumunda daha başarılı çalışmalar gerçekleştirilebilir.

h) Yerel önderlerden yararlanılmalıdır.

Programın uygulanacağı bölgede önder özelliklerine sahip, toplumu belirli özellikleriyle etkileyebilen kimselerin, yayım çalışmalarına katılımlarının sağlanması ve desteklerinin alınması bilginin yayılması ve programın başarısı için önemlidir.

i) Yerel organizasyonlardan yararlanmalıdır.

Gönüllü olarak bir araya gelen insanlar tarafından oluşturulan çeşitli (kooperatifler, çiftçi birlikleri, cami, okul denekleri, vb). Organizasyonların etkinlikleri dikkate alınarak, yapılacak yayım faaliyetlerine desteklerinin sağlanması, başarılı sonuçlar alınmasına da yardımcı olacaktır. Bu nedenle bu tür organizasyonların varlığı ve etkinlikleri incelenmeli, uygulamaya desteklerinin hangi yollarla sağlanabileceği üzerinde durulmalıdır.

i) Yayım eğitimi ailenin bütün bireylerini kapsamalıdır.

Çiftçi ailesi ekonomik ve sosyal yönleri olan bir birimdir. Ekonomik faaliyetlerde ailedeki bireylerin katkısı vardır. Bu nedenle yayım eğitiminin ailedeki tüm bireylere yönelik olarak yürütülmesi gereklidir.

j) Çiftçilerin ihtiyaçları ölçüsünde programlanmalıdır.

Çiftçilerin belirli dönemlerde veya mevsimlerde ihtiyaç duydukları konular çok farklı olabilir. Örneğin pamuk ekim zamanında o dönemdeki konularla ilgili yayım yapılması uygun olacaktır. Aksi halde eğer ekim döneminde hasat ve depolama teknikleri konusu verilirse götürülen hizmetin etkinliği azalacaktır. O nedenle ihtiyaç duyulan konuların ilgili dönemlerde programa alınması önem taşımaktadır. Bu ise düzenlenecek bir tarım takvimi yardımıyla gerçekleştirilebilir.

k) Yayım birimi, devamlı çalışmalarını değerlendirmelidir.

Yapılan faaliyetlerin izlenerek değerlendirmede kullanılacak verilerin oluşturulması, yayım çalışmasının ne ölçüde başarılı gerçekleştirilip gerçekleştirilemediğini ortaya koymak açısından

3.

EĞİTİM VE YAYIM

En geniş anlamda eğitim, çocuklara, ergenlere ve yetişkinlere kazandırılacak zihinsel ve bedensel yeteneklerin tümünü kapsayan her çeşit yetiştirme etkinliğidir.

Ekonomik anlamda eğitim çeşitli yaş ve toplumsal kümelerde, toplumsal ve ekonomik değişimleri gerçekleştirmek, bireysel ve ulusal düzeyde toplumun gelişmesini sağlamak amacıyla, davranış ve becerileri geliştirmek ve bilginin yayılmasını sağlamak için gönüllü ve örgütlenmiş eylemlerin tümüdür (Adem,1977).

Genel olarak eğitim, örgütlenmiş (formal) ve örgütlenmemiş (informal) eğitim olmak üzere ayrılır.

a) Örgütlenmiş eğitim: Bireyin zihinsel yeteneklerinin gelişmesini sağlayan genel konularda ve bir meslek kazanmasını sağlayan uzmanlık alanlarında bilgiler edinmesi için gerekli her çeşit yetiştirme örgütlenmiş eğitim kapsamına girer. Örgütlenmiş eğitim örgün eğitim yaygın eğitim ve hizmetiçi eğitimden oluşur.

⇒ Örgün eğitim: İlk ve orta öğretim ile üniversite öğretimini (okul içi) kapsamaktadır.

⇒ Yaygın eğitim: Yetişkinlere okuma-yazma öğretmek, temel bilgiler vermek, en son devam ettiği öğretim kademesinde edindikleri bilgi ve yetenekleri geliştirmek ve hayatlarını kazanmalarını sağlayacak yeni nitelikler kazandırmak amacıyla verilen okuldışı eğitimidir. (okul dışı)

önemlidir. Bu nedenle yapılan faaliyetlerin kaydedilmesi ve belirli dönemlerde değerlendirmede kullanılmak üzere hazır bulundurulması gereklidir. Değerlendirme, ara dönemlerde faaliyetin istenen şekilde devam edip etmediğini görmek amacıyla yapıldığı gibi, dönem sonunda tüm faaliyetlerin değerlendirildiği bir sonuç değerlendirmesiyle de yapılır. Bu konu daha sonraki derslerde ayrıntılı olarak işlenecektir.

l) Yayım birimi, tüm çıkar grupları ile çalışmalıdır.

Yayım faaliyeti yalnızca bir gruba yönelik olmamalı, kırsal toplumdaki tüm bireylere yönelik olmalıdır. Eğer bir gruba fazla ilgi gösterilir, diğer bir gruba ilgi gösterilmez ise başarılı olma olasılığı düşer.

m) Yayım hizmeti, ulusal politikaya uygun yürütülmelidir.

Yayım hizmetinin ulusal düzeyde uygulanan politikalara uygun olmaması başarılı olmayı önler. Ulusal politikayla uyumayan bir program konusu desteğini bulamaz. Bu nedenle planlanan faaliyetlerin ulusal politikalara uygun düşmesi gerekir.

⇒ Hizmet içi eğitim: Hizmet-içi eğitim amaçlarının sınırlılığı ve kapsamının belirli koşullarda çalışan kişileri içine almaması nedeniyle, toplumun bütününe yönelmiş eğitimin genel amaçlarını bir bütün olarak gerçekleştirmek isteyen örgün ve yaygın eğitim programlarından farklıdır. Hizmet-içi eğitim iş veriminin artırılması, üretilen mal ve hizmetlerin niteliklerinin yükseltilmesi için gerekmektedir.

Buna göre zaman ve eğitim maliyeti dikkate alınarak, kalkınma sürecinde bütün sektörlerin ihtiyaç duyduğu vasıflı işgücünü belirli bir süre içinde yetiştirmek amaç olacaktır.

b) Örgütlenmemiş eğitim: Toplumsal çevreyi, yani aile ve mesleki eğitimi ifade eder.

Bu durumda tarımsal yaygın örgütlenmiş eğitim kapsamında ele alınan bir yaygın eğitim şekli olarak ele alınabilir. Çünkü yaygın, üreticileri daha iyi yaşam düzeyine ulaştırmak için yeni bilgi ve becerilerin kazandırılmasını amaçlanır. Bununla birlikte ingilizcede "non-formal education"ın karşılığı olarak yaygın eğitim kullanılmaktadır. Bu kavram bireyin kişisel gelişimlerini içermekten çok, istihdama yönelik yetiştirmeyi içermektedir. Dolayısıyla temelde bireylere veya gruplara bir meslek kazandırmaya yönelik eğitsel etkinlikleri içermektedir. Yine ingilizcede "adult education", yani yetişkinler eğitimi kavramı bir mesleğin yanı sıra, bireyin toplumsallaşmasına yönelik diğer eğitim gereksinimlerini de içine almaktadır (Celep,1995). Bu durumda yetişkin eğitiminin kapsamı, yaygın eğitime göre daha fazladır.

Yetişkin eğitimin temel işlevleri içinde okuma, yazma ve temel bilgiler kazandırma ile mesleki bilgi ve beceri kazandırma, kişisel gelişmeyi sağlama ve toplumsallaşmayı sağlama olarak belirtilebilir. Buna göre yaygın, yaygın eğitim yanında, yetişkin eğitiminin özelliklerini de taşımaktadır. Hatta yaygın, yetişkin eğitiminin özelliklerini daha fazla taşıdığı söylenebilir.

Eğitimin etkisi temelde iki şekilde ifade edilebilir. Eğitim belirli bir konuda bilgi sağlar ve genel muhakeme becerilerini geliştirir. Bu bilişsel etki olarak kabul edilir. Diğer ise bilişsel olmayan etki olup, eğitimin inanç ve değerlerin, iş ve topluma karşı tutumların değişimi ifade etmektedir.

3.1 Eğitim ve Sosyal Değişim İlişkisi

En ilkelinden en gelişmişine kadar her toplum sürekli bir sosyal değişim içindedir. Değişimin yönü ileriye ve iyiye doğru, kusursuz bir toplum düzenini kurmaya yöneliktir.

Sosyo-ekonomik açıdan sosyal değişim, toplumun belirli bir üretim biçiminden ve aşamasından daha ileri bir üretim biçimine ve aşamasına geçmesi demektir(Öztürk,1993). Örneğin tarımın gelişim sürecinde "geçimlik(geleneksel) tarım" anlayışının yerini, "ticari tarım" veya "endüstriyel tarım" anlayışına bırakması; son yıllarda organik tarım ve sürdürülebilir tarım uygulamaların gündeme gelmesi, sosyal değişimi etkileyen önemli üretim biçimi değişiklikleridir. Ayrıca üreticilere pasif alıcı rolü verilen genel tarımsal yaygın yaklaşımının yerini, katılımcılığa dayalı yeni yaklaşımlara bırakmaya başlaması, emek yoğun tarımsal üretimden, sermaye yoğun tarımsal üretime geçilmesi, kuru koşullarda tarım uygulamalarından sululu koşullarda tarıma geçme,

⇒ Hizmet içi eğitim: Hizmet-içi eğitim amaçlarının sınırlılığı ve kapsamının belirli koşullarda çalışan kişileri içine almaması nedeniyle, toplumun bütününe yönelmiş eğitimin genel amaçlarını bir bütün olarak gerçekleştirmek isteyen örgün ve yaygın eğitim programlarından farklıdır. Hizmet-içi eğitim iş veriminin artırılması, üretilen mal ve hizmetlerin niteliklerinin yükseltilmesi için gerekmektedir.

Buna göre zaman ve eğitim maliyeti dikkate alınarak, kalkınma sürecinde bütün sektörlerin ihtiyaç duyduğu vasıflı işgücünü belirli bir süre içinde yetiştirmek amaç olacaktır.

b) Örgütlenmemiş eğitim: Toplumsal çevreyi, yani aile ve mesleki eğitimi ifade eder.

Bu durumda tarımsal yayım örgütlenmiş eğitim kapsamında ele alınan bir yaygın eğitim şekli olarak ele alınabilir. Çünkü yayım, üreticileri daha iyi yaşam düzeyine ulaştırmak için yeni bilgi ve becerilerin kazandırılmasını amaçlanır. Bununla birlikte İngiltere'de "non-formal education"ın karşılığı olarak yaygın eğitim kullanılmaktadır. Bu kavram bireyin kişisel gelişimlerini içermekten çok, istihdama yönelik yetiştirmeyi içermektedir. Dolayısıyla temelde bireylere veya gruplara bir meslek kazandırmaya yönelik eğitsel etkinlikleri içermektedir. Yine İngiltere'de "adult education", yani yetişkinler eğitimi kavramı bir mesleğin yanısıra, bireyin toplumsallaşmasına yönelik diğer eğitim gereksinimlerini de içine almaktadır (Celep, 1995). Bu durumda yetişkin eğitiminin kapsamı, yaygın eğitime göre daha fazladır.

Yetişkin eğitimin temel işlevleri içinde okuma, yazma ve temel bilgiler kazandırma ile mesleki bilgi ve beceri kazandırma, kişisel gelişmeyi sağlama ve toplumsallaşmayı sağlama olarak belirtilebilir. Buna göre yayım, yaygın eğitim yanında, yetişkin eğitiminin özelliklerini de taşımaktadır. Hatta yayımın, yetişkin eğitiminin özelliklerini daha fazla taşıdığı söylenebilir.

Eğitimin etkisi temelde iki şekilde ifade edilebilir. Eğitim belirli bir konuda bilgi sağlar ve genel muhakeme becerilerini geliştirir. Bu bilişsel etki olarak kabul edilir. Diğerisi ise bilişsel olmayan etki olup, eğitimin inanç ve değerlerin, iş ve topluma karşı tutumların değişimi ifade etmektedir.

3.1 Eğitim ve Sosyal Değişim İlişkisi

En ilkelinden en gelişmişine kadar her toplum sürekli bir sosyal değişim içindedir. Değişimin yönü ileriye ve iyiye doğru, kusursuz bir toplum düzenini kurmaya yöneliktir.

Sosyo-ekonomik açıdan sosyal değişim, toplumun belirli bir üretim biçiminden ve aşamasından daha ileri bir üretim biçimine ve aşamasına geçmesi demektir (Öztürk, 1993). Örneğin tarımın gelişim sürecinde "geçimlik(geleneksel) tarım" anlayışının yerini, "ticari tarım" veya "endüstriyel tarım" anlayışına bırakması; son yıllarda organik tarım ve sürdürülebilir tarım uygulamaların gündeme gelmesi, sosyal değişmeyi etkileyen önemli üretim biçimi değişiklikleridir. Ayrıca üreticilere pasif alıcı rolü verilen genel tarımsal yayım yaklaşımının yerini, katılımcılığa dayalı yeni yaklaşımlara bırakmaya başlaması, emek yoğun tarımsal üretimden, sermaye yoğun tarımsal üretime geçilmesi, kuru koşullarda tarım uygulamalarından sulu koşullarda tarıma geçme,

emredici yönetimlerin yerini demokratik yönetimlere devretmesi birer sosyal değişimdir.

Üretim ve yönetim biçimlerindeki bu değişimler, üretim ilişkilerini düzenleyerek toplumsal dengenin sağlanmasında büyük etkilerde bulunmuştur.

Sosyal değişimin ana etkenlerinden bir diğeri de nüfusun sahip olduğu nicelik ve nitelikleridir. Belirtilen tüm bu etkenler, herhangi bir toplumda belirli bir zaman sürecinde büyük sosyal değişimlere neden olmaktadır. Sosyal değişim süreci içinde olan bir toplumun sosyal değişimin doğal bir sonucu olarak, sosyal, ekonomik ve politik yapısı, kültürü, sosyal örgütleri ve kurumları değişmektedir. Bu değişimler çeşitli sosyal sorunları beraberinde getirmekle birlikte, toplum genellikle ileriye ve daha yüksek bir aşamaya doğru yol almaktadır, yani gelişmektedir.

Bir yandan çok hızlı meydana gelen sosyal değişimler bunalımlara neden olurken, diğer taraftan değişimin yavaş olması da bazı sorunları ortaya çıkaracaktır.(Öztürk 1993).

Nüfus ve üretimdeki artışlar, toplumsal değişimin temel dinamikleridir. Bu dinamiklerin etkisi ile değişim gerçekleşmektedir. Üretimin artırılması teknik (teknolojik) tarım uygulamalarıyla mümkündür. Geliştirilen yeni teknolojiler kırsal alanda uygulama alanı buldukça, toplumsal değişim ivme kazanır.

Her toplum sosyo-ekonomik faktörlerin etkisiyle bir değişimi yaşadığına göre, toplumlar sahip oldukları özellikler nedeniyle belirli gelişim aşamalarında bulunmaktadırlar. Bir sınıflandırmaya göre; bugün dünya'daki bazı toplumlar tarım toplumunun, bazıları sanayi

toplumunun ve çok az bir bölümü ise bilgi toplumunun özelliklerini taşımaktadır. Ayrıca bazı toplumlar ise buldukları aşamadan diğer aşamaya geçme sürecini yaşamaktadırlar. Bu toplumlar, bulunan aşamaya özgü koşullar altında, farklı üretim biçimi ve farklı üretim ilişkilerini yaşamaktadırlar.

- ◆ Örneğin tarım toplumu(birinci dalga) aşamasında iletişim çoğunlukla ağızdan ağıza, kulaktan kulağa ve yüzyüzedir. Gazete radyo, TV'nin olmadığı bir ortamda, mesajları iletmenin tek yolu kalabalığı bir yere toplamaktır. Bu kendi başına bir mesajdır.
- ◆ Sanayi toplumu(ikinci dalga) aşamasında ise servet yapma (sermaye oluşturma) sistemi, seri üretime dayandırılmıştır. Bunun için daha uzak mesafeden iletişime ihtiyaç duyulmaktadır. Bu yapı iletişimde postane, telgraf ve telefon kullanımını getirmiştir. İkinci dalgada kitle haberleşme araçları oldukça etkilidir.
- ◆ Bilgi toplumunda (üçüncü dalga) ise daha serbest ifade ortamı, yönetilenlerle yönetenler arasında daha etkin bir geri yansımaya (feed back) sağlamış, karar sürecinde daha fazla halk katılımı zorunlu olmuştur. Bu aşamada daha az bürokratik işlem, daha az merkezi ve hızlı cevap verebilen bir devlet yapısı ortaya çıkmıştır. Devleti küçülterek (fonksiyonlarını sınırlayarak) onu insanlaştırmak, yani temel görev olarak toplumun düzen ve güvenliğini sağlamak benimsenmiştir. Belirtilen bu üçüncü dalga yaklaştıkça kitle haberleşme araçlarının etkileri giderek azalmaktadır. Yeni ve ucuz baskı makinelerinin varlığı, her topluluğun kendini ifade eden basılı araçlar oluşturmasına olanak tanımaktadır(Toffler, A., akt: Aydın, 1994).

Görüldüğü gibi toplumlar buldukları gelişim aşamalarına göre farklı araçları kullanmakta, farklı ifade tarzları geliştirmekte, dahası sosyo-ekonomik yapı ve bireyler arası ilişkiler farklı şekillere bürünmektedir.

Eğitimin sosyal değişmeye etkisini incelediğimizde, toplumların buldukları gelişmişlik aşamasından bir üst aşamaya geçerlerken çeşitli sorunlarla karşılaştıklarını görürüz. Bu sorunların çözülebilmesi için bireylerin aldıkları eğitimin, bilgi ve becerinin büyük önemi vardır. Ayrıca üstün özelliklerle donatılmış bireyler, sosyo-ekonomik değişmelerin olumsuz etkilerinden daha az etkilenirler ve yeni aşamanın koşullarına daha çabuk uyum sağlayabilirler. Dolayısıyla eğitim, hem sosyal değişmelere olanak hazırlar, hem de meydana gelen sosyal değişmelere bireylerin uymasını kolaylaştırır.

Örneğin sanayi toplumuna geçiş aşamasında kırsal alanda yaşayan bireylerin, sanayiye işgücü olarak katılması için yeterli bilgi ve beceriyle donatılması gerekir. Bu ise eğitim ile sağlanır. Bunun gerçekleştirilmesi için öncelikle örgün eğitimin kullanılması zorunludur. Ayrıca, toplumdaki her bireyin örgün eğitim çağında olmadığı düşünülürse, yetişkin ve üretim-tüketim ilişkilerini bizzat yaşayan bireylerin, yaygın eğitim kapsamında eğitime tabi tutulmaları gereklidir. Bu noktada geçiş aşamasındaki toplumların tarımsal üretim biçimi ve tarımsal üretim ilişkilerinin düzenlenmesi için tarımsal yayım eğitimine ihtiyaç duyulmaktadır.

3.2. Eğitim ve Ekonomik Kalkınma İlişkisi

Ekonomik kalkınmada insan becerilerine yatırımın önemine ilk dikkat çekenler A.Smith ve klasik iktisadın öncüleri olmuşlardır. Schultz(1961) ve Denison(1962), eğitimin işgücünün beceri ve verimlilik kapasitesini geliştirme yoluyla ulusal gelirin büyümesine doğrudan katkıda bulunduğunu ortaya koymuşlardır. Denison(1962) tarafından yapılan bir çalışmada 1930-1960 yılları arasında ABD'deki üretim artışındaki büyüme oranlarının yaklaşık 1/4'ünün (%23)

işgücünün eğitim düzeyinin artışından kaynaklandığını, bir başka çalışmada(1967) ise, %15'inin eğitim düzeyinin artışından kaynaklandığını hesaplamıştır. Bu oran diğer sanayileşmiş ülkelerden İngiltere'de %12, İtalya'da %7 ve Almanya'da %2'dir. Kanada %25'lik oranla ele alınan ülkeler içinde ilk sıradadır. Aynı yaklaşımın bazı gelişmekte olan ülkelere uygulanmasından karmaşık sonuçlar alınmıştır. Örneğin bir Afrika ülkesi olan Gana'da %23,2, Nijerya'da %16, Latin Amerika ülkelerinden Arjantin'de %16.5, Honduras'da %6.5 ve Brezilya'da %3.3'tür. Bu sonuçlar gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ülkelere yaklaşık 1950'den beri çıktındaki büyümenin önemli bir bölümü işgücünün eğitim düzeyindeki artışla açıklanabilir. Ancak bu tahminler, karşı çıkılan çok çeşitli kuramsal varsayımlara dayanmaktadır. Daha sonra yapılan bir çok çalışmada konu incelenmiş eğitim ile çıktındaki büyüme arasında bağların olduğu ortaya konulmuştur. Hicks(1980) tarafından yapılan bir çalışmada 1960-77 yılları arasındaki dönemde 83 gelişmekte olan ülkede, eğitimsel gelişmenin ölçüsü olarak okuryazarlık, yaşam beklentisi ve büyüme arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bulgular en hızlı büyümenin gerçekleştirildiği 12 ülkedeki okuryazarlık oranlarının ve yaşam beklentisinin, ortalama değerlerin oldukça üzerinde olduğunu göstermiştir. 1980 yılında Dünya Bankasının Kalkınma Raporunda eğitimin ekonomik büyümeyi uyardaki önemi yeniden onaylanarak vurgulanmıştır(Psacharopoulos ve Woodhall, 1985). Hatta eğitimle diğer faktörlerin (yatırımların) birbirini tamamladığı dikkate alındığında ekonomik büyümeye katkısının daha fazla olacağı öne sürülmüştür.

Doğal olarak ekonomik kalkınmanın bir parçası olan tarımsal kalkınma içinde benzer şeyleri söylemek mümkündür. Ülkelerdeki

kentsel ve kırsal toplum farklı gelişme aşamalarında veya bir aşamadan diğerine geçiş sürecinde farklı özellikler göstermektedir. Bu fark kırsal alan için daha belirgindir. Aynı ülke içinde kırsal kentsel alanlardaki farkın giderilmesi ve tüm toplumun daha ileri ülkelere yetişme özelemleri, ülkelerin değişmez amacı olmuştur. Bu amaçla tarımsal yapıya çeşitli tarım politikası amaçlarıyla müdahalelerde bulunulmuş ve bulunmaktadır. Bu müdahale şekillerinden birisi de tarımsal yayım aracılığıyla olmaktadır.

Özellikle gelişmekte olan ülkelerde nüfusun çok önemli bir bölümü kırsal alanlarda yaşamaktadır. Bu büyük kitlenin mevcut yaşam düzeylerinin daha iyiye götürülmesi için yetişkin nüfusun da eğitsel faaliyetlerden yararlandırılması gereklidir. Bu şekilde kırsal alandaki üretim biçimine ve üretim ilişkilerine müdahale ederek tarımsal kalkınmanın sağlanması beklenir.

Kırsal kalkınma, ekonomik ve sosyal amaçların entegrasyonu ile ortaya çıkan bir işlemdir. Kırsal kalkınma yalnızca tarımsal problemleri değil aynı zamanda sosyal ve kurumsal problemleri de çözmeye çaba göstermelidir (Oakley ve Garforth, 1988). Buna göre kırsal kalkınma üreticinin tüm yönlerini kapsamaktadır. Belirtildiği gibi yayım da üreticiyi tüm yönleriyle ele almaktadır. Bu özellikler tarımsal yayımın etkin kullanıldığı taktirde kalkınmanın sağlanmasında önemli işlevleri yerine getireceğini göstermektedir.

Çizelge 3.1'de üreticilerin sahip olduğu eğitim ile verimlilik arasındaki ilişki verilmiştir. Buna göre ortalama değerler incelendiğinde 4 yıllık eğitim almış üreticilerin hiç eğitim almamışlara göre daha yüksektir. Temel eğitim almış ve girdi kullanan üreticilerin hiç eğitim almamışlara göre ortalama % 13.2 daha fazla ürün elde etmişlerdir.

Temel eğitim almış ancak girdi kullanmayanlarda ise hiç eğitim almayanlara oranla verimlilik artışı % 8.1'dir. Ayrıca girdi kullanan üreticilerin elde ettikleri ürün miktarı, eğitim almış ancak girdi kullanmayanlara göre daha yüksektir. Bu durumda 4 yıllık eğitim almış üreticilerin, eğitim almayanlara göre verimlilikleri %8-13 daha fazladır. Bu bulgu eğitimin önemini görmek bakımından önemlidir.

Çizelge 3.1. Çiftçilere Yönelik Eğitim ve Çiftçilerin Verimlilikleri Arasındaki İlişkiler

Çalışma Alanları	Tarımsal çıktıda yıllık artış (%) (*)
Tamamlayıcı girdiler (**)	
Brezilya (Garibaldi), 1970	18.4
Brezilya (Resende), 1969	4.0
Brezilya (Taquari), 1970	22.1
Brezilya (Vicosa), 1969	9.3
Kolombiya (Chinchina), 1969	-0.8
Kolombiya (Espinal), 1969	24.4
Kenya, 1971-72	6.9
Malezya, 1973	20.4
Nepal, 1968-69	20.4
Güney Kore, 1973	9.1
Ortalama (Ağırlıklandırılmış)	13.2
Tamamlayıcı girdiler olmaksızın	
Brezilya (Candelaria), 1970	10.8
Brezilya (Conceicao de Castelo), 1969	-3.6
Brezilya (Guarani), 1970	-7.2
Brezilya (Paracatu), 1969	12.4
Kolombiya (Malaga), 1969	12.5
Kolombiya (Moniquina), 1969	25.9
Yunanistan 1963	8.1
Ortalama (Ağırlıklandırılmış)	8.1

Kaynak: Psacharopoulos ve Woodhall, 1985.

(*) Hiç eğitim görmeyenlerin aksine 4 yıllık temel eğitim almış çiftçilerin, tarımsal çıktılarında bu eğitimden kaynaklanan yıllık artış tahminleri (%)

(**) Geliştirilmiş tohum, sulama, pazarlama, taşıma vb. destekler

3.3. Yetişkinler ve Yetişkin Eğitiminin Özellikleri

Yetişkin birey denildiğinde zihinsel ve bedensel gelişimini tamamlamış ve psikolojik olgunluğa ulaşmış, ekonomik bağımsızlığını kazanmış ve toplumda bir sorumluluk üstlenen kimse anlaşılır(Celep, 1995). Burada üreticiler yetişkin özelliklerine sahiptir.

Ülkelerde, gelişmişlik düzeylerine göre bireyler farklı yaş düzeylerinde çalışma hayatına atılmaktadırlar. Gelişmiş ülkelerdeki nüfusun çalışmaya başlama yaşı, gelişmekte olan ülkelere göre daha yüksektir. Dolayısıyla ekonomik bağımsızlığı kazanmada önemli bir etken olan iş sahibi olma, sorumluluk üstlenme bakımından gelişmekte olan ülkelerdeki bireyler daha erken yaşlarda yetişkin özelliğini kazanabilmektedirler.

Yetişkinin fiziksel, psikolojik ve toplumsal olmak üzere üç gelişmiş özelliğinden söz edilebilir.

⇒ Fiziksel özellikler: Bireyin yaşı ilerledikçe fiziksel yapısında değişiklikler olmaktadır. Bu değişimler yetişkinin öğrenme gücünü ve hızını etkilemektedir(Geray, 1978; akt: Celep, 1995).

- Görme yeteneği: 20-25 yaşları arasında görme gücü en yüksek düzeydedir. 40-45 yaşlarında bu güçte birden bire düşme görülür.
- İşitme yeteneği: yetişkinin yaşı ilerledikçe işitme gücünde de azalmalar olmaktadır. Bu nedenle eğitsel etkinliklerde öğretici konumundaki kimse (yayımcı), ses tonunu iyi ayarlamalı, dudak mimikleri yetişkin tarafından görülecek biçimde konuşmaya özen göstermeli ve görsel-ışitsel araçların kullanımını ön plana çıkarmalıdır.

- Çalışma gücü: Yaş ilerledikçe iç salgı bezlerinin etkinliği azaldığından, hücreler daha çabuk yıpranır. Ayrıca kas gücünde de azalma olduğundan istenilen hızda çalışma olanağı azalmaktadır. Bu nedenle kendi işine daha fazla zaman ayırmak durumunda kalacağından eğitime daha az zaman ayırabilir.

⇒ b- Psikolojik özellikler:

Yetişkinin psikolojik gelişme özellikleri, yetişkinlik dönemlerine göre farklılıklar göstermektedir. Bu dönemler genç, orta ve ileri yaşlar olmak üzere üçe ayrılabilir(Celep, 1995). Ancak bu dönemler kesin çizgilerle ayrılmamaktadır. Yetişkin yaşı ilerledikçe, rollerini ve dolayısıyla beklentilerini değiştirmek zorundadır.

⇒ c- Toplumsal özellikler:

- Yetişkinler üyesi oldukları topluma ve gruba göre farklı beklentilere ve farklı eğitim alma ihtiyaçlarına sahiptirler. Meslek, gelir düzeyi, cinsiyet, evli olup olmama, yaşanan yer ve dinsel inançlar eğitsel faaliyetlere katılımı etkileyen önemli faktörlerdir(Geray, 1978; akt: Celep 1995).
- Gelecekte kullanma olasılığı olan bir bilgiyi öğrenme, özellikle yetişkinlerde zaman tüketici ve verimsiz bir öğrenme yoludur. Bireyin kendisi için koyduğu amaçlara ulaşma isteği, öğrenme isteğini artırır, öğrenme süresini kısaltır. Geri kalmış toplumlar geleneksel bir yapıya sahiptir. Bu nedenle yetişkinleri üyesi oldukları grubun geleneksel değerlerine sıkı sıkıya bağlıdırlar. Bunun sonucu olarak eğitim alma ihtiyaçları da son derece düşüktür. Gelişmiş toplumlarda ise bireylerin eğitime olan ihtiyaçları daha fazladır. Çünkü toplum içindeki dinamiklere ayak uydurmak, toplumdaki yerini koruyabilmek ve toplumsal rolünü

geliştirmek için, yeni bilgi ve beceriler edinme yönünde uğraş verir.

Yetişkin eğitiminin özellikleri ise şunlardır; Örgün eğitim yoluyla bireye ancak belirli dönemlerde bilgi ve beceri kazandırılmaktadır. Örgün eğitimden sonraki dönemde bireyin yeni davranışlar kazanmasına ortam hazırlayan ve müdahale şansı veren eğitim şekli, yetişkin eğitimidir. Dolayısıyla yetişkin eğitimi örgün eğitimden farklı özelliklere sahiptir.

Tarımsal yayımın ilgilendiği temel grup yetişkinlerdir. Çiftçilerin kendilerine ulaştırılan yayım etkinliklerine olan ilgileri belirli faktörler tarafından belirlenir. Bunlar yetişkinler ve özellikleri bölümünde belirtilmiştir. Buna göre yetişkinlere sunulan eğitimin amacı, ulaştırılacak konuların içeriği ve hangi yöntemlerle ulaştırılması gerektiği önem kazanmaktadır. Bu durumda eğitim faaliyetine karar vermede ve faaliyetin uygulanması anında, bazı konulara dikkat edilmesi gereklidir. Bunlardan bazıları aşağıda verilmiştir.

- ◆ a- Üretici için eğitim faaliyetine katılım, tarımsal üretim faaliyetinden arta kalan zamanın değerlendirilmesi anlamını taşır. Bu nedenle katılımı sağlamak için onlarda istek uyandırmak, onlarla ilgilenmek gereklidir. Bu ilgi ve istek eğitsel faaliyetin amacının üreticinin varolan sorunlarını çözmek olduğu, yeni konuların kendilerine ulaştırılarak kaynaklarını geliştirmeye katkıda bulunmak olduğu iyi anlatılmalıdır. Dolayısıyla üreticinin karşılaştığı sorunları çözücü konular üzerinde durulmalıdır.
- ◆ b- Fayda sağlayıcı özelliği olmalıdır. Üretici katıldığı, zaman ayırdığı eğitsel faaliyetten fayda sağlamak ister. Kendisine fayda sağlamayan faaliyetlere boşa geçen zaman olarak bakabilir. Bu

nedenle eğitsel faaliyetle işlenecek konunun sağlayacağı faydalar üzerinde durulmalıdır.

- ◆ c- Kısa sürede sonuç almayı sağlayacak konular üzerinde durmak yararlıdır. Böylece yayıma olan olumlu yaklaşım, sürekli canlı tutulabilir.
- ◆ d- Eğitimin zamanlaması esas olarak, üreticinin işlerinin olmadığı zamana denk getirilmelidir. Aksi halde üretici faaliyetlere kayıtsız kalır. Beklenen etkinlik sağlanamaz.
- ◆ e- Katılım için zorlanamazlar. Yetişkin eğitiminin gereği olarak üreticiye faaliyete katılması için zorlamada bulunulamaz. Tamamen gönüllü katılım söz konusudur. Belirlenen faaliyete katılım için arzu uyandırıcı etkinliklerde bulunulabilir.
- ◆ f- Sahip olunan deneyimler dikkate alınmalıdır. Üretici deneyim sahibidir. Faaliyette bulunurken bunların öğrenilmesi ve dikkate alınması gereklidir.
- ◆ g- Faaliyetin bilgi ve özellikle beceri kazandırıcı yönleri üzerinde durulmalıdır. Sahip olunan alışkanlık ve deneyimlerin istenen yönde değiştirilmesi, üreticiye bilgi ve beceri kazandırıcı faaliyetlerin yoğunluğuyla gerçekleşebilir.
- ◆ h- Kendisine saygı duyulmasını bekler. Yetişkin tanımı gereği fiziksel, bedensel ve zihinsel gelişimini tamamlamıştır. Belirli bir psikolojik olgunluğa ulaşmıştır. Ekonomik bağımsızlığını kazanmış ve toplumda belirli sorumlulukları üstlenmiştir. Bu nedenle kişiliği oluşmuş, şekillenmiş olan yetişkin, kendisine saygı duyulmasını bekler, toplumdaki sorumluluk ve rolünü düşürücü davranışlardan kendisini koruma eğilimindedir.

- ◆ i- Verilmesi düşünülen konular olabildiğince sık tekrar edilmelidir. Böylece mesajların daha iyi algılanmasına olanak tanınır.
- ◆ j- Üretici ile yayımcı ilişkisi öğrenci-öğretmen ilişkisinin ötesinde daha sıcak, aynı konumdaki bireylerin ilişkisi düzeyinde tutulmalıdır. Bu ilişki arkadaş, ilişkisi özelliği taşımalıdır. Dolayısıyla yayımcı tarafından farklı sosyo-kültürel özelliklere sahip üreticilere uygun davranış gösterilmelidir.

3.4. Tarımsal Yayım Eğitimi

3.4.1. Tarımsal Yayım Elemanlarının Eğitim Zorunluluğu

Yayımcılara gerek teknik gerekse mesleki bilgilerin büyük bir kısmı Ziraat Fakültelerinde veya Tarım Meslek Liselerinde verilmektedir. Türkiye’de gerek Tarım Meslek Liselerinde ve gerekse Ziraat Fakültelerinde yayımcıların yaptıkları işlere göre verilen derslerin, yetersiz ve teorik kaldığı bilinmektedir (Fitzherbert,1983; Yurttaş,1979; Aktaş,1977; Taluğ ve Tatlıdil,1981). Ayrıca çeşitli bilgi üretme kaynakları tarafından oluşturulan tarımsal bilgiler de kendi aralarında entegre edilmiş değildir.

Bunların dışında Türkiye’de yayımcıların sistematik olarak, mesleki dergilerle, gazetelerle ve haber bültenleri ile yeterli ölçüde desteklendiğini ve tarımsal gelişmeler hakkında bilinçlendirildiğini iddia etmek güçtür. Tarım il müdürlüklerince düzenlenen hizmet-içi kursların da yeterli olmadığı bilinmektedir. Böyle bir ortam içinde, yayımcının mesleki ve teknik yönden yetişmesi, ya kişisel çabalarıyla üniversite ve diğer araştırma kuruluşlarıyla sağlayabileceği ilişkiye, yurt-içi ve yurt-dışı eğitim olanaklarına bağlı kalacaktır. Oysa gelişmiş ülkelerde yayımcıların teknik ve mesleki yönden başarılı olmaları için, devamlı

eğitildikleri(Albrecht ve ark,1987) ve özellikle mesleki yeteneklerinin gelişmesi için sosyoloji, psikoloji ve pedagoji gibi dersleri aldıkları görülmektedir(Salinas, 1982).

Gerçekten yayımcıların üreticilere ulaşabilmeleri, yaklaşabilmeleri, onlarda güven duygusu yaratabilmeleri ve onlara en uygun gelebilecek yayım tekniklerini seçebilmeleri için (gerek mühendis ve gerekse teknisyen düzeyinde olsun) meslek hayatlarının başlangıcında, tarımın pratik ve teknik yönleriyle ilgili olarak aldıkları eğitime ek olarak, tarımsal yayım ve yöntemleri, sosyoloji, eğitim bilimi, haberleşme, psikoloji ve beşeri ilişkiler gibi dersleri de almalarında büyük yarar vardır. Zira bu derslerin yayımcılara yukarıda sözü edilen mesleki yetenekleri kazandırmada katkısı olduğu bilinmektedir(Albrecht ve ark, 1987). Oysa bu konuda yapılan bir araştırmada yayım elemanlarının tamamı, öğrenim dönemlerinde tarımsal yayım derslerini almalarına rağmen, diğer dersleri almadıkları anlaşılmıştır. Ancak beşeri ilişkiler, sosyoloji ve psikoloji dersi alanların da bu dersleri, çeşitli nedenlerle katıldıkları kurslarda veya bazılarının ise lisans üstü öğrenimleri sırasında aldıkları belirlenmiştir. Fakültelerin ve meslek okullarının programlarında yer alan tarımsal yayım dersleri, genellikle bir yarıyıl içinde ve toplam 28 saat verilmektedir. Bu süre ise ancak tarımsal yayımla ilgili teorik esasların verilmesine yeterli olabilmektedir. Bu nedenle yayımcıları mesleki yeteneğini artırıcı ve uygulamaya yönelik konuları yeterince görmediği, hatta kırsal gelişme ve yayım metodolojisini bile yeterince öğrenemedikleri, hizmet verdikleri yörede yeterince yararlı olmadıkları da belirtilmektedir (Doğanca, 1982). Yayımcının işi insandır. Bu nedenle onu etkilemek istediği insanların davranışları üzerinde kusursuz bir bilgisinin olması

gerekir. Bu etkileme kişiyi ya kendine bağlar veya uzaklaştırır (Flament,1965).

Yayımcının, çiftçiyi etkileyebilmesi ve onda güven duygusu yaratıp, kendine bağlayabilmesi için insan davranışlarını konu eden psikoloji ve beşeri ilişkiler gibi dersleri almış olmasının yararları tartışılmaz. Ayrıca yeniliklerin benimsetilmesinde çeşitli sosyal grupların değişik yaşam biçimlerinin inançlarının ve değerlerinin etkileri de inkar edilemez (Özkaya,1988;Fremeaux,1982). Bu nedenle yayım elemanlarının, özellikle "köy sosyolojisi" ile ilgili konuları öğrenmelerinde büyük yararlar olabilir.

ÖRNEK

Avrupa Birliği üyesi ülkelerde tarımsal yayım eğitimi verilen önemi ortaya koymak için **Almanya** örneği üzerinde durulmuştur. Almanya birçok eyaletten meydana gelmiştir. Bu nedenle eyaletler arasında uygulama farklılıkları olabilir. Burada örnek olarak alınan eyalet Stuttgart eyaletindeki Hohenheim Üniversitesinde lisans ve lisans üstü yayım eğitimi dikkate alınmıştır.

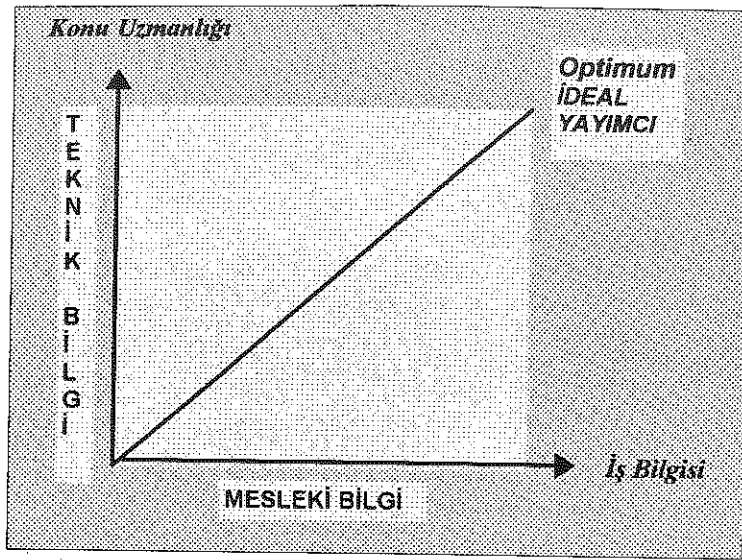
Ülkemizde öğrenci daha başlangıçta üniversiteye girerken arzuladığı fakülteye giremezken, girdikten sonra uygulamaya yönelik staj olanakları da son derece sınırlı iken, Almanya'da öğrenci arzuladığı Ziraat Fakültesinde eğitime başlayabilmek için ön koşul olarak en az 6 ay süreyle bir tarım işletmesinde stajını tamamlamış olması gerekir. Bu süre, normal fakülte öğrenim süresi dışında sayılmaktadır. Öğrenci iki yıllık ön lisans eğitimini başarı ile tamamladıktan sonra 2 yıl daha çeşitli bakımlardan dersler alarak ziraat mühendisi ünvanını alabilmektedir. Bir öğrenci 2 yıllık ön lisans programında birbirine benzer bölümlerden aldığı temel derslerin dışında her yıl "Tarım Ekonomisi ve Sosyoloji" adı altında dersler de almakta ve bunlar toplam 16 kredi saate ulaşmaktadır. Ayrıca 3. Yarıyılıda psikoloji ve tarım sosyolojisi olarak haftada 3 saatlik ders almaktadır. Ön lisanstan sonra çeşitli anabilim dallarına göre öğrenciler uzmanlaşmaktadır. Örneğin

tarımsal yayım anabilim dalından mezun olacak bir öğrenci, Yayımın Esasları ve Metodları, Tarımsal Yayım Organizasyonları, Bireysel ve Kitleli Haberleşme Teknikleri, Bilgi Kaynakları, İnsan Yönetiminin Problemleri, Motivasyon, Tarımsal Yayımında Proje Planlaması, Gelişmekte Olan Ülkelerde Yayım Sorunları, gibi çok çeşitli teorik ve pratik dersleri almaktadır. Oysa ülkemizde "Tarım Ekonomisi" bölümlerinde dahi, Tarımsal Yayımın Esasları ile Tarımsal Yayım Yöntemleri dışında başka ders verilmemektedir. Kaldığı Almanya'da Tarım Bakanlığında yayımcı olarak çalışacak olanların, mutlaka Tarımsal Yayım Anabilim Dalının derslerini alması zorunlu tutulmaktadır(Anonim,1989).

Oysa ülkemizde üniversite eğitiminde öğrencilere tarımsal yayım konusunda bu kadar geniş kapsamlı bilgiler verilememektedir. Ayrıca Alman çiftçilerinin önemli bir kısmı temel tarım bilgileri veren okullardan mezun olduğu halde(Türkdoğan,1973), ülkemizde tarımsal faaliyet kollarında çalışan nüfus içerisinde okuma yazma bilmeyenlerin oranı %30'lar düzeyindedir(erkeklerde %19.1 kadınlarda %40.8). Oysa eğitim düzeyi yüksek çiftçilere yenilikleri benimsetmenin ve onlarda istenen davranış değişikliklerini gerçekleştirmenin, eğitim düzeyi daha düşük olanlara göre daha kolay olacağı söylenebilir.

3.4.2. Yayımcıya Yönelik Eğitim Konuları

Yayımcının görevini etkin bir şekilde yürütebilmesi ve ideal bir yayımcı olabilmesi için temel olarak 2 yönünün çok güçlü olması gereklidir. 1-Teknik bilgi, 2-Mesleki bilgi İdeal bir yayımcı optimum teknik bilgiye ve optimum mesleki (metodolojik) bilgiye sahip olmalıdır.



Kaynak: Cori SpA. 1991'den düzenlenmiştir.

Şekil 3.1. İdeal Bir Yayımcının Bilgi Birikim Özellikleri

Her iki tür bilgiye sahip olmak, ideal bir yayımcı için gereklidir. Konuyu biraz daha açmak gerekirse, aşağıda verilen konulardaki gelişmeleri bilmesi gerekir.

1. Bitkisel ve hayvansal üretimin esaslarını,
2. Tarımsal gelişmenin hızı ve sürekliliğini,
3. İşletme yönetim ve organizasyonunu
4. Kırsal toplumun yaşantısını,
5. Çiftçilerin neyi, nasıl öğrendiklerini,
6. Haberleşme teknik ve yöntemlerini,

Türkiye ile ilgili bazı saptamalar:

- Türkiye'de Ziraat Fakültelerinde bitkisel ve hayvansal üretimle ilgili teorik ve pratik bilgiler verilmektedir. Ancak bitkisel ve hayvansal üretimle ilgili bilgiler fakülte bünyesinde yer alan çeşitli bölümlere göre farklı olmaktadır. Bu nedenle farklı bölümlerden

mezun iki öğrenci, aynı tarımsal kuruluşta çoğu zaman benzer görevi üstlenebilmektedir.

- Diğer taraftan tarımsal faaliyetler büyük oranda doğa koşullarına bağımlı olduğundan bitkisel ve hayvansal üretimde de farklılıklar görülmektedir. Bu nedenle yayımcı bölge koşullarındaki bitkisel ve hayvansal üretimin esaslarını çok iyi bilmeli ve üretici sorunlarını iyi anlamalıdır. yayımcının, üretim sorunlarını iyi bilmesi gerekir.
- Bilim ve teknikteki hızlı gelişmeler yeni metot ve teknolojileri ortaya çıkarmaktadır. Bunun sonucu üretim teknikleri de gelişmekte, ilkel üretim yöntemlerinin yerini, modern üretim yöntemleri almaktadır. Yayımcının bu gelişmeleri izlemesini ve öğrenmesini sağlayacak bilgiler verilmelidir.
- Ziraat fakültelerinden mezun olan ziraat mühendislerinin çok önemli bir bölümü, şehir kökenli ailelerin çocukları olduklarından, kırsal toplumun kendine özgü yaşantısını da yeterince bilememektedir.

ÖRNEK:

⇒ 1996 yılında Türkiye ziraat fakültelerinin son sınıf öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışmada (Yurdakul ve ark., 1996); öğrencilerin %28.7'si köy, %36.2'si ilçe %32.9'u kent ve %2.2'si ise yurt dışı doğumludur. Daha ilginç olanı 1995 yılı itibarıyla öğrenci ailelerinin %12.6'sı köylerde, %40.9'u ilçelerde, %45.8'i kentlerde ve %0.8'i ise yurt dışında ikamet etmektedirler. Bu nedenle öğrencilerimize ve yayım biriminde çalışan mezunlarımıza kırsal alanda yaşayan ailelerin sosyal yapısı, değer yargıları, ortak inançları ve tutumları konusunda temel bilgilerin kazandırılması gerekir.

- Çiftçiler, tarımsal yenilikleri çeşitli yollardan öğrenirler. Yeniliği komşusundan, arkadaşından veya bir kamu kuruluşunun

yetkilisinden öğrenmiş olabilir. Ya da kendi uğraşları sonucu yeni bir yöntem veya ürün çeşidi geliştirmiş olabilirler.

- İşte yayımcı, yenilikleri üreticilere benimsetirken, onların bilgi kaynaklarını ve bunların dışında kalan öğretim yöntemlerini de bilmelidir.
- Yayımcının mesleği gereği zamanının büyük bir kısmı haberleşme ile geçeceğinden, haberleşme teknik ve yöntemlerini de iyi bilmesi gerekir.
- Türkiye'de sistemli bir çiftlik yönetim ve organizasyonunun olmayışı en çok sıkıntısı çekilen konulardandır. Çiftliklerin çok büyük bir çoğunluğu bilimsel yöntemlerle yönetilmemektedir. Personel ve iş organizasyonu, çoğu işletmede yapılamamaktadır. Bu yetirsizliği bizzat yayım hizmeti yapan kamu kuruluşlarında da görmek mümkündür. Bu nedenle yayımcı bu konularla ilgili bilgilere de sahip olmalıdır.

3.4.3. Eğitim Şekilleri

Yayım örgütünde çalışan çeşitli kademelerde ki elemanlar ve için düzenlenecek eğitim şekilleri farklılık göstermektedir.

3.4.3.1. Uzmanlık Eğitimi

Yayım biriminde çalışan Ziraat Mühendisleri, lisans eğitimi döneminde yeterince tarımsal yayım dersleri alamamış olabilirler. Sistemli bir yayım çalışmasında yayım aşamalarının belirlenmesini iyi öğrenmemiş olabilirler. Bunların dışında tarımsal kalkınma, izleme ve değerlendirme, personel eğitimi, gibi konular, lisans eğitimi ötesinde iyi bilinmesi gereken konulardır.

İşte tarımsal yayım kuruluşunda görev alan ziraat mühendislerinin yayımla ilgili konularda uzmanlaşmaları için 6-12 ay arasında değişebilecek eğitim kursları düzenlenmelidir. Bu kurslar yayım kuruluşunun merkezinde yapılabileceği gibi, öğretim elemanlarının kolaylıkla temin edilebileceği üniversitelerin olduğu yerlerde de düzenlenebilir.

3.4.3.2. Pratik Kurslar

Yayım biriminde çalışan teknisyenler için düzenlenir. Teknisyenlerin daha önce öğrenmiş oldukları teorik bilgilerinin uygulamada geçerliliğini tartışmak ve deneyimlerini arttırmak pratik kursların amacıdır. Bu kurslar daha çok onların, çalışacakları bölgenin ekonomik ve sosyal yapısına uyum sağlama, uygulamada karşılaşılan başlıca güçlükler, sorumluluklar ve uygulanacak kurallar, kuruluş içindeki ast-üst ilişkileri gibi konularda pratik bilgilerini arttırmak için düzenlenir. Böyle kurslar için süre, kursa katılanların bilgi ve deneyim düzeylerine göre değişmekle beraber 1-2 hafta olabilir. Kurs süresince, kursun yapıldığı merkezdeki, yayım kuruluşlarının çeşitli düzeydeki elemanları ile uygulamaya yönelik konularda tartışma ortamı da sağlanmalıdır. Ayrıca, faydalı görülecek tarımsal kuruluş ve işletmelere de ziyaretler düzenlenmelidir.

3.4.3.3. İş Yerinde Eğitim

Özellikle Ziraat teknisyeni düzeyindeki alan yayımcıların bizzat çalıştıkları alanlarda, (tarla başında) eğitilmesidir. Bunun için konu uzmanları düzenli ziyaretlerle söz konusu yayım elemanlarının karşılaştıkları güçlüklerin ve sorunların çözümünü iş başında göstererek

eğitirler. İş yerinde eğitim iyi organize edildiği takdirde çok yararlı bir eğitsel uygulamadır.

3.5. Yayımın Kullandığı Bilginin Kaynakları

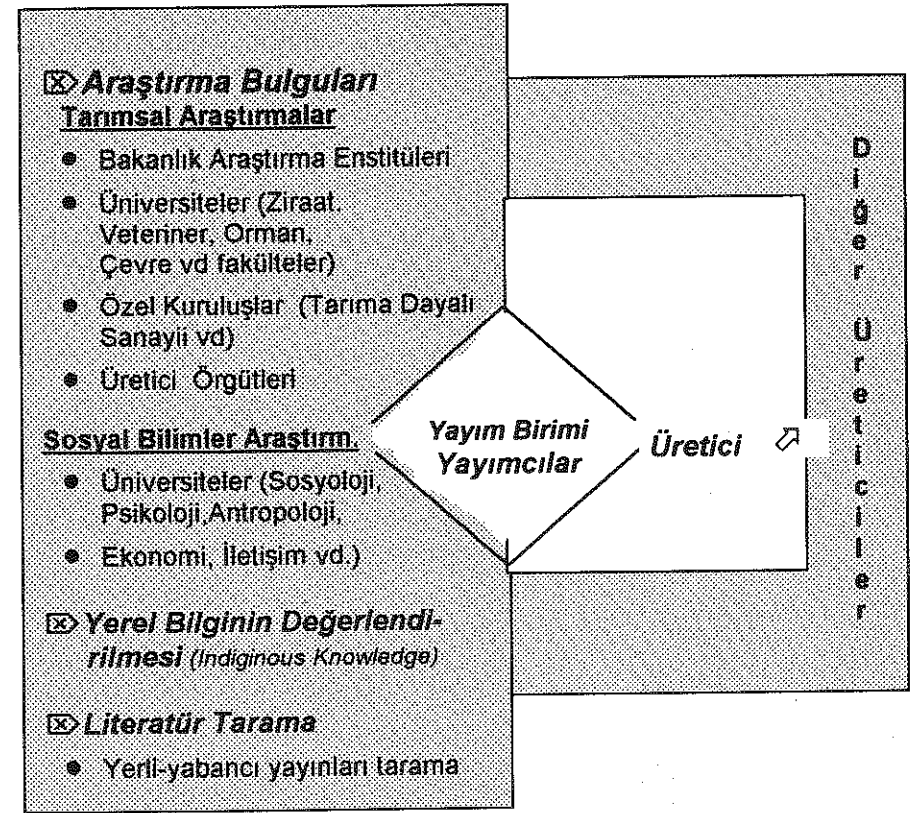
Tarımsal yayım bilim dalı, kendisinin ve farklı bilim dallarının ürettiği bilgileri kullanmaktadır (Şekil 3.2). Bu bilgileri gerek yayımcı niteliğini kazandırmayı istediği kimselere, gerekse üreticilere sunmaktadır. Yayımin kullandığı 3 temel bilgi kaynağı olduğu söylenebilir. Bunlar; 1. Araştırma Bulguları, 2. Yerel Bilgi ve 3. Literatür olarak sıralanabilir.

1. Araştırma Bulguları: Bunlar tarımsal araştırmalar ve sosyal bilimler araştırmaları olmak üzere 2'ye ayrılabilir. Tarımsal araştırmalar: Tarım Bakanlığı araştırma enstitüleri, üniversiteler, özel kuruluşlar ve üretici örgütleri tarafından gerçekleştirilmektedir. Tarımsal araştırmaların sonuçları çoğunlukla üreticilere sunulacak bilgilerin temelini oluşturur. Ayrıca tarıma dayalı sanayi kuruluşları ve tarımla ilgili diğer birimler de bundan yararlanırlar. Sosyal Bilimler Araştırmaları: Sosyal bilimler ve bu alanda yapılan araştırmaların sonuçları daha çok yayımcı özelliklerinin kazandırılmasında, yani yayımcı yetiştirmede kullanılır. Dolayısıyla yayımcının çiftçi ile iyi ilişki kurmasını sağlayacak bilgiler sosyal bilimlerden sağlanır.

2. Yerel Bilgi (Indigenous Knowledge): Yüzyıllardan beri kırsal toplumun karşılaştıkları sorunları çözmek için buldukları pratik yollara ait bilgi birikimleridir. Yerel koşullara uygundur ve sonuçları önceden bilinir, risk ve belirsizlik olabildiğince azdır. Bu nedenle üreticiler tarafından rahatlıkla kullanılır. Ayrıca yerel bilgi çoğu zaman bilimsel

araştırmalara kaynaklık edebilir ve araştırma konusu haline dönüştürülebilir.

3. Literatür: Bir bilgi kaynağı olarak literatür, yayımı ilgilendiren tüm kesimlere yönelik bilgi oluşturmada kullanılabilir. Dolayısıyla hem araştırma, hem yayım ve hem de üreticilere yönelik olarak daha önce aynı bölgede veya farklı bölgelerde aynı konularda yapılan çalışmalara ulaşma ile ilgilidir. Bu veriler farklı amaçlarla, farklı etkinlikte kullanılabilir.



Şekil 3.2. Yayımın Kullandığı Bilgilerin Kaynakları

4.

DÜNYADA TARIMSAL YAYIM⁽¹⁾

Bu bölümde 113 ülkedeki ⁽²⁾ 207 tarımsal yayım kuruluşunun verileriyle dünyada tarımsal yayımın genel bir görünümü ortaya konulmuştur.

4.1. Yayım Birimlerinin Kuruluşu

İlk yayım faaliyetinin tarihi araştırıldığında, hem Avrupa, hem de Kuzey Amerika'da 1800'lü yılların ortalarına kadar gittiği görülür. Yayımı organize etmek, kurumsallaştırmak için yapılan denemeler ve birçok çalışma, 20. yüzyılın başlarına kadar başarılı olamamıştır. Dünyada yayım birimlerinin kuruluş tarihleri çizelge 4.1'de verilmiştir.

Çizelge 4.1. Dünyada Tarımsal Yayım Kuruluşlarındaki Gelişme

Dönemler	Kurulu Yayım Kuruluşu	
	Sayısı	Oran(%)
1910-Öncesi	14	7
1910-1919	6	3
1920-1929	8	4
1930-1939	5	2
1940-1949	15	8
1950-1959	20	10
1960-1969	31	16
1970-1979	50	25
1980-1989	49	25
Toplam	198	100,0

⁽¹⁾ Bu bölüm, Editörlüğünü Burton E.Swanson'un yaptığı ve FAO tarafından "Report of the Global Consultation on Agricultural Extension(1990)"adıyla yayınlanan eserin 43-76. sayfaları arasında bulunan "The Current Status of Agricultural Extension Worldwide" başlıklı ve B.E.Swanson, B.J.Farner, R.Bahal tarafından yapılan çalışmanın önemli görülen bölümlerinin çevrilmesiyle oluşturulmuştur.

⁽²⁾ Çalışmaya katılan ülkeler Ek-1'de verilmiştir.

Dünyada tarımsal yayım kuruluşlarının %50'si ya son 20 yıl içinde kurulmuş yada yeniden organize edilmiştir. Anket çalışmasına katılan kuruluşlardan alınan bilgiler değerlendirildiğinde, 1950'lerin sonu ve 1960'ların başlarında birçok gelişmekte olan ülkede, yayım sistemlerinin kurulması için harcanan çabaların tam anlamıyla başarılı olmadığı görülmüş ve bu eski kuruluşların bazıları günümüzde yeniden tesis edilmiştir. Son yirmi yıl içinde birçok ülkede yeniden kurulan ve yenilenen yayım organizasyonlarının yenilenme gerekçeleri ilgi çekicidir.

Bu gerekçe gıda üretiminin artırılmasındaki zorunluluktan kaynaklanmaktadır. Bu nedenle pek çok ulusal hükümet gıda maddeleri konusunda kendine yeterlilik ve gıda güvencesini sağlamaya yönelik olarak çaba harcamaktadır. Bunu da tarımsal yayım aracılığıyla kırsal alana teknoloji transfer ederek gerçekleştirmek arayışındadır.

Bu eğilim, ulusal ve uluslararası düzeyde tarımsal araştırmaya yapılan yatırımları artırmaktadır. Nedeni ne olursa olsun, görülüyor ki hükümetler, FAO ve bazı yardım kuruluşları (World Bank, IFAD, bölgesel kalkınma bankaları ve birçok yardım kuruluşu) gelişmekte olan ülkelerde yayım sistemlerinin kurulması veya yenilenmesi konusunda 1970'li yılların ortalarından beri harcadıkları çabaları arttırmışlardır. Bu şekilde güçlü bir teknoloji transferine yönelmişlerdir.

Görülüyor ki tarımsal yayım birimleri gittikçe daha güçlü bir şekilde kurulmakta ve birçok gelişmekte olan ülkede desteklenmektedir. Kısa süre içinde, bu ülkelerde yayım elemanlarının sayısının ve kalitesinin arttığı, elemanların yayım programları içindeki performanslarının yükseldiği görülecektir.

4.2. Yayım Faaliyetini Yürüten Kuruluşların Yasal Durumu

Yayım faaliyetleri ve programları farklı yasal statüdeki değişik kurumlar tarafından yürütülebilir. Tarımsal yayım sistemi genellikle Tarım Bakanlığına yada Kırsal Kalkınma Bakanlığına bağlıdır. Ayrıca yayım faaliyeti üniversiteler ve devlete bağlı olmayan kuruluşlar(NGO) tarafından da yürütülebilir.

Çizelge 4.2. Tarımsal Yayım Kuruluşlarının Bağlı Olduğu Birimler

Bağlı Olduğu Birim	Ülkeler	
	Sayısı	Oran(%)
1. DEVLETE BAĞLI	160	86
- Tarım Bakanlığı	151	81
- Üniversiteler	2	1
- Diğer Kuruluşlar	7	4
2. DEVLETE BAĞLI OLMAYAN (NGO)	13	7
3. ÖZEL	10	5
4. DİĞER	3	2
Toplam	186	100

Bu çalışmaya katılan yayım organizasyonlarının yaklaşık %86'sı devlete bağlı bir devlet bakanlığı, bir devlet üniversitesi yada ikincil görevi yayım olan (parastatal) diğer kuruluşlar olabilir.

Çizelge 4.2 incelendiğinde yayım birimlerinin %81.1 gibi çok büyük bir çoğunluğu Tarım Bakanlığı veya Kırsal Kalkınma Bakanlığı yada benzer bir devlet birimi içinde organize edilmişlerdir. Geriye kalan diğer birimler ise çiftçilerin içinde olduğu gruplar, kendi sorununu kendi çözme yeteneğine sahip, kendine yeten gruplar ve ticari olarak faaliyette bulunan kuruluşlardır.

Şunu belirtmek gerekir ki; gelişmekte olan birçok ülkede ihraç ürünleri üretimini ve mali konuları organize etmeye yardım eden çok sayıda özel ve parastatal kuruluş vardır. Bu kuruluşların çoğu bazı yayım şekillerini kullanarak teknoloji transferini sağlamak için çalışmaktadırlar. Bu çok sayıdaki kuruluşun yeterli düzeyde

profesyonel ve teknik elemanı yoktur. Teknoloji transferi ise girdi arzı, kredi ve pazarlama hizmetleri gibi konuları da kapsayan birçok konudan sadece birisidir.

4.3. Yayım Kuruluşlarının Üreticilere Ayırdıkları

Zaman ve Kaynaklar

Pazara (ticari ürün üretimine) yönelik üretim yapan ticari işletmeler, toplam yayım kaynaklarının %58'nden yararlanmaktadır. Geçimlik üretim yapan işletmeler, kadın çiftçiler ve topraksız çiftçiler yayım kaynaklarının %34'ünden biraz daha fazla bir kısmını kullanmaktadırlar. Herşeye rağmen bu dağılım ulusal ekonomik büyüme için olumlu bir anlam taşıyabilir.

Ayrıca önemli bölgesel farklılıklara rağmen kırsal gençlik ve ev ekonomisi faaliyetleri yayımın tüm zaman ve kaynağının %3'ünü almaktadır.

Çizelge 4.3. Yayım Kuruluşları Tarafından Farklı Niteliklere Sahip Üreticilere Ayrılan Zaman ve Kaynaklar

Üretici Grupları	Ülke Grupları (%)						
	Afrika	Asya-Pasifik	Avrupa	Latin Amerika	Kuzey Amerika	Yakın Doğu	Dünya
Büyük Ticari İşletmeler	3	7	42	9	23	6	9
Küçük Ticari İşletmeler	17	29	27	33	25	25	26
Pazar İçin Üretim Yapan İşl.	26	17	5	24	1	34	23
Geçimlik İşletmeler	31	28	2	18	1	14	22
Kadın Çiftçiler	7	3	3	5	1	9	5
Topraksız Çiftçiler	1	4	1	2	1	5	2
Genç Çiftçiler	8	6	5	4	4	2	5
Kırsal Gençlik	2	2	2	1	12	-	2
Ev Ekonomisi	1	2	4	-	9	1	1
Diğer Gruplar	4	2	9	4	23	4	5
Toplam (%)	100	100	100	100	100	100	100
Toplam Ülke Sayısı	38	28	7	39	4	16	132

4.4. Kullanılan Yayım Yöntemleri

Yayım planlayıcıları bireysel, grupsal ve kitlesel yayım yöntemlerini birleştirmek; dolayısıyla bunları uygun bir bileşimle kullanmak gayretindedirler.

Örneğin kitlesel yöntemler, üreticileri yeni teknolojiler konusunda haberdar etmede hızlı ve etkin bir haberleşme sağlamak için kullanılmaktadır. Grup yöntemleri özel tekniklerin ve yönetim pratiğinin üreticilere öğretilmesinde etkindir. Kişisel yöntemler bireysel ziyaretler sırasında çiftçilere yardım etme ve tavsiyede bulunma olanağı sağlar. Bazen yeni tekniklerin ve uygulamaların ne ölçüde benimsendiğinin test edilmesini de sağlar.

Çizelge 4.4. Yayım Birimlerinin Farklı Yayım Yöntemlerine Ayırdıkları Zaman

Yayım Yöntemleri	Ülke Grupları (%)						
	Afrika	Asya-Pasifik	Avrupa	Latin Amerika	Kuzey Amerika	Yakın Doğu	Dünya
Bireysel	35	48	57	44	32	45	43
Grupsal	51	36	31	45	42	28	41
Kitlesel	14	16	12	11	26	27	16
Toplam(%)	100	100	100	100	100	100	100
T.Ülke S.	38	27	13	28	5	15	126

4.5. Yayım Faaliyetleri ve Sonuçları

Tarımsal yayımın amacı esas olarak kırsal ailelerin yaşam düzeyini geliştirmek için onlara katkıda bulunmaktır. Bu süreçteki araçlar teknoloji transferi ve insan sermayesinin geliştirilmesidir. Bir ülkede tarımsal kalkınma sürecine katkıda bulunan çok sayıda faktör vardır. Bu etkilerin doğrudan ölçülmesi ve yayımın özel katkısının diğerlerinden izole edilerek ortaya konulması güçtür. Tamamlanan eğitsel faaliyetlerin tipi, hatta alan yayımcısının bireysel faaliyetlerinin analizi yayım organizasyonu yada tüm yayım biriminin kalkınmaya

olan katkısını ölçmede belirleyici olabilir. Çizelge 4.5-4.6'de yayım birimi ve yayımcılar tarafından tamamlanan yıllık faaliyetler ve elde edilen sonuçların(çıktı) ortalama sayıları verilmiştir.

Çizelge 4.5. Her Bir Alan Yayımcısı Tarafından Gerçekleştirilen Yıllık Yayım Faaliyetleri (1988)

Yayım Faaliyetleri	Ülke Grupları (Medyan Değer)						
	Afrika	Asya-Pasifik	Avrupa	Latin Amerika	Kuzey Amerika	Yakın Doğu	Dünya
Bireysel Çiftlik Ziyaretleri	125	200	43	294	94	237	156
Çiftçinin Ziyareti (*)	50	115	45	90	300	92	83
Grup Eğitim Toplantısı	23	23	6	16	30	20	20
Çiftçi Şartlarında Gösteriler	24	11	3	8	23	7	10
Tarla Günü	21	4	3	3	7.5	5	5
Toplam Ülke Sayısı	36	24	10	28	5	15	118

(*)Yayımcıyı bürosunda ziyaret.

Bireysel, grupsal ve kitlesel öğretim teknikleri kapsamındaki iletişim araçları ile gerçekleştirilen faaliyetler oransal olarak incelendiğinde, bazı ilginç bölgesel farklılıklar söz konusudur. Bu farklılıklar (her farklı bölge ve farklı ülkeler tarafından), değişik yayım yaklaşım ve stratejilerinin uygulandığını göstermektedir. Hemen her yıl, alan yayımcılarını ve yayımı destekleyen kuruluşlar tarafından etkileyici bir şekilde eğitici aktiviteler yapılmaktadır.

Çizelge 4.6. Yayım Kuruluşlarının Gerçekleştirdiği Yıllık Faaliyet Sonuçları (1988)

Yayım Faaliyetleri	Ülke Grupları (Medyan Değeri)						
	Afrika	Asya-Pasifik	Avrupa	Latin Amerika	Kuzey Amerika	Yakın Doğu	Dünya
Çiftçi Eğitim kursları	20	135	53	85	750	52	70.5
Çiftçi Tarla Günleri	156	45	31	150	110	15	78
Çiftçi Yarışmaları	5	9	48	-	560	4	4
Grup Gezileri	6	15	100	46	50	3	12
Yayım El Kitabı	2	6	15	2	11	1	2
Yayım Bülteni	4	6	9	8	18	2	5
Yayım Broşürleri	4	12	15	6	20	10	8
Posterler	2	5	15	9	5	3	4
Duyuru Panoları	10	4	6	8	130	-	8
Radio Yayınları	43	260	104	56	450	83	94
Toplam Ülke Sayısı	38	24	9	28	5	15	119

4.6. Araştırma ile Yayım Bağlantısı

Bugün tarımsal kalkınma alanındaki temel düşünce, araştırma ve yayım arasındaki bağlantının güçlendirilmesi ile ilgilidir. Bu bağ özellikle teknoloji transferi ile ilgilidir. Yayım yöneticileri araştırma ile olan bağlantılarının oldukça güçlü olduğunu belirtmektedirler. Bir çok yayım yöneticisi araştırma ile ilişkilerini az çok güçlü ve orta düzeyde güçlü olarak belirtmişlerdir.

Çizelge 4.7. Yayım Yöneticilerinin Değerlendirmelerine Göre Yayım İle Araştırma Arasındaki Bağların Güçlülüğü

Bağlantının Gücü	Ülke Grupları (%)						
	Afrika	Asya-Pasifik	Avrupa	Latin Amerika	Kuzey Amerika	Yakın Doğu	Dünya
Çok Zayıf	2	-	-	-	-	-	1
Zayıf	18	15	8	11	33	14	15
İyiye Yakın(Orta)	39	18	8	48	33	36	33
Güçlü	39	52	59	30	34	43	49
Çok Güçlü	2	15	25	11	-	7	9
Toplam (%)	100	100	100	100	100	100	100
Topl. Ülke Sayısı	38	27	12	27	5	14	123

4.7. İzleme ve Program Değerlendirme

Bir yayım sisteminin etkili ve verimli çalışabilmesi için, ortaya çıkması olası sorunlar, ciddi boyutlara ulaşmadan önce, bu sorunları saptayacak bir geri besleme (feedback) sistemine ihtiyaç duyulur. Bu sistem, kurumsal açıdan gelişme ve problemlerin tanımlanması için gereklidir.

Genellikle bu tür geri besleme sistemleri yayım sisteminden bağımsız ve doğrudan yayım yöneticisine rapor veren bir izleme ve değerlendirme birimi şeklinde çalışırlar. Birçok izleme ve değerlendirme birimi, yapılan yardımlar (bağışlar) yoluyla yenilenmiş yada güçlendirilmiştir. Bu birimler kuruluş için yaşamsal öneme

sahiptir. Ancak bunların birçoğu güçsüzdür. Sınırlı kaynaklarla, sınırlı işbirliğiyle ve sınırlı desteklerle bu işlevlerini sürdürmektedirler.

Yayım sisteminin uzun vadeli başarısında, program değerlendirilmesinin öneminden dolayı, her bir kuruma şu anda işleyen bir izleme ve değerlendirme yada benzer bir program değerlendirme birimlerinin olup olmadığı sorulmuştur(Çizelge 4.8).

Çizelge 4.8. Yayım Programlarının Değerlendirilmesinde İzleme ve Değerlendirme Ünitesinin Kullanımı ve Yararlılığı Üzerinde Görüşler

İzleme ve Değ. Ünitesinden Yararlanma	Ülke Grupları (%)						
	Afrika	Asya- Pasifik	Avrupa	Latin Amerika	Kuzey Amerika	Yakın Doğu	Dünya
Yararlanılıyor	62	68	15	36	33	50	50
Yararlanılmıyor	38	32	85	64	67	50	50
Toplam (%)	100	100	100	100	100	100	100
T.Ülke Sayısı	37	25	13	28	5	14	122

Verilen cevapların yarısından, genel olarak yayım kuruluşlarının program geliştirmede, geri yansımaya sağlayan, yeter düzeyde işleyen bir izleme ve değerlendirme ünitesine sahip oldukları ve bundan yararlandıkları anlaşılmaktadır. İzleme ve değerlendirme biriminden en fazla yararlanan ülke grupları incelendiğinde, bunların en fazla destek alan Asya ile Pasifik ve Afrika ülkeleri olduğu görülür.

Yayım sistemi iyi işleyen bir izleme-değerlendirme sistemine sahip olmalıdır. Böylece yönetimde ve eğitim programlarının yürütülmesinde etkinlik sağlanabilir.

4.8. Yayımında İnsan kaynakları

Başarılı bir yayım sistemi için temel kaynak iyi eğitilmiş yayım personelinin sayısının yeterliliğidir. Politik çevre(ortam), finansal kaynaklar, yapısal, yönetsel ve diğer faktörler başarılı bir sistemin performansını doğrudan etkiler. İyi yetişmiş, ancak yetersiz sayıdaki yayımcı ile; planlamada, eğitim programlarının etkin olarak yapılmasında ve teknoloji transferi çabalarında ciddi sınırlılıklar ortaya çıkacaktır.

4.8.1. Yayım Elemanı Varlığı

Bu çalışmada 108 ülkeden elde edilen verilere göre, 1988 yılında toplam 542,133 yayım elemanı bulunmaktadır. Aşağıdaki Çizelgede dünyadaki yayım elemanlarının genel durumunu ortaya koymak için elde edilen veriler analiz edilmiş ve çeşitli şekillerde sunulmuştur. Buna ek olarak 1980 yılında yapılmış benzer bir çalışma ile bazı karşılaştırmalar yapılacaktır. İlk olarak Çizelge 4.9'da yayım elemanlarının coğrafik bölgelere göre dağılımı yapılmıştır. 108 ülkedeki tüm yayım elemanlarının %70'inden daha fazlası Asya ile Pasifik ülkelerinde bulunmaktadır. Ancak bu bölgedeki yayım elemanlarının %36'sı (193.300 kişi) Çin Halk Cumhuriyeti'ndedir. Bu incelemelere dayanarak, halen dünyada 600.000 den fazla yayım elemanı olduğu tahmin edilmektedir.

Çizelge 4.9. Yayım Elemanı Varlığı(1988)

Bölgeler	Dikkate Alınan Ülke Sayısı	Yayım Elemanı Sayısı (kişi)	Yayım Elemanı Oranı (%)
Afrika	30	58.958	10.8
Asya-Pasifik	27	390.747	72.1
Avrupa	10	14.498	2.7
Latin Amerika	23	32.965	6.1
Kuzey Amerika	3	15.274	2.8
Yakın Doğu	15	29.691	5.5
Toplam	108	542.133	100.0

4.8.2. Yayım Personelinin Çalışma Alanları

Yayım elemanları çalıştıkları kuruluşlarda idari personel, konu uzmanı (SMS) ve alan yayımcısı olarak kırsal alanda faaliyetlerini yürütmektedirler.

Çizelge 4.10. Yayım Elemanlarının Yaptıkları İşlerin Tiplerine Göre Dağılımı(1988)

İşin Niteliği	Afrika	Asya-Pasifik	Avrupa	Latin Amerika	Kuzey Amerika	Yakın Doğu	Dünya
	İdari Personel (Sayı)	2.390	20.358	535	2.711	835	3.008
(%)	4.5	7.2	4.3	8.7	5.5	11.2	7.1
Konu Uzmanı (Sayı)	6.966	36.742	2.620	4.089	4.701	4.015	59.133
(büro yayımcısı) (%)	13.2	13.0	21.1	13.1	30.8	14.9	14.1
Alan Yayımcısı (Sayı)	43.447	224.875	9.276	24.350	9.736	19.857	33.1541
(%)	82.3	79.8	74.6	78.2	63.7	73.9	78.8
Ara Toplam (Sayı)	52.803	281.975	12.431	31.150	15.272	26.880	420.511
Tanımlanamayan Görevler (Sayı)	6.155	108.772	2.067	1815	2	2.811	121.622
Toplam Yayım Personeli (Sayı)	58.958	390.747	14.498	32.965	15.274	29.691	542.133
Toplam Ülke Sayısı	30	27	10	23	3	15	108

Dünyada tarımsal yayımcı olarak görev yapan elemanların %78.8'i alan yayımcısı %14.1'i konu uzmanı olarak(büro yayımcısı) ve %7,9'u ise idari işlerde faaliyet göstermektedirler.

1980 verileriyle dünya geneli için yapılmış bir çalışmada(Swanson ve Rassi,1981), 105 ülkede toplam 290.592 yayım personeli olduğu saptanmıştır. Bu veriler bu ülkelerdeki toplam 113 kuruluşta elde edilmiştir. Bu ülkelerin tamamının iki farklı çalışmada da yer almasına rağmen, 1980'den beri tarımsal yayım içinde kadınların oranında fazla bir değişiklik olmamıştır. 1980 yılında yaklaşık 55.150 (%19) olan kadın yayım elemanı olduğu tahmin edilmiştir. Bunların 32,500'ü tarımsal yayımda, diğer 22.650'si ise ev ekonomisi programlarında çalışmışlardır. Buna göre tarımsal yayım elemanı olarak çalışan kadınların oranı %12 olarak hesaplanmıştır.

1988 yılında ise, 98 ülkede toplam 63.810 kadın yayım elemanının çalıştığı ve bunların toplam içinde %15,6 lik bir pay aldığı belirtilmiştir. Buna karşılık ev ekonomisi programında çalışan kadınların sayısı 7.000 olarak saptanmıştır.

Çizelge 4.11. Kadın Yayım Eleman Varlığı (1988)

Bölgeler	Toplam Erkek Yayım Elemanı Varlığı (Kişi)	Toplam Kadın Yayım Elemanı Varlığı (kişi)	Kadınların Payı (%)	Toplam Erkek Alan Tarımsal Yayımcı Varlığı (kişi)	Toplam Kadın Alan Tarımsal Yayımcı Varlığı (kişi)	Kadınların Payı (%)
Afrika	36.811	4.581	11.1	29.395	2.197	7.0
AsyaPasifik	240.472	41.686	14.8	188.869	30.984	14.1
Avrupa	10.490	1.947	15.7	5.813	414	6.6
L.Amerika	25.865	4.377	14.5	11.997	1.937	13.9
K.Amerika	9.286	5.988	39.2	4.107	724	15.0
Yakın Doğu	21.650	5.231	19.5	6.701	696	9.4
Toplam	344.574	63.810	15.6	246.882	36.952	13.0

Çalışmaya katılan ülkelerdeki tarımsal ve ilgili programlarda çalışan yayımcıların halen yaklaşık 37.000'inin yani %13'ünün kadın alan yayımcısı olduğu bildirilmiştir. Diğer 3.250 kadın idari işlerde ve 7000 kadın ise tarımsal konu uzmanı olarak çalışmaktadır. Sonuç olarak 1988 yılında 98 ülkede yaklaşık 47.250 kadın tarımsal yayım personeli bulunmaktadır. Bunlar dışındaki diğer kadın yayım personeli kırsal gençlik gibi, alanlarda çalışmaktadır.

Bu konuda belirtilmesi gereken bir nokta da; Afrika'da kadın tarımsal yayım personelinin oranı 1980 yılında %3 iken, 1988 yılında yalnızca %7'ye çıkmış olmasıdır. Afrika'da tarımsal üretiminin artırılmasında ve kalkınmasında tarımsal yayımcıların kalite(nitelik) ve sayısının yükseltilmesine büyük önem verilmelidir. Böylece Afrikalı çiftçi kadınların teknik ve yönetim becerilerinin artırılması mümkün olabilir.

4.8.3. Konu Uzmanları

Konu uzmanları yayım sisteminde kritik bir rol üstlenirler. Teknoloji transferinde yayım sisteminin başarısı konu uzmanlarının oranı ve kalitesi ile direkt ilgilidir. Swanson ve ark.,(1990)'na göre bir konu uzmanına düşen alan yayıncısı sayısı 4-5 olmalıdır. Bu konu uzmanlarının yaklaşık %20'sinin yüksek lisans derecesine veya eşdeğer bir eğitime, yada kapsamlı alan deneyimine sahip olmaları gereklidir. Alan yayıncılarının desteklenmesinde yararlanan konu uzmanları oranında, bölgeler arasında önemli farklılıklar vardır. Bu farklılıklar Kuzey Amerika'da her 2 alan yayıncısına 1 konu uzmanı, Afrika'da ise bölgesel ortalama olarak 1 konu uzmanına 13.6 alan yayıncısı düşmekte ve değerler bunlar arasında değişmektedir. Dünya'da toplam yayım elemanları içinde konu uzmanlarının ortalama oranı %14.1 olarak hesaplanmıştır. 1980 yılında yapılan çalışmada ise bu oran %8 olarak saptanmıştır.

1980 yılından beri konu uzmanlarının sayısında ve oranında oldukça büyük gelişmeler olmasına rağmen, birçok ülke hala konu uzmanına düşen alan yayıncısı bakımından yetersizdir. Bazı ülkelerde her 10 alan yayıncısına 1 konu uzmanı düşmektedir. Yakın Doğu, Asya ve Afrika'daki birçok ülkede alan yayıncılarını destekleyen çok az sayıda konu uzmanı vardır. Bu oranlar tipik olarak 1/10 ile 1/30 arasında değişmektedir. Buna ek olarak bu konu uzmanlarının birçoğunun eğitim düzeyi(lisans derecesi yada mezuniyet sonrası öğrenim derecesi), araştırma ile etkin işbirliği sağlamaya olanak tanımayacak kadar düşüktür.

Çizelge 4.12. Konu Uzmanı Başına Düşen Alan Yayıncısı sayısı(1988)

Bölgeler	Ülke Sayıları	Konu Uzmanına(KU) Düşen Alan Yayıncısı Sayısı (kişi/KU)	1/10 dan daha büyük orana sahip ülkelerin sayısı
Afrika	29	13.6	10
Asya	23	11.2	7
Avrupa	8	6.3	1
L. Amerika	22	11.6	7
K. Amerika	3	1.5	--
Yakın Doğu	12	13	6
Dünya	97	11.5	31

4.8.4. Yayım Elemanlarının Dağılımı

Dünya genelinde yayım personeli farklı kuruluşlar tarafından değişik şekillerde istihdam edilmektedir. Yayım elemanlarının %90'nından fazlası Bakanlığa dayalı organizasyonlar tarafından istihdam edilmektedir. Yaklaşık %5'i ise üniversiteye dayalı kuruluşlarda çalışmaktadır. %3'ünden daha azının ise özel sektör yada "parastatal" kuruluşlarda çalıştıkları tahmin edilmektedir. Bununla birlikte rağmen bu değerler bazı ülkelere alınan yetersiz bilgilerden dolayı yeterli olmayabilir.

Çizelge 4.13. Yayım Elemanlarının Çalıştıkları Kuruluşlara Göre Dağılımı(1988)

Yayım Organizasyonunun Şekli	Yayım Personeli (%)
Bakanlık'a dayalı yayım organizasyonu	91.7
Üniversite'ye dayalı yayım organizasyonu	5.2
İkincil görevi yayım olan (parastatal) organizasyonlar	0.7
Devlet dışındaki (NGO) Org. (koop., dernek, birlik)	0.3
Özel sektöre dayalı organizasyonlar	2.1

4.8.5. Yayına Ayrılan Zaman

Dünyadaki yayım elemanları zamanlarının dörtte birlik kısmını eğitim dışı görevlerle geçirmektedirler(Çizelge 4.14). Örneğin ticari kuruluşlarda çalışan yayım elemanları zamanlarının önemli bir bölümünü çiftçilere girdi, kredi ve pazarlama hizmetleri konusunda yardımcı olmak için geçirebilmektedirler. Devletin yayım personeli de benzer görevlere atanabilmektedirler. Ayrıca çok büyük olasılıkla yerel hükümetin hem değişik hizmetleriyle meşgul olacaklar, hem de üreticilerin bilgi istemlerine karşılık vermek durumunda kalacaklardır. Bu sorunun olduğu yayım kuruluşlarında, bu tür eğitim dışı faaliyetler için ayrılan zaman 140.000 yayım elemanının 1 yıllık tam zamanlı(full time) çalışmasına eşdeğerdir. Bu ise eğitim kaynaklarının kullanımı bakımından, özellikle yayım için ayrılan zamanın nicelik ve nitelik olarak dikkate değer ölçüde yetersiz olduğu gelişmekte olan ülkelerde çok önemli bir kayıptır.

Çizelge 4.14. Yayım Personelinin Eğitimsel ve Eğitimsel Olmayan Faaliyetler İçin Ayırdıkları Zaman (%) (1988)

Faaliyetler	Afrika	Asya-Pasifik	Avrupa	Latin Amerika	Kuzey Amerika	Yakın Doğu	Dünya
Yayım Planı	14.3	21.2	22.2	10.2	23.0	14.0	15.1
Eğitim Programlarının Yönetimi	59.6	56.9	39.3	69.7	44.0	51.6	59.1
Eğitim dışı faaliyetler	26.1	21.9	38.5	20.1	33.0	34.4	25.8
Toplam	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

4.8.6. Yayım Elemanlarının Eğitimsel Nitelikleri

Mevcut insan kaynağının niteliği(kalitesi) yayım programlarının etkinliğini belirleyen temel bir faktördür. Kalitenin ilk ölçütü yayım elemanının eğitim kalitesidir. Bu çalışmada yayım elemanlarının eğitim

açısından niteliklerinin değeri, her bir ülkedeki yayım personelinin eğitimsel niteliklerinin (kalitesinin) analizi ile sınırlandırılmıştır.

Dünyadaki yayım personelinin %40 dan daha az bir kısmı orta eğitim düzeyinde niteliğe sahiptir. Diğer %33'lük kısmının eğitim düzeyi ise önlisans(üniversite ve orta eğitim arası) düzeyindedir (Çizelge 4.15).

Çizelge 4.15. Yayım Elemanlarının Eğitimsel Nitelikleri (%) (1988)

Eğitim Düzeyi	Afrika	Asya-Pasifik	Avrupa	Latin Amerika	Kuzey Amerika	Yakın Doğu	Dünya
Orta Eğitim ve Eşdeğeri	56.3	40.4	11.9	27.8	6.0	35.0	38.8
Üniversite ile Orta Eğitim Arası (Önlisans)	32.0	35.4	52.8	39.9	3.7	18.9	33.3
Üniv.düzeyi veya eşdeğeri	9.2	20.4	34.5	25.7	48.7	42.7	22.9
Lisansüstü çalışma düzeyi veya eşdeğeri	2.5	3.8	0.8	6.6	41.6	3.4	5.0
Toplam (%)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Önlisans eğitim düzeyindeki yayımcıların pek çoğu tarımsal ve ilgili bilimlerde orta öğretimden sonra iki yada üç yıl eğitim görmüşlerdir. Orta eğitim düzeyindekiler daha heterojendir. Bazıları tam bir teknik (tarımsal) orta eğitime sahipken, diğerlerinin yalnızca sıradan bir orta eğitim diploması vardır. Birkaç ülkedeki alan yayımcısı yardımcıları genelde ortaöğretimden daha düşük eğitime sahiptirler.

Elde edilen bulgular gelişmekte olan bir çok ülkedeki alan yayımcılarının eğitim düzeyinin ve kalitesinin çok düşük olduğunu göstermektedir. Afrika'da yayım programlarını yürüten tüm yayım elemanları neredeyse sadece ortaokul diplomasına sahipler. Hatta bazılarının eğitim düzeyleri daha da düşüktür. Bu alandaki birçok konu uzmanı ve yayım yöneticisi yalnızca önlisans eğitim düzeyine sahiptirler. Asya-Pasifik'teki durum ise Afrika'dakinden biraz daha iyidir. Bu iki bölgedeki yayım elemanları, bu çalışmanın kapsadığı

toplam yayım elemanının %83'ünü oluşturmaktadır. Gelişmekte olan birçok ülkede düşük eğitim düzeyine sahip yayım elemanları ve yayım elemanlarına oranla daha fazla olan çiftçi sayısının birbirlerine yaklaşması beklenmektedir(yayım elemanına düşen çiftçi oranı bir ölçüt olarak kullanılmaktadır).

4.8.7. Bir Yayımçıya Düşen Çiftçi Sayısı ve Alan

Bir ülke veya bölgede yayımın yoğunluğunun ölçülmesinde kullanılan ilk gösterge yayım elemanı başına düşen çiftçi sayısıdır. Doğal olarak bu hesaplanan oranın ifade ettiği şey çiftçi ailesidir.

Çiftçi ailesi bir karar alma birimidir ve yayımcının en yakın ilişki içinde olduğu birimdir. Bununla birlikte aile yapısı ve ailenin karar alma süreci, farklı topluluklar ve kültürler bakımından aynı yapıyı göstermez. Ve birçok ülkeden bu veriler ve kırsal aile büyüklüğü hakkındaki bilgiler tam olarak elde edilememiştir. Ayrıca yayımcı başına düşen çiftçi sayısını hesaplamak için tarımda ekonomik olarak aktif olan yetişkinlerin sayısı dikkate alınmıştır.

Şimdi yayımcı başına düşen (çiftçi/yayımcı) uygun(yeterli) çiftçi sayısını inceleyelim. Bu oran, yayımın amaç, strateji ve diğer usurlarını etkiler. Örneğin teknoloji transferi sınırlı olan bir yayım sisteminin, düşük çiftçi/yayımcı oranıyla daha sınırlı amaçları başarması mümkündür.

Bu durumda insan sermayesini geliştirme amaçlarını içeren bütüncü bir yaklaşım amaçlanmalıdır. Nüfus yoğunluğu, ulaşım kolaylığı, yollar ve diğer faktörler de çiftçiye ulaşmada etkilidir. Çiftçi yayımcı oranı yararlı bir planlama aracı olmasına rağmen, dikkatli kullanılmalıdır. Örneğin Eğitim ve Ziyaret Sistemi(T&V) yaklaşımında

bu oran(yayımcı/çiftçi) için önerilen ortalama değer 1/800'dür. Ancak Dünya Bankası bu oranın yerel özelliklere bağlı olarak ülkeden ülkeye çok çabuk değiştiğini belirtmektedir.

Çizelge 4.16'ya göre bu konuya görel olarak ABD ve Avrupa'da daha yüksek oranda önem gösterilmektedir. Daha fazla oranda yüksek eğitim görmüş konu uzmanları bunu desteklemektedir.

Yayımın yoğunluğunun ölçülmesinde kullanılan bir başka yol ise;her bir ülkedeki alan yayımcılarının ortalama sorumluluğundakı(hizmet sundukları) alan genişliğidir. Bu gösterge alan yayımcısının sayısı ve ortalama işletme genişliği taraafından etkilenir. İlginç bir gözlem olarak Kuzey Amerika'daki işletme genişliklerinin çok büyük olmasından ve yoğun mekanizasyon kullanımından kaynaklanmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin pek çoğunda geçimlik üretimde bulunan küçük ölçekli işletmeler yaygındır. Ayrıca yayımın yoğunluğunun yetersizliği ve alan yayımcılarının eğitimsel niteliklerinin düşüklüğü, performansın yükseltilmesini güçleştirmektedir.

Çizelge 4.16. Bir Yayımçıya Düşen Çiftçi Sayısı ve İşlenen Alan(ha)

Bölgeler	Yayımcı/Çiftçi (a)	İşlenen alan (ha)/ Yayımcı (b)
Afrika	1:1809	2245
Asya-Pasifik	1:2661	1075
Avrupa	1:431	3719
Latin Amerika	1:2940	3983
Kuzey Amerika	1:325	19441
Yakın Doğu	1:2499	5403
T. Ülke Sayısı	87	96

(a) Bu oran her bir bölgede bulunan ülkelerde tarımdaki ekonomik aktif yetişkin nüfusun, alan yayımcısı ve yardımcılarının ortalama sayısına bölünmesiyle hesaplanmıştır.

(b) Bu veriler yalnızca ABD içindir. Kanada ve Bermuda'dan alınan veriler eksiktir.

4.9. Tarımsal Yayım Harcamaları ve Yeterliliği

Daha önce bu bölümün başında belirtildiği gibi bazı ülke ve birimlerden alınan finansal veriler eksiktir. Bu nedenle yayım harcamalarının doğrudan hesaplanması mümkün olmamıştır. Bu durumda harcamalar tahmin edilmiştir.

Çizelge 4.17'de, 1988 yılında 98 ülkenin yayım harcamaları ve yayım personeli başına düşen ortalama harcama miktarı tahmini olarak sunulmuştur. 1988 yılında 98 ülke tarafından tarımsal yayım için yaklaşık olarak 4,621 milyon dolar (ABD) harcanmış, herbir yayım personeli başına düşen ortalama harcama ise ortalama 8.500 dolar kadardır. Eğer dünyadaki bütün ülkelerden harcamalarla ilgili verilerin tamamı elde edilmiş olsaydı, yapılan toplam harcamaların her yıl için 6 milyar doları geçmesi beklenirdi. Dünyada, yayım harcamalarının 1959 yılında 1.428 milyon dolar, 1970 yılında 2,723 milyon dolar ve 1980 yılında 3,443 milyon dolar (Evenson, 1986) olduğu dikkate alındığında, yapılan tahminin oldukça tutarlı olduğu görülmektedir.

Tarımsal yayım için yapılan bu ulusal harcamalara (daha çok devlet tarafından) ek olarak, Dünya Bankası, UNDP, IFAD gibi ve diğer yardım kuruluşlarının geliştirmekte olan ülkelerdeki yayım çalışmalarına yıllık 250 milyon dolar yatırım amaçlı ek yardım yaptıkları tahmin edilmektedir. Sonuç olarak özel sektör firmaları, özellikle pazar ekonomisinin hakim olduğu yüksek gelirli ülkelerde zengin kaynaklar teknoloji transferi için harcanmaktadır.

Çizelge 4.17. Bölgelere(a) Göre Tahmini Ulusal Yayım Harcamaları

Ülke Grupları (1988)	Ülke Sayıları	Tahmin Edilen Toplam Yayım Harcamaları (Milyon Dolar)	Yayım elemanı başına Yapılan Ortalama Harcamalar (ABD Dolar/yayımıcı)
Afrika	29	400	6,771
Asya Pasifik	25	2,900	7,422
Avrupa (b)	4	195	13,447
L.Amerika	24	287	8,692
K.Amerika (c)	1	364	23,800
Yakın Doğu	15	475	16,000
Toplam/Ortalama	98	4,621	8,522

- (a) Bölge harcamaları raporda belirtilen toplam yayım harcamalarının, her bir ülkedeki toplam yayımıcıya bölünmesiyle elde edilmiştir.
- (b) Avrupa ile ilgili bilgiler yalnızca 4 ülkeden elde edilmiştir. Ortalama harcamalar bölgenin temsilcisi olarak dikkate alınmaz.
- (c) Kuzey Amerika ile ilgili bilgiler sadece Birleşik Devletler Federal Hükümeti'nin harcamalarını kapsamaktadır. Bu devlet harcamalarının, ülkenin toplam yayım harcamalarının yaklaşık %30'unu oluşturduğu tahmin edilmektedir. Eyalet ve ilçe harcamaları ile ilgili bilgiler elde edilememiştir. Bermuda ve Kanada ile ilgili bilgiler ya elde edilememiş ya da eksik bilgilerdir.

Yayım harcamalarının yeterliliği: Politikacılar ve planlayıcılar sık sık sorarlar: "*Yayıma ne kadar yatırım yapılmalıdır?*". Bu sorunun kesin ve açık bir cevabı yoktur. Her ülke, faaliyetteki tarımsal işletme sayısı, tarımsal nüfusun eğitim ve okuryazarlık düzeyi, devletin kırsal kalkınma hedefleri ve diğer faktörler nedeniyle kendine özgü tek bir yapı gösterir. Ayrıntılı devlet verileri olmaksızın yayım harcamalarının düzeyinin yeterli olup olmadığı hakkında görüş açıklamak mümkün değildir. Bununla birlikte mümkün olduğunca bazı ülkelerin güncel yatırımları hakkındaki bazı göstergeler veri olarak sunulabilir.

Tarım Bakanlığı harcamaları içinde yayım harcamalarının payı incelendiğinde, bölgeler arasında Tarım Bakanlığı tarafından yapılan toplam harcamalar içinde yayım için yapılan yatırımların oranlarında bazı önemli farklılıklar vardır. Bu farklılıklar %1 ile %22 (Kuzey Amerika'da %1, Afrika'da %22) arasında değişmektedir, dünya ortalaması ise yaklaşık %12 dir.

5.

TÜRKİYE'DE TARIMSAL YAYIM

Çizelge 4.18. Tarım Bakanlığı Harcamaları İçinde Yayım
Harcamalarının Payı(%)

Yıllar	Afrika	Asya- Pasifik	Avrupa	Latin Amerika	Kuzey Amerika	Yakın Doğu	Dünya
1980	25.6	12.1	1.3	10.4	1.1	1.2	10.9
1985	22.3	12.8	1.8	8.7	0.6	10.5	10.8
1988	18.8	13.1	2.4	10.6	0.6	15.9	13.0
Ortala.	22.2	12.7	1.8	9.9	0.8	12.9	11.6
T.Ülk. Say.	16	17	5	18	1	9	66

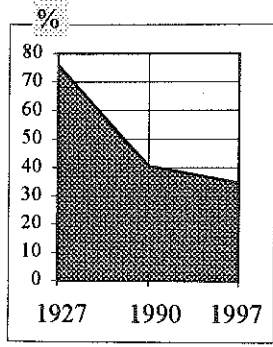
5.1 Tarımsal Nüfus ve Tarımsal Yayım

Toplumsal ve ekonomik kalkınmanın sağlanmasında nüfusun miktar ve niteliği önemli etmenlerdir. Özellikle az gelişmiş ülkelerde nüfus artış hızının yüksekliği ve nitelikli eleman sayısındaki yetersizlikler, her yaştaki bireye eğitim hizmetlerinin sunulmasını zorunlu kılmaktadır. Buna bağlı olarak kırsal alanda yaşayanların kentsel alanda yaşayanlara oranla genel eğitim hizmetlerinden yararlanma olanaklarının daha düşük olması bu kesimde yaşayan bireylere söz konusu hizmetlerin, örgün ve yaygın eğitim yoluyla ulaştırılmasını daha da önemli hale getirmektedir(Özçatalbaş,1995c).

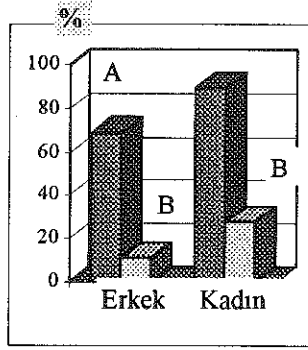
5.2. Tarımsal Nüfus ve Eğitim Durumu

Türkiye nüfusu 1927 yılından bugüne değin son 70 yılda yaklaşık 4.5 kat artmıştır. Toplam nüfus içinde kırsal nüfus payı 1927 yılında %75.8 iken, 1990 yılında %41.0'e düşmüştür (Şekil 5.1). Ayrıca ilk kez 1985 yılında hem mutlak, hem de oransal olarak kırsal nüfus, kentsel nüfusun gerisinde kalmıştır. Kırsal nüfustaki bu yapısal değişme, beklenen bir gelişme olmakla birlikte halen nüfusun %41.0 gibi önemli bir bölümü kırsal alanda yaşamakta ve toplam aktif nüfusun %50.7'si yine bu alanda bulunmaktadır (FAO,1994'e göre kırsal nüfusun payı %40.5 ve toplam aktif nüfusun payı ise %44.5'tir).

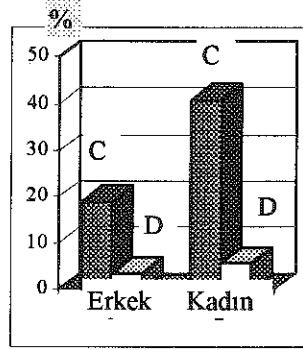
30 Kasım 1997 tarihinde yapılan Genel Nüfus Sayımının geçici sonuçlarına göre kırsal nüfus oranı %3 A e nüfus artış hızı %0.15 'tir.



Şekil 5.1. Türkiye'de Kırsal Nüfustaki Gelişmeler



Şekil 5.2. Cinsiyete Göre Okuma -Yazma Bilmeme Oranlarındaki Gelişmeler (A: 1935; B: 1990)



Şekil 5.3. Çalışan Nüfusun Sektörlere Göre Okuma-Yazma Bilmeme Durumları 1990 (C: Tarım; D:Diğer)

1935 yılında (7 ve daha yukarı yaştaki) toplam ülke nüfusunun %79.6'sı (kadınlarda %89.5, erkeklerde %68.9) okuma yazma bilmezken, 1990 yılında (6 ve daha yukarı yaştaki) toplam nüfus içinde okuma yazma bilmeyenlerin oranı %19.5'dir. Bu oran erkek nüfusta %11.2 ve kadın nüfusta ise %28.0'dır (Şekil 5.2).

Yine 1990 yılına göre bir öğretim kurumunda mezun olmayan (okuryazar ve okuma yazma bilmeyen) nüfus birlikte ele alındığında, erkeklerin %27.5 ve kadınların ise %43.6'sının resmi eğitim almadıkları anlaşılmaktadır.

Çalışan nüfusun (12 ve daha yukarı yaştaki) eğitim durumu incelendiğinde, tarımsal faaliyet kollarında çalışan erkek nüfusun %19.1'i ve kadın nüfusun %40.8'i okuma yazma bilmemektedir. Buna karşın tarım-dışı faaliyet kollarında çalışan erkek nüfusun %3.4'ü ve kadın nüfusun ise yalnızca %5.6'sı okuma yazma bilmemektedir (Şekil 5.3).

Ayrıca tarımsal faaliyet kollarında çalışan erkek nüfusun %27.0'si ve kadın nüfusun ise %46.4'ü resmi eğitim almamıştır. Bu değerler tarım-dışı faaliyet kollarında çalışan erkek nüfusta %5.3 ve kadın nüfusta ise %7.3'dür. Görüldüğü gibi tarım dışı faaliyet kollarında çalışan erkek (%94.7) ve kadın (%92.7) nüfusun büyük çoğunluğunun resmi eğitim aldıkları ve en az ilkokul mezunu oldukları anlaşılmaktadır (DİE, 1993).

Yukarıdaki tüm değerler özellikle tarımsal faaliyet kollarında çalışan nüfusun, tarım dışı faaliyet kollarında çalışanlara oranla daha düşük eğitim düzeyine sahip olduklarını göstermektedir. O halde tarım kesiminde yaşamının verdiği bu olumsuz durumun, bu kesimde yaşayanlar lehine değiştirilmesi için gerekli önlemler alınmalıdır.

Belirtilen tüm bu nedenler kırsal alanda yaşayan ve tarımsal faaliyette bulunan nüfusa temel eğitim-öğretim hizmetleri yanında tarımsal yayım hizmetlerinin ulaştırılması için de önemli eğitim gerekçeleridir.

5.3. Cumhuriyetin İlk Yıllarında Tarımsal Yayım

a- 1923-1950 dönemi

Cumhuriyetin ilanından sonra tarımın üzerinde önemle durulmuş ve bunu Mustafa Kemal Atatürk 1926 yılı Meclis açılış nutkunda da belirtmiştir. Bunun üzerine 1928 yılında "İslahî Tedrisat Kanunu" çıkarılmış ve bu yasaya göre mevcut Ziraat Okulları geçici bir süre kapatılarak seçilen öğretmenler bilgi ve görgülerini arttırmak için Almanya'ya gönderilmiştir. Tarımı modernleştirmek, çiftçilerin ihtiyaçlarına cevap veren yenilikleri getirmek ve tarımsal kalkınma hareketini başlatmak üzere 1931 yılında düzenlenen I.Ziraat Kongresi

olumlu bir adım olarak gösterebilir. Bu kongrede, tarımsal yapı incelenmiş ve analiz edilerek yetkili uzmanlarca raporlar hazırlanmıştır. Bu raporda köylüye tarımsal yöntemleri öğretmek ve özendirmek amacıyla aşağıdaki konular sıralanmıştır.

1. Köy öğretmenlerine, tarım hakkında pratik bilgiler verilmesi ve bu bilgileri köylüye iletilmesi,
2. Çiftlik okulları kurulması ve bu okullarda çiftçilere ve çocuklarına tarım tekniklerinin öğretilmesi,
3. Köy gençlerinin boş zamanlarını değerlendirmek amacıyla uygun yerlerde kış okulları açılması,
4. Kurulan çiftlik okullarında yetenekli çocuklara özel eğitimle usta ziraat işçisi belgesi verilmesi, gerekirse bunların yurt dışında yetiştirilmesi,
5. Orduda tarım eğitime geniş yer verilmesi,
6. Tarım okullarına özellikle çiftçi çocuklarının alınması ve bu okulların her bakımdan örnek olacak bir düzenle yönetilmesi,
7. Bağcılık, sebzeçilik, sütçülük, meyvecilik vb. gibi tarımın çeşitli kollarında eğitim verecek, beceri kazandıracak, sabit veya gezici küçük uzmanlık okullarının açılması,
8. Çiftçileri çeşitli konularda eğitmek üzere uygun olan yer ve zamanlarda kurslar açılması ve görsel araçlarla çiftçilerin eğitilmesi,
9. Tarımsal alanda araştırma, öğretim ve yöneticilik yapacak nitelikli elemanlar yetiştirmek üzere bir Yüksek Ziraat Okulu açılması,
10. Tarımsal yayınlara geniş ölçüde yer verilmesi (Tarımsal dergilerin, broşürlerin, afiş ve diğer basılı yayınların köylere ve

ilgili kurumlara parasız olarak gönderilmesi, radyo ile çiftçi eğitimine önem verilmesi, yabancı literatürlerin izlenmesi (Şenocak, 1967). Kapatılan Halkalı, Bursa, İzmir, Adana Ziraat Okulları tarımsal kalkınma için bilgili ve kaliteli eleman yetiştirilmesi amacıyla 1930 yılında yeniden açılmıştır.

Bu gelişmelerle birlikte 1931 yılında Ankaraya taşınmış olan "Halkalı Ziraat Mektebi Alisi" öğretim elemanlarının yetersizliğinden dolayı yeniden düzenlenerek ziraat, veteriner, orman, tabii bilimler ve teknoloji kollarında 5 fakülteyi içine alarak Yüksek Ziraat Enstitüsü adıyla yeniden kurulmuştur. 1933 yılında öğretime başlayan bu kurumda öğretim elemanları Almanyadan getirilen bilim adamlarıyla çalışmışlardır. 1937 yılında çıkarılan köy öğretmenleri kanunu ile yayım işi öğretmenlere verilmiştir. 1938 yılında Birinci Köy ve Ziraat Kongresi'nde yayım temel konulardandır. O yıldan itibaren önemi gittikçe artmıştır. Batı ülkelerinden yapılan çevirilerle ilk kez " yayım, ev ekonomisi ve 4-K Kulüpleri" Türk tarım sözlüğüne girmiştir. 1940-42 yıllarında çıkarılan *Köy Enstitüleri Kanunu ile köy öğretmenlerine öğretim görevinin yanında sosyal, kültürel, ekonomik gelişmeyi sağlama görevinin verilmesiyle olumlu sonuçlar elde edilmiştir.* Öğretmenin köydeki tarım önderliği 1950'den sonra kaldırılarak onun kişisel arzu ve girişimine bırakılmıştır.

1948 yılında ise Ankara Üniversitesine bağlı Ziraat Fakültesi tarımsal eğitime katkıda bulunmaya başlamıştır.

b- 1950-60 Dönemi

1952 yılında ABD'ye gönderilen 28 Ziraatçi ile Amerikan tarım sistemi Türkiye'ye girmiş oldu. Böylece tarımsal yayım teşkilatının yurt çapında yeniden düzenlenmesi bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmıştır. Bu teşkilatın amaçları aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

1. Çiftçilerin karşılaştıkları sorunları incelemek ve çözüm için onlara yardımcı olmak,
2. Denenmiş pratik bilgileri düzenleyip, köy halkına ulaştırmak,
3. Tarımsal kalkınmada çiftçileri ister kendi aralarında, isterse devletle ortak çalışmada işbirliğine alıştırmak,
4. Köye götürülen devlet hizmetlerinde diğer kuruluşlarla işbirliğini sağlamak.

Bu amaçları gerçekleştirmek üzere düzenlenecek teşkilatın Merkez, Bölge, İl ve İlçe olmak üzere 4 kademedede oluşturulması önerildi. Merkezde bir bakan yardımcısı yönetiminde Zirai Yayım Genel Müdürlüğü Bakanlığın diğer ana birimleriyle ve diğer öğretim kurumlarıyla işbirliği halinde olacaktır. Türkiye iklim ve tarımsal özelliklerine göre 9 bölgeye ayrılmış, her bir bölgede bir başkan ve ona bağlı konu uzmanları vardır. Her ilde bir yayım müdürü, teknisyenler ve uzmanlar olacaktır. İlçe düzeyinde ziraat teknisyenleri, köy düzeyinde ise ilkokul öğretmenleri "*ek görev*" olarak yayım hizmetini yürütecektir. 1950 yılında 6 ilde bulunan teşkilat, aynı yıl 10 ili, bir yıl sonra ise 20 ili, daha sonra da bütün illeri kapsayacak bir programa bağlandı. 1955 yılında Ege, 1957'de Atatürk Üniversitesi bünyesinde Ziraat Fakülteleri açılmış, tarımsal öğretime katkıda bulunmaya başlamışlardır(Şenocak, 1967).

c- Planlı Dönemler (1960-1984 dönemi)

1961 yılında hazırlanan planlarla 25 tarım okulunun daha eklenmesiyle, er eğitimi, yaz kampları, kış kursları, çiftçi kadınlarının eğitimi, çiftçi çocuklarının (4-K) yetiştirilmesi (¹), 3 milyon çiftçi ailesinin örnek gösterilerle eğitilmesi konuları ele alınmıştır. 1957 yılında kanunu kabul edilmesine rağmen, 1963'te faaliyete geçebilen "Ziraat Odaları Birliği" tarımsal yayımın amaçlarını gerçekleştirmede işbirliği yapılan en önemli kuruluştur. Yayım programlarını hazırlama ve yürütmede en büyük görev ve sorumluluk yayım teşkilatıyla birlikte bu odalara düşmekte olduğu görülmektedir(Şenocak, 1967).

1960'lı yılların sonunda ve 1970'li yılların başında tarımda verimliliğin ve üretici gelirlerinin artmasında önemli katkılarda bulunan kamu yayım biriminin, kaliteli tohum dağıtımı, gübre kullanımını teşvik ve azda olsa geliştirilmiş tarım tekniklerinin yaygınlaştırılması konularındaki faaliyetleri, bu katkının önemli etkenlerinden olmuştur.

Ancak, 1970 başlarında uygulanmaya başlanan etkili yayım çalışmalarına rağmen, yayım faaliyetlerinin hızında ve Teknik Ziraat'in etki ve güvenilirliğinde düşüşler olmuş ve sınırlı bir alanda hizmet vermek durumunda kalınmıştır. Bunun en önemli nedenleri;

- a- Yayım ve araştırma için ülkesel önceliklerin belirlenmemiş olması ve gelişmiş teknolojik paketlerin her konuda bulunmaması,
- b- Türkiye'nin gelişen tarımsal yapısına ayak uydurulamaması,
- c- Tarımsal araştırma kuruluşları ile olan bağlantının sınırlı olması, zaten zayıf olan tarımsal yayım servisinin etkinliğini daha da düşürmüştür.

¹ 4K Kulüpleri Kafa, Kaıp, Kol, Kuvvet sözcüklerinin kısaltması olup, ABD'deki 4H Kulüpleri örnek alınarak oluşturulmuştur.

b- Türkiye'nin gelişen tarımsal yapısına ayak uydurulamaması,

c- Tarımsal araştırma kuruluşları ile olan bağlantının sınırlı olması, zaten zayıf olan tarımsal yayım servisinin etkinliğini daha da düşürmüştür.

d- Hatta bu dönemde yayım servisinin, çiftçi yararına sunulacak araştırma sonuçlarından çoğu zaman haberdar olamaması nedeniyle araştırma kuruluşları ile olan ilişkilerin (bürokratik işlemler üzerine çıkarılmadığı) çok yetersiz olması olarak belirtilebilir (TOKB, 1987).

e- Aynı zamanda Teknik Ziraat'in dışındaki diğer kamu kuruluşları da (Zirai Mücadele ve Karantina Genel Müdürlüğü, Veteriner İşleri Genel Müdürlüğü, Topraksu, Tekel, Pamuk İşleri Daire Başkanlığı, v.d.) kendi konularında yayım hizmeti sunmuşlardır. Ancak, bu kuruluşlar arasındaki işbirliğinin yetersizliği, birbirlerinden habersiz, dağınık ve kopuk olarak faaliyetlerini yürütmeleri bu hizmetlerin etkinliğini olumsuz yönde etkilemiştir. Örneğin Ziraat İşleri Genel Müdürlüğü elemanları (zooteknist) ve Veteriner İşleri Genel Müdürlüğü elemanları (veteriner) arasındaki işbirliği eksikliği, hayvancılık konusundaki yayım hizmetlerinin köy bazında düğümlenmesine neden olmuştur (TOKB, 1987).

Tarımsal kuruluşların bu faaliyetleri dışında Dünya Bankası'nın ve Uluslararası Kırsal Kalkınma Bankası (IBRD)'nin desteğiyle bölgesel düzeyde gerçekleştirilen ve geniş olanakların kullanıldığı ve önemli deneyimlerin kazanıldığı projeler uygulanmıştır. Bunlar ilk 1963 yılında eğitim ve ziyaret sistemi yaklaşımının ilk kez denendiği Aşağı Seyhan Sulama Projesi (Çiftçi Eğitim Servisi) ile birlikte

Çorum- Çankırı Kırsal Kalkınma Projesi, Meyseb-1, Meyseb-2, Erzurum Kırsal Kalkınma Projesi, Ceyhan-Aslantaş Projesi gibi projeler olup, çoğunlukla mevcut yayım biriminden ayrı olarak kurulan yayım servisleriyle faaliyetlerini yürütmüşlerdir.

d- 1984 Sonrası Dönem

1984 yılına kadar tarımla ilgili birimler (Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Köy İşleri ve Kooperatifler Bakanlığı, Orman Bakanlığı, Devlet Bakanlığı, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı bünyelerine dağılmış çeşitli genel bütçeli kuruluşlar ve kamu iktisadi teşebbüsleri) 13.12.1983 gün ve 174 sayılı, 8.6.1984 gün ve 202 sayılı kanun hükmünde kararnameler ile çıkarılan Tarım, Orman ve Köy İşleri Bakanlığı Merkez ve Taşra Teşkilatının Kuruluşu ve Görev Esasları hakkındaki yönetmelikle tek bir bakanlık çatısı altında toplanmıştır (TOKB, 1985).

Bu yeniden örgütlenme ve yapılanma öncesinde bağımsız genel müdürlük olarak hizmet vermekte olan Ziraat İşleri, Zirai Mücadele ve Karantina, Veteriner İşleri, Gıda İşleri, Su Ürünleri, Hayvancılığı Geliştirme, Yem Tescil ve Kontrol, Nesil Kontrol ve Suni Tohumlama, Or-Köy ve Topraksu Genel Müdürlükleri kaldırılmıştır (Taluğ ve ark.,1990). Tarımsal Yayım ve Uygulamalı Araştırma Projesinin (TYUAP) uygulamaya girdiği 1985 yılına kadar, esas görevi ülke genelindeki tarımsal yayım faaliyetlerini yürütmek olan *Ziraat İşleri Genel Müdürlüğü* Merkezde ve buna bağlı *İl Teknik Ziraat Teşkilatı* ise taşrada faaliyette bulunmaktaydı. O dönemdeki idari bölünüşe göre (1983), Teşkilat 67 il, 580 ilçede 947 ziraat mühendisi, 5377 ziraat teknisyeni ve 858 ev ekonomisti ile faaliyette bulunmaktaydı (TOKB, 1987).

5.4. Yayım Faaliyetinde Bulunan Birimler

Türkiye’de yayım faaliyetleri genel olarak aşağıda belirtilen birimler tarafından yürütülmektedir. Bakanlık ve bakanlık dışında yürütülen bazı yayım projeleri Bölüm 5.7’de verilmiştir.

- Doğrudan yayımla görevli kamu kuruluşları (Bakanlık),
- Doğrudan görevi yayım olmayan ancak yayım faaliyetinde de bulunan kuruluşlar(Tarım Reformu Gn.Md'lüğü gibi),
- Kar amacı gütmeyen kuruluşlar (TKV),
- Kar amaçlı faaliyet gösteren kişi ve kuruluşlar(girdi firma-bayileri),
- Çiftçilerin üye oldukları kuruluşlar (TZOB, Önder Çiftçi Projesi, Çiftçi Birlikleri vb.),
- Özel teknik danışmanlık ve proje büroları
- Kitle iletişim araçlarını yayımda temel alan uygulamalar (YAYÇEP, GAP Yöresi Eğitim ve Yayım Projesi) Bu birimler yayım faaliyetini aynı veya farklı yayım yaklaşımları kullanarak yapmaktadırlar. Çeşitli kriterlere göre bunları artırmak veya azaltmak mümkün olabilir.

Türkiye’de tarımsal yayımdan, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı’nın ana hizmet birimlerinden olan Teşkilatlanma ve Destekleme Genel Müdürlüğü sorumludur.

Tarım ve Köyişleri Bakanlığı doğrudan tarımsal yayımla görevli kamu kuruluşudur. Bu kuruluş kendi içinde farklı şekillerde bu faaliyeti gerçekleştirmektedir. Bunlar;

- ⇒ 1. TYUAP-1 kapsamındaki illerdeki uygulamalar,
- ⇒ 2. TYUAP-2 kapsamındaki illerdeki uygulamalar,
- ⇒ 3. TYUAP uygulaması dışında kalan illerdeki uygulamalar,

⇒ 4. TYUAP uygulaması dışındaki diğer projeli çalışmalar olarak sıralanabilir (Özçalbaş ve Gürgen, 1996).

Projeli alanlar dışında kalan iller, proje kapsamındaki illere göre önemli ölçüde olumsuz koşullara ve yetersiz olanaklara sahiptir (çok az sayıda KGT, yayım-araştırma bağında yetersizlik, sınırlı bütçe, yetersiz alet-ekipman ve eğitim, izleme-değerlendirme olanakları vb).

5.5. Tarımsal Yayım ve Uygulamalı Araştırma Projesi

TYUAP(Tarımsal Yayım ve Uygulamalı Araştırma Projesi) iki dilim olarak uygulamaya alınmıştır. Birinci dilim TYUAP 5 Eylül 1984 tarihinde yürürlüğe girmiştir (TOKB, 1991).

Tarımsal Yayım ve Uygulamalı Araştırma Projesinde (TYUAP) "Eğitim ve Ziyaret Yaklaşımını" yerleştirmek, dolayısıyla yayım birimlerinin üreticilere en yakın olacak şekilde köy gruplarına kadar kurulması ve merkezlerde görevlendirilen yayım elemanlarının da kendi görev alanlarındaki üreticileri yapacakları belirli aralıklı (periyodik) ziyaretler sırasında sürekli olarak eğitmeleri esas alınmıştır.

Uygulama süresi 6 yıl olarak belirlenen birinci dilim TYUAP'ın gelecekte kapsamının genişletilerek ülke genelinde uygulanmasının sağlanması kararlaştırılmıştır. Başlangıçta kapsam 16 il (1989 yılında 16 ilden ikisi ikiye bölünerek, proje alanında değişme olmaksızın toplam il sayısı 18 olmuştur) olarak belirlenmiştir. Proje süresinin uzatılması nedeniyle Temmuz 1993 tarihinde birinci dilim çalışmaları sona ermiştir.

İkinci dilim TYUAP uygulamaları ise 1990-1997 yılları arasında devam edecek şekilde 21 ilde başlatılmıştır. Böylece ülke genelinde

toplam illerimizin yaklaşık yarısına yayım hizmetleri TYUAP kapsamında ulaştırılmaktadır.

5.5.1. TYUAP'ta Organizasyon ve Yönetim

5.5.1.1. Merkez Birimleri

TYUAP organizasyonun en yüksek karar organı Merkez Koordinasyon Kurulu (MKK) olup, kurul projenin amaçlar doğrultusunda uygulanması genel müdürlükler ve bakanlık merkez kuruluşları ile gerekli işbirliğinin sağlanması konusunda Ankara'da yılda 1 kez müsteşar başkanlığında toplanır. Kurula, Tarımsal Üretim ve Geliştirme, Teşkilatlama ve Destekleme, Koruma ve Kontrol, Köy Hizmetleri Genel Müdürleri, Araştırma ve Planlama Kurulu Başkanı ve Yayın Dairesi Başkanı üyedir. Merkez Koordinasyon Kurulu (MKK), Merkez bölge ve il düzeyinde karşılaşılan sorunlara yönelik olarak çözümleri ortaya koyar, kararlar alır ve izlenecek politikaları belirler.

Merkez yürütme kurulu (MYK) proje organizasyonunda ikinci önemli kuruldur. Kurul, projede doğrudan görevli olan proje koordinatörü (Tarımsal Üretim ve Geliştirme Genel Müd.Yard.), Tarımsal Üretim ve Geliştirme Dış Kaynaklı Projeler Dairesi Başkanı ve ilgili elemanlar, Teşkilatlanma ve Destekleme Gen.Müd. Yayım Dairesi Başkanı ve ilgili elemanlar, Yayın Dairesi Başkanlığı yetkili elemanlarından oluşmuştur. MYK, Proje ile ilgili ana hizmet birimlerinin iletişimini sağlamak, proje alanındaki il müdürlükleri ve araştırma enstitülerinin proje uygulamasında karşılaştıkları sorunlara

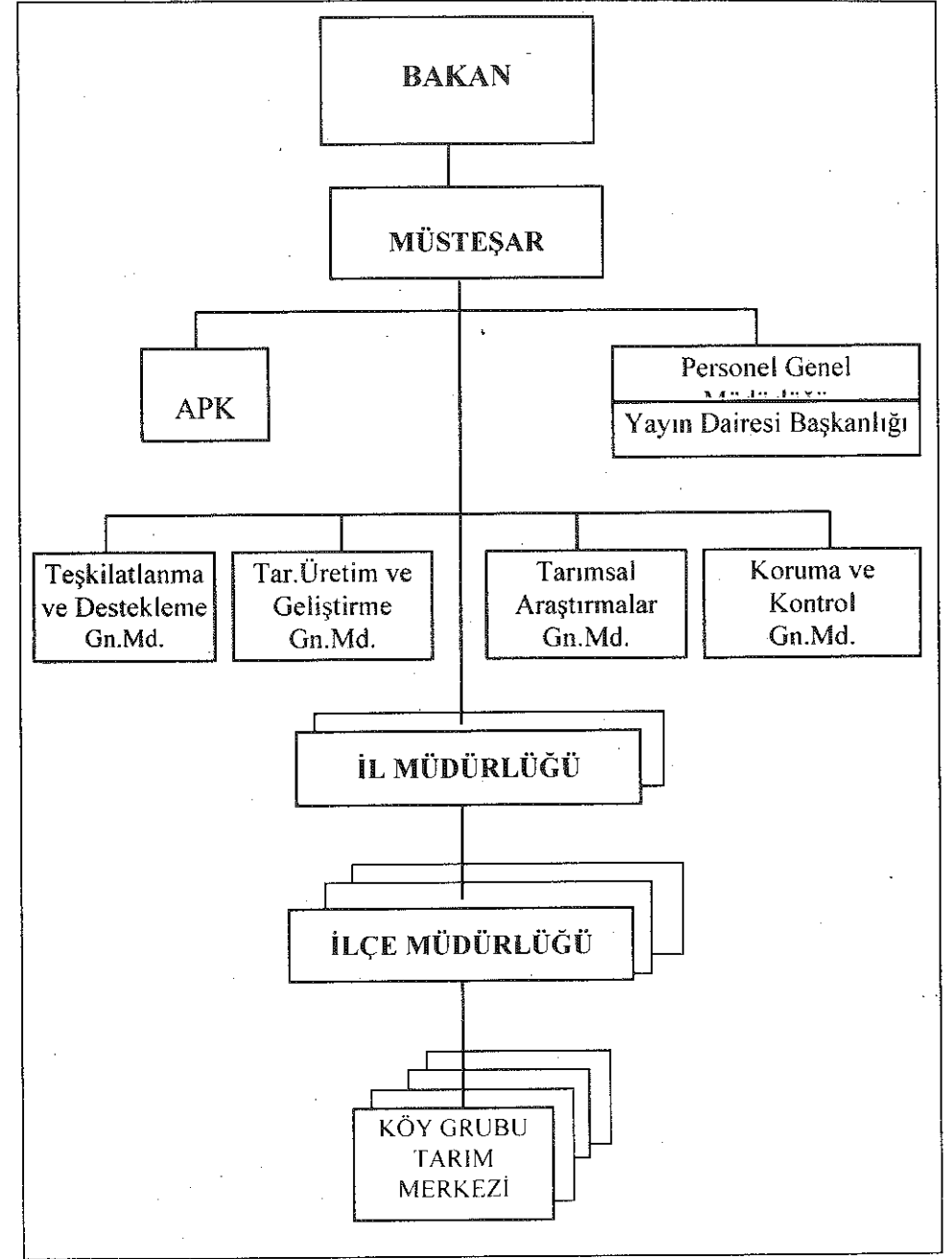
çözüm yolları bulmak gibi konularda çalışır (TOKB, 1986). Tarımsal Üretim ve Geliştirme Genel Müdürlüğü projenin uygulanmasından birinci derecede sorumludur. Özellikle Araştırma Dairesi Başkanlığı araştırma ve çiftçi koşullarındaki denemelerin proje hedefleri ile uyumunu sağlar ve elde edilen araştırma bulgularının ABAV'larla yayım servisine ulaştırılmasını gözetir. Koordinasyon ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı projenin izleme ve değerlendirilmesinden sorumludur. Dış Kaynaklı Projeler Dairesi Başkanlığı ise proje faaliyetlerini, öngörülen hedeflere ulaşmayı sağlayacak şekilde, teknik ve idari yönden izlemek, denetlemek ve yıllık bütçe programlarını hazırlayarak finansal konuları (ulusal - uluslararası) organize etmekle görevlidir. Ayrıca Bakanlığın 3 ana hizmet biriminden (Koruma Kontrol Gn.Md. Tarımsal Üretim ve Geliştirme Gn.Md. ve Teşkilatlanma ve Destekleme Gn.Md.) olan Teşkilatlanma ve Destekleme Genel Müdürlüğü, bünyesinde bulunan Yayım Dairesi Başkanlığı aracılığıyla, projenin gereği gibi işletilebilmesi için gerekli yayım araçlarının proje amaçlarına uygunluğu, arazi çalışmalarının etkin ve başarılı olması, illerin yıllık yayım programlarının bakanlık politikasına ve proje hedeflerine uygun olarak hazırlanması ve yürütülmesinin sağlanması, öngörülen yayım sisteminin ve metotlarının eksiksiz uygulanması, proje alanında görevli bulunan yayım elemanlarının ihtiyaç duydukları (özellikle yayım ilkeleri) konularda hizmet içi eğitimlerin planlanarak, uygulamasını sağlamak gibi işlevleri yerine getirmekle sorumludur (TOKB, 1986).

Bakanlığın yardımcı birimlerinden olan Yayın Dairesi Başkanlığı (Personel Gn.Md., İdari ve Mali İşler Daire Bşk., Savunma Sekreterliği, Özel Kalem Müdürlüğü) proje ile oluşturulan Yayım

Enformasyon Merkezi'nin faaliyetlerinin yürütülmesinden, yani yardımcı yayım malzemelerinin (yabancı yayınların tercümesi, teknik bülten, slayt, video, film, v.b. hazırlamak, bilgilerin derlenerek arşivlenmesi gibi) illere ulaştırılması, tarımsal konularda bilgi akışının, belirli bir politika doğrultusunda gerçekleştirilmesi amacıyla, kırsal kesime bilgi aktaran diğer kamu kuruluşları ve gübre, kimyasal madde, süt üretimi yapan özel sanayi kuruluşlarıyla ve yardımcı yayım malzemelerinin hazırlanabilmesi için Milli Eğitim Bakanlığı ve Radyo ve Televizyon Eğitim Merkezi ile işbirliği yapmak ve mevcut yayım malzemelerinin etkisini değerlendirerek proje bölgesi için uygun yayım malzemesi üretim stratejisini belirlemek (TOKB, 1987) gibi görevler üstlenmiştir.

Bakanlığa bağlı kuruluşlardan olan Köy Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Köy İçi İnşaat Dairesi Başkanlığı planlanan köy grubu teknisyenlikleri hizmet binaları inşaatlarının gerçekleştirilmesinden sorumludur. Bakanlığın yardımcı birimi olan İdari ve Mali İşler Daire Başkanlığı ise İnşaat ve Emlak Şube Müdürlüğü aracılığıyla, il ve ilçe hizmet binaları ve lojman binaları ile araştırma enstitüleri inşaatlarının izlenmesi ve gerçekleştirilmesinden sorumludur.

Şekil 5.4'te Tarım ve Köy İşleri Bakanlığının Merkez'den köy düzeyine kadar örgütlenmesi verilmiştir.



Şekil 5.4. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığının Organizasyon Yapısı

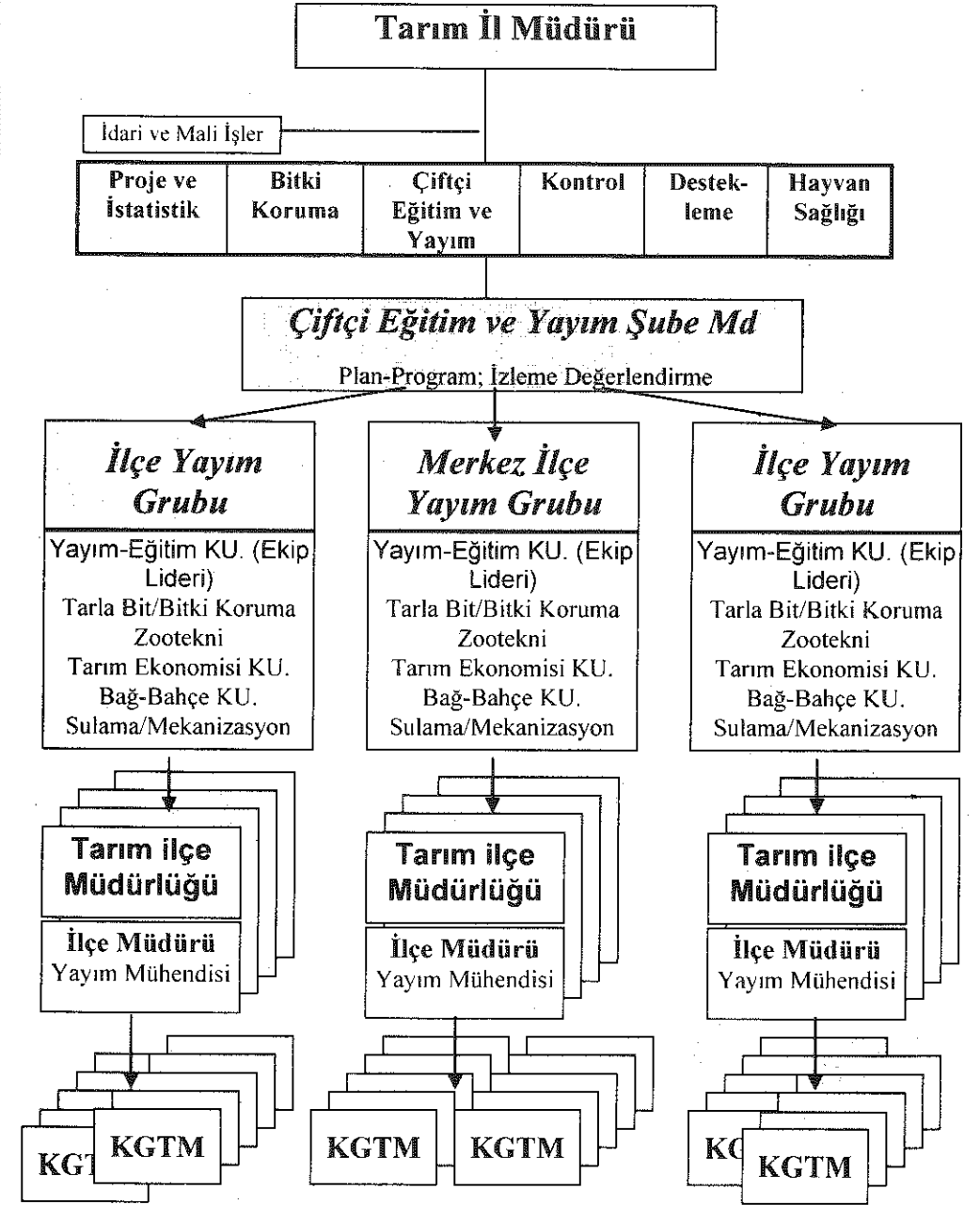
5.5.1.2. Taşra Birimleri

Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Tarım İl Müdürlükleri İdari ve Mali İşler, Proje ve İstatistik, Bitki koruma, Hayvan Sağlığı, Kontrol, Destekleme ve Çiftçi Eğitimi ve Yayım Şubeleri olmak üzere 7 şubeden oluşmaktadır. Tarım İl Müdürü ildeki yayım programının uygulanmasından sorumlu olup, bağlı şubelerden Çiftçi Eğitim ve Yayım Şubesi (ÇEYŞ) tam gün yayım ile ilgilenmektedir (Şekil 5.5). ÇEYŞ Müdürlüğünün, üreticilere teknolojik bilgi ve bulguları ulaştırma, araştırılması gereken sorunların araştırma enstitülerine ulaştırılması, araştırma, deneme ve demonstrasyonların araştırma ile birlikte çiftçi koşullarına göre programlanması ve çiftçilere önerilerde bulunma gibi görevleri yanında, il yayım programını hazırlamak, yürütmek ve çiftçi kadınları ve çocuklarının eğitimleri ile ilgili hazırlanan programları uygulama görevleri vardır.

Ayrıca ilçe yayım grubunca yürütülen Köy Grubu Tarım Merkezi Teknisyenlerinin⁽¹⁾ eğitim toplantılarının etkin ve yararlı (kaliteli) geçmesinden sorumludur. İlçe yayım grubundaki ziraat mühendislerinin uzmanlık konuları dışındaki konularda il yayım grubu konu uzmanları bu eğitim toplantılarına katılmakla görevlidirler (TOKB, 1986).

Tüm ilçe ve il yayım grupları gerek araştırma enstitülerinde gerekse illerde yapılacak olan aylık bilgi alış-veriş toplantılarına (ABAV) veya iki aylık bilgi alış-veriş toplantılarına (İBAV) düzenli olarak (sistemik) katılacaklardır (TOKB, 1988).

(1) Köy Grup Teknisyenlikleri son yıllarda "Köy Grubu Tarım Merkezi (KGTM)" olarak isimlendirilmiştir.



Şekil 5.5. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Tarım İl Müdürlüklerinde (İl Düzeyinde) Yayımın Organizasyonu

Uzmanlık konuları aynı olan Ziraat mühendisleri yılda 4 kez (her 3 ayda 1 kez olmak üzere) ilgili araştırma enstitüsünde düzenlenecek olan aylık bilgi alış-veriş toplantılarına (2-3 gün süreli) araştırmadan yayıma bilgi (teknoloji) transferi için bir kanal sağlamak ve il-ilçe ziraat mühendislerinin kendi uzmanlık konularındaki teknik bilgilerini geliştirme amacıyla katılacaklardır. Ziraat mühendisleri için diğer aylık bilgi alış-veriş toplantıları, illerde il müdürünün sorumluluğunda yapılacaktır. Toplantının içeriği ve yürütülmesi ile ilgili olarak il müdürü, araştırma enstitüsü müdürü ile yakın ilişki içindedir. Ayrıca, uzmanlık konularına bakılmaksızın tüm ziraat mühendislerinin(3 ayda 1 kez) il düzeyinde bu toplantılara katılımları sağlanarak, çiftlik geliştirme konusundaki il politikaları belirlenecek ve yayım yöntemleri (öğretim teknikleri), teknik konular ve işletme ekonomisine yönelik konuların hizmet içi eğitimle verilmesi sağlanacaktır(TOKB, 1986), denilmektedir.

Köy grup teknisyenleri idari yönden ilçe müdürlüklerine bağlıdır. İlçe müdürü kendi ilçesindeki yayım programlarının idare ve denetiminden sorumludur. Bir kaç KGT'nin bulunduğu büyük ilçelerde bir ziraat mühendisi yayım işlerinde yardımcı olacaktır. KGT ve ZM'lerinin serbest kalıp yayım faaliyetlerine katılması için idari işlerde ilçe müdürüne yardımcı olmak üzere 3 ziraat teknisyeninden oluşan bir ekip belirlenecektir (TOKB, 1986).

İl-ilçe yayım grupları KGT'ni ve ZM'lerinin yayım çalışmalarına teknik destek sağlayacaklardır. Her yayım grubu 40-60 yayım elemanına veya 4-6 ilçeye hizmet edecek ve bu ilçelerden birisinde bulunacaktır ve Şekil 3'de belirtilen konu uzmanlıklarına sahip

olacaklardır. Bunların ana sorumluluğu KGT'leri için iki haftada bir (15 günlük) düzenli ve yoğun eğitim toplantıları organize etmektir. Bu toplantılara, KGT'leri ve ilçe yayım mühendisleri olmak üzere her defasında 20-30 yayım elemanı katılacaktır. Bu toplantılarda, gelecek iki haftalık dönemde KGT'lerinin seçilmiş çiftçilerle yapacakları faaliyetler üzerinde durulacak ve toplantılar demonstrasyonların planlanıp uygulanması için arazi ziyaretlerini de kapsayacaktır. Toplantılar çiftçi (benimseme-verim) surveyleri, tarla denemeleri ve merkezdeki Tarımsal Üretim ve Geliştirme Genel Müdürlüğü'nün diğer faaliyetlerini de kapsayacak, böylece KGT'leri hizmet verdikleri toplumda yalnızca teknik bilgileriyle değil aynı zamanda diğer faaliyetlere katılmaları nedeniyle de güven kazanacaklardır. Eğitim toplantılarının organizasyonu iki yönlü bilgi akışı için yeterli zaman tanıyacaktır. İlçe grubu KU'ları, araştırma ile yakın ilişki içinde olduklarından hem araştırma enstitüsünde formüle edilen fikir ve uygulamaları KGT'lerine tanıtacaklar, hemde KGT'lerinin getirdikleri üretici sorunlarının araştırma enstitülerine iletilmesinde araç olacaklardır (TOKB, 1986), denilmektedir.

Her KGT belirli bir bölgedeki, tarımsal yayımdan sorumludur. Sulu tarım uygulamalarının yoğun olduğu yerlerde her 250 çiftçiye 1 yayım elemanı, daha ekstansif tarımsal üretim yapılan alanlarda 550-600 çiftçi/KGT, modern çiftçilik sistemlerinin büyük ölçüde benimsendiği ilçelerde ise her 1000 çiftçiye 1 yayım elemanı hizmet götürecektir.

KGT'ni mümkün olduğunca çok sayıda çiftçiye ulaşmak durumundadır. Bunun için KGT, diğer çiftçiler üzerinde etkiye sahip, işbirliğine istekli, farklı ihtiyaç ve kaynaklara sahip üretici kesimi

temsil edebilecek özellikteki bir kaç çiftçiyi belirler ve bu seçilmiş çiftçilere sistematik ziyaretler yapar. Haftada 4 gününü bu faaliyete ayıran (1 gününü ise eğitim toplantılarına yada idari işlere) KGT'nin günde en az iki, en fazla 5 üreticiyi ziyaret edebileceği varsayılarak 8-20 seçilmiş çiftçiyle çalışması mümkündür. KGT'leri 15 günde bir gün ilçe grubu ZM'lerinin verecekleri yoğun eğitim toplantılarına katılacaklardır (TOKB, 1986)

Çizelge 5.6. KGTM Teknisyeninin Haftalık Çalışma Programı

P.tesi	Salı	Çrşb.	Pers.	Cuma	P.tesi	Salı	Çrşb.	Pers.	Cuma
Çiftçi Ziyaret Günleri				İdari işler- Rapor	Çiftçi Ziyaret Günleri				Eğitim toplantıları
Ziyaret Sayısı (kez/gün)					Ziy. Sayısı (kez/gün)				
2	2	2	2		5	5	5	5	idari işler
Topl. Ziy. (kez /hafta)			8	Topl. Ziy. (kez /hafta)			20		

İl müdürlükleri yapısında bir merkez ilçe müdürlüğü olmadığından ve bu ilçenin faaliyetleri ile ilgili olarak şubeler, köy grubu teknisyenleri ve üreticilerle doğrudan muhatap olduklarından, faaliyetlerin yürütülmesinde bir koordinasyon eksikliğinin olması mümkündür. Bunun giderilmesi için bir elemanın merkez ilçe köy gruplarının faaliyetlerinden sorumlu olması ve bahsedilen bu toplantılara sürekli olarak diğer ilçe müdürlüklerinin yetkilerine benzer yetkilerle katılmaları yararlı görülmüştür (TOKB, 1988).

Proje ve İstatistik Şube Müdürlüğü projenin il bazında "İzleme ve Değerlendirme" işleminin uygulanmasından sorumludur. Bu şube tarafından görevlendirilen iki eleman değerlendirmeyi planlama ve gerçekleştirilen yayım hedefleri arasındaki karşılaştırma üzerinde yoğunlaştırılacak ve bu iki unsur arasındaki önemli sapmalara neden

olan faktörlerin analizi üzerinde duracaktır. Ancak bu bir şubenin diğerini denetlemesi şeklinde asla düşünülmemeyecektir (TOKB, 1988), denilmektedir.

5.6. Kamu Yayım Uygulamalarında Karşılaşılan Sorunlar

a) Yayım Politikasının Belirsizliği:

- Ülkemizde bugüne kadar yürürlükteki tarım politikalarını esas alan yazılı bir tarımsal yayım politikası hazırlanmamıştır.
- Ülkemizde tarımsal yayım çalışmalarının programlanması, uygulanması, denetlenmesi, desteklenmesi, değerlendirilmesi vs konularda doğrudan sorumlu tek bir kuruluş bulunmamaktadır.
- Kamudaki yarım asırlık deneyime rağmen ihtiyaca ve değişen koşullara cevap veren esnek, dinamik, etkili, bir yayım sistemi oluşturulamamıştır.

b) Yayım Konularının Sınırlılığı: Kamu yayımında çalışma konuları teknik bilgi vermenin ötesine geçememiştir: Kırsal kesimde yetişkinlerin temel eğitimi, sorun çözme yeteneği, yeni iş olanakları, liderlik, örgütlenme vs. gibi konulara yer verilmemiştir.

c) Yayım Ayrılan Kaynakların Yetersizliği: Kamu harcamalarındaki daralma eğilimi, kamunun tarımsal yayımdaki etkinliğini olumsuz yönde etkilemiştir. Harcamalardaki sınırlamalar yayımın üreticiye ulaşma imkanlarını azaltmış ve bunun yol açtığı diyolog eksikliği çiftçi ile yayım ilişkilerini koparma noktasına getirmiştir (Anonim,1994a).

- d) Hedef Kitlenin Seçiminde Öncelikler: Yayım hizmeti genellikle yeniliklere açık üreticilerin bulunduğu yerlerde uygulanmıştır. Bu tip yerler kolay ulaşılabilir ve büyük köyler olmuştur. Pekçok projede bazen tek bir köyde hep aynı çiftçinin faydalanmasına yönelik yürütülmüştür.
- e) Görsel ve işitsel araçların kullanımındaki yetersizlikler: Üreticiye verilecek eğitimler sırasında göze ve kulağa hitap eden eğitim araçları çok az kullanılmıştır.
- f) Yayım Dışı İşlere Ayrılan Zamanın Fazlalığı: Yayım servisi elemanlarının yayım dışı işlerde görevlendirilmeleri, yayımcıların normal yayım hizmetlerini gerektiği gibi yapamamalarına neden olmuştur (TOKB,1987).
- g) Araştırma ve yayım arasındaki bağın yetersizliği:
- Ülkemizde tarımsal yayım çalışmalarında araştırma kurumlarıyla ilişkilerin zayıf olması yayım elemanları tarafından üreticilere götürülen yeni tarımsal teknolojileri tanıtmada ve benimsetmede etkisiz hale gelmektedir.
 - Araştırma kuruluşlarının dağılımı ve bu kuruluşların kendi aralarında bile yeterli işbirliğinin bulunmaması, üreticilerden gelen sorunların çözümüne yönelik çabalara engel olmaktadır. (Taluğ ve ark, 1990)
- h) Yayım Elemanı Sayısındaki ve Dağılımındaki Dengesizlik: Bölgeden bölgeye yayım elemanı dağılımında dengesizlikler vardır. Bazı bölgelerde çok yetersiz bir kadro ile hizmet verilmektedir. Ayrıca yayım biriminde tarım ekonomisti ve yayım uzmanı sayısında yetersizlik vardır.

Aşağıda Türkiye'de yayım elemanlarına yönelik bazı saptamalar verilmiştir:

h-1. Yayım Elemanları ve Özellikleri

Tarımsal yayım çalışmalarında örgütlenme modeli ve yayım sistemi kadar önemli bir öge de hizmeti sunacak olan elemanların sayısı ve bu elemanların teknik bilgi ve yayım formasyon düzeyidir.

Yayım programlarının başarısında etkili olan temel faktör mevcut yayım elemanlarının kalitesidir. Bu kalitenin belirlenmesinde en önemli ölçüt yayım personelinin eğitimsel nitelikleridir(Swanson ve ark., 1990).

1988 yılına göre dünyadaki yayımcıların % 38.8'inin yalnızca orta öğretimi tamamladıkları, % 33.3'ünün üniversite ile orta öğretim arasında (önlisans) öğretim gördükleri, % 22.9'unun üniversite mezunu oldukları ve % 5.0'inin ise lisans üstü çalışma yaptıkları belirlenmiştir.

Çizelge 5.2. Yayımcıların Eğitimsel Nitelikleri (1988 yılı %).

Eğitim Düzeyi	Afrika Ülkeleri	Asya-Pasifik Ülkeleri	Avrupa Ülkeleri	Latin Amerika Ülkeleri	Kuzey Amerika Ülkeleri	Yakın Doğu Ülkeleri	Dünya Geneli
Orta Eğitim	56.3	40.4	11.9	27.8	6.0	35.0	38.8
Önlisans	32.0	35.4	52.8	39.9	3.7	18.9	33.3
Üniversite	9.2	20.4	34.5	25.7	48.7	42.7	22.9
Lisansüstü	2.5	3.8	0.8	6.6	41.6	3.4	5.0
Toplam	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Kaynak : Swanson ve ark., 1990.

Ülke grupları itibarıyla bakıldığında, Afrika ülkelerindeki yayımcıların yarısından fazlasının (% 56.3), Asya Pasifik ülkelerindeki yayımcıların yarısına yakın bir kısmı (% 40.4), Yakın Doğu ülkelerindeki yayımcıların 1/3'üne yakın bir kısmının (% 27.8) yalnızca orta öğretim gördükleri anlaşılmaktadır.

Yayım elemanlarının eğitim düzeyi en yüksek ülke grubu Kuzey Amerika'dır. Bu ülke grubundaki yayım elemanlarının üniversite mezunu olma oranı % 48.7 ve mezuniyet sonrası çalışma yapma oranı ise % 41.6'dır.

Avrupa grubunda ise yayımcıların çoğunluğu (% 52.8) önlisans eğitim düzeyine sahiptir. Bu Latin Amerika ülkeleri (% 39.9) içinde geçerlidir.

Türkiye'nin de değerlendirmede içinde bulunduğu Yakın Doğu ülkelerinde ise, yayım elemanlarının % 35.0'inin orta eğitim düzeyine sahip olduğu, % 18.9'unun önlisans ve en önemlisi % 42.7'sinin üniversite mezunu oldukları belirlenmiştir. Lisansüstü çalışma yapmış yayım elemanlarının oranı ise % 3.4'tür.

h-2. Hizmette Sürekliliğin Sağlanması

Yayım çalışmalarında başarıyı büyük ölçüde belirleyen bir diğer koşul olarak ta hizmetle sürekliliğin sağlanması, başka bir deyişle yayım çalışmalarını yürüten teknik elemanların istihdamında sürekliliğin sağlanmasındaki (Taluğ ve Tatlıdil, 1986) gerekliliktir.

Özellikle konu uzmanları (KU) tarımsal yayımda kritik bir rol oynar. Bunlar araştırma birimine araştırma konuları hakkında ve alan yayımcısına hizmet içi eğitimle teknik bilgi sağlarlar. Teknoloji transferinde yayım sisteminin başarısı direk olarak konu uzmanlarının nitelikleri ve sayısı tarafından etkilenir. Yapılan araştırmalar konu uzmanlarının köy grubu yayım elemanlarına etkin bir eğitim verebilmeleri için, en az % 20'sinin master derecesine (veya eşdeğeri) ve çok iyi alan deneyimine sahip olmalarının gerektiğini göstermiştir. Ayrıca bir konu uzmanının 4-5 köy grubu yayım elemanına etkin olarak ulaşması beklenir. Bu oran Kuzey Amerika ülkeleri için 1 / 1.5 Afrika ülkeleri için 1/13.6 ve yakın doğu ülkeleri için 1/13.0 olup dünya ortalaması (97 ülke) 1/11.5'tir (Swanson ve Ark., 1990). Buna göre konu uzmanı ile alan yayımcısı arasındaki oranın büyük olması, konu uzmanının daha fazla elemanla ilgilenmesini gerektireceğinden, verilecek eğitimin etkinliğini olumsuz yönde etkileyeceği söylenebilir.

Benor ve Ark., (1984)'e göre ildeki konu uzmanları (il yayım grubu) ilçelerdeki konu uzmanlarından (ilçe yayım grubu) daha deneyimli ve yetenekli olmalıdır.

ÖRNEK:

Özçatalbaş(1994) tarafından GAP bölgesinde yapılan araştırmada, görüşülen il konu uzmanlarının ortalama bölgedeki görev süresi 32 aydır. Diğer ilçe müdürlüklerindeki elemanların görev süresi ise 29 aydır. Yayım elemanlarının teknik bilgi ve yayımcılık nitelikleri yanında, belirtilen hizmette süreklilikte yayım çalışmalarının başarısını artırıcı özellikler taşımaktadır.

Çorum-Çankırı kırsal kalkınma projesini yayım açısından inceleyen bir araştırmada (Taluğ ve Tatlıdil 1984), projenin ilk örgütlenme yıllarında başarılı bir istihdam politikasının uygulandığı belirtilerek, atanan teknik elemanların daha önce çeşitli kamu kuruluşlarında çalışmalarıyla kendilerini kanıtlamış ve deneyimli kimselerden oluştuğu üzerinde durulmuştur. Projede çalışacak elemanların seçiminde bu yolun seçilmesi ise başarılı sonuç alınmasında önemli bulunmuştur. Söz konusu projede Türkiye'de sıkça yaşanan belli bir birikime sahip olmayan teknik elemanlara, doğrudan sorumluluk verilmesi yanlışlığı tekrar edilmemiştir. Bunun yanında proje yönteminin siyasal baskı ve yozlaşmanın projeye etkisini alt düzeyde tutma gayretleri, elemanların sürekliliği ilkesinin uygulanmasına olanak tanımış ve elemanlar arasında kutuplaşma yaşanması önemli ölçüde önlenmiştir. Bu ise başarıyı getirmiştir, görüşü savunulmuştur.

h-3. Yayımcı Niteliklerini Geliştirici Dersler ve Kurslar

Yayım elemanlarına gerek teknik ve gerekse yayımcı niteliklerini geliştirici mesleki (haberleşme, köy sosyolojisi, sosyal psikoloji, eğitim bilimi, vd) bilgilerin büyük bir kısmı ziraat fakültelerinde veya tarım meslek liselerinde verilmektedir. Türkiye'de adı geçen her iki öğretim kurumunda da verilen derslerin yayımcıların yürüttükleri işlemlere göre yetersiz ve teorik kaldığı bilinmektedir (Gürgen, 1989b). Özellikle lisans döneminde ziraat mühendislerinin yayımcı niteliklerini geliştirici dersleri yetersiz düzeyde aldıkları dikkate alındığında, yayım elemanı olarak hizmet verecek kimselerin teknik bilgileri yanında,

mesleki bilgilerinin de üst düzeye çıkabilmesi için hizmet öncesi eğitim programları çok önemli bir araç olacaktır. Bu şekilde yayımcılık niteliğini artırıcı konuların, yayım elemanı olarak çalışacak kimselere mesleki başarılarını artırıcı bir unsur olarak verilmesi gereklidir.

Hizmet içi eğitimler⁽¹⁾: Hizmet içi eğitim vermenin en etkili yolu geleneksel(alıcıların pasif dinleyici olduğu) olmayan yöntemlerin kullanılmasıdır. Bu yöntemlerde elemanların katılımları teşvik edilmektedir. Bu şekilde sınıf atmosferinde eğitim, iyi ilişkilerin geliştirilmesi, alıcı-verici arasındaki ilişki, karşılıklı anlayış içinde daha yapıcı bir hale dönüşmektedir. Bu yöntemler (grup söyleşileri, paneller vb) ek olarak görsel ve işitsel (audio-visual) araçların kullanımı, hizmet içi eğitimi daha etkin hale getirebilir (El-Zoobi, 1987).

Hizmet içi eğitimler ise, yayım elemanının hem teknik hemde mesleki yeteneklerinin geliştirilmesinde kullanılacak önemli araçlardandır. Ancak etkili ve yeterli bir eğitim programı için, eğitim hedefi, süresi, içeriği ve kullanılacak eğitimin tekniklerinin detaylı bir şekilde önceden belirlenmesi gereklidir (El-Zoobi,1987). Bu esaslara göre yayım elemanlarının teknik ve mesleki yönden başarılı olabilmeleri için devamlı eğitilmelerinin gereği vardır (Albrecht ve ark.,1987;akt: Gürgen,1989b.).

ÖRNEK:

GAP bölgesinde yapılan bir çalışmaya göre (Özçatalbaş,1994), incelenen ziraat mühendislerinin 1985 yılı sonrasında katıldıkları hizmet içi eğitim kurslarının sayısı ve niteliği incelenmiştir. 4 konu uzmanından 2'si ve yayım mühendislerinin tamamı hiçbir kursa katılmadıklarını, diğer iki konu uzmanı ve ilçe müdürleri 2-3 kez

(1) Yayım elemanı olarak görev yapacak bireylerin yayımcı niteliklerini geliştirmek ve işe adaptasyonunu sağlamak için verilen eğitim kursları. İş veriminin artırılması, üretilen mal ve hizmetlerin niteliklerinin yükseltilmesi (Adem, 1977) ve dolayısıyla yayım personelinin bilgi ve deneyimini sistematik ve iyi planlanmış kurslarla artırmak (El-Zoobi, 1987).

katıldıklarını (% 28.6) belirtmişlerdir. Kurslara katılan 5 ziraat mühendisi toplam 10 kursa katılmışlardır. Kurs konularında ağırlık, teknik bilgiyi arttırmaya yöneliktir (% 70.0). Yayım formasyonu kazandırıcı nitelikteki kursların oranı ise % 30'dur. Adana ili Tarım İl Müdürlüğündeki il-ilçe ziraat mühendislerinin katıldıkları kurslarda da teknik konuların ağırlıklı işlendiği(%59.5) belirlenmiştir (Özdemir,1990).

Hizmet içi eğitim kurslarına katılanlara bu kursların daha faydalı olabilmesi için neler yapılması gerektiği konusundaki görüşleri sorulduğunda "kurs ciddi tutulmalı, hiç bir zaman turistik vb amaçlı olmamalı, kursta başarılı olanlara sertifika verilmeli" şeklinde görüş bildirmişlerdir (Özçatalbaş,1994).

Erzurum Kırsal Kalkınma Projesi'nde hizmet içi eğitim programlarının etkisiz olma nedenleri ise mali, idari, motivasyonel ve organizasyon bozukluklarına bağlanmıştır(El-Zoobi, 1987).

Sayı olarak yetersiz, içerik olarak çoğunlukla teknik konuları işleyen kursların elemanların özellikleri ve ihtiyaçları dikkate alınarak düzenlenmesi uygun olacaktır. Bu kurslarda, yalnızca yayım kuruluşu içindeki elemanlardan değil, bunun yanında çeşitli disiplinlerde çalışan bilim adamlarından da yararlanmak gereklidir. Bunun için ziraat ve eğitim fakültelerinden yararlanılmalıdır. Ayrıca eğitim programı konularının basitten karmaşığa doğru ve birbirini tamamlayıcı şekilde detaylı olarak düzenlenmesi ve önceden belirlenen ilkeler doğrultusunda yürütülmesi sağlanmalıdır (Özçatalbaş,1994).

h-4. Köy Grubu Tarım Merkezi ve Ziraat Teknisyenleri

Etkili bir eğitim ve ziyaret yaklaşımının özünde, nitelikli yayım elemanları tarafından üreticilerin düzenli ve sürekli ziyaret edilmesi vardır(Benor ve ark.,1984). Bu durumda yayım elemanının başarısı programın başarısıyla ilişkilidir. Yayımında organizasyon şekli, amaç ve

uygulanan strateji ne olursa olsun, çoğunlukla yayımın başarısı yayım elemanlarının kapasitesine ve gayretlerine bağlıdır. Diğer bir deyişle başarı veya başarısızlığın belirleyicisi yayımcının etkinliğiyle ilgilidir (Taluğ,1987;Oakley ve Garforth,1988). Bu nedenle yayım elemanlarının özelliklerinin ortaya konulması, yayım faaliyetlerinin başarılı olarak yürütülüp yürütülemeyeceği konusunda önemli veriler sağlayacaktır. Bu nedenle yayım çalışmalarının başarısını bu denli etkileyen yayımcıların özelliklerinin incelenmesi başarıya ulaşmanın yollarını ortaya koymada önemli veriler sağlamaktadır.

5.7.Bazı Örnek Yayım Çalışmaları

5.7.1. Önder Çiftçi Projesi

Yayım faaliyetinin etkinliği açısından üretici katılımının sağlanması ve maliyeti paylaşım önemlidir. Bu nedenle üretici katılımını sağlamayı amaçlayan çeşitli yaklaşımlar ortaya konulmuştur. Bunlardan birisi olan ve 1986 yılında Trakya Bölgesinde başlatılan, Türkiye Ziraat Odaları Birliği (TZOB) ve Alman Tarım Birliği (DLG) ile ortaklaşa yürütülen önder çiftçi (Tarım Danışmanlığı) projesi incelenmiştir. Başarıyla yürütüldüğü belirtilen projede çiftçi katılımının sağlanmasının başarının elde edilmesinde çok önemli olduğu ifade edilmektedir.

Proje ile ilgili bilgiler şöyledir (Kırmızı, 1991) : Önder Çiftçi Projesi; Türk ve Alman Hükümetleri arasında imzalanan 1970 tarihli teknik işbirliği anlaşması çerçevesinde karar altına alınan 27 Aralık 1986 tarihli proje anlaşması gereğince iki hükümet tarafından görevlendirilen Türkiye Ziraat Odaları Birliği ve Alman Tarım Birliği tarafından pilot bölge olarak seçilen Tekirdağ il sınırları içinde başarıyla yürütülen bir "Tarım Danışmanlığı" projesidir. Projenin amacı, kendi sorumluluklarıyla çalışan çiftçilerin ortaklaşa ve

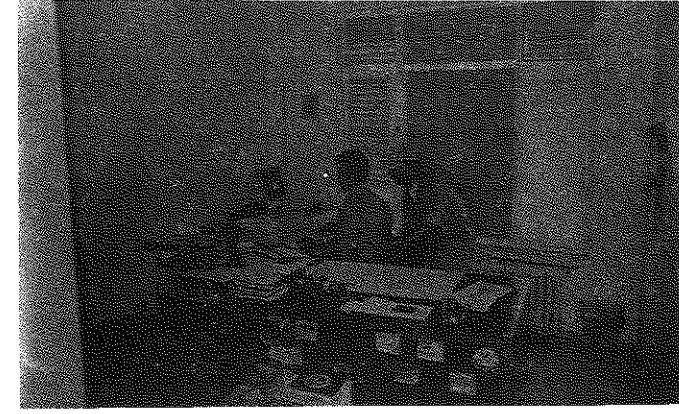
birbirlerine yardımcı olarak çiftliklerinin geliştirilmesini sağlayacak bir organizasyon modelinin ortaya çıkarılmasıdır.

Önder Çiftçi Projesiyle benimsetilmeye çalışılan "Tarım Danışmanlığı", tarımsal üretim ve özellikle kaliteyi arttırmak amacıyla üreticilere, uzman bir Ziraat Mühendisi (danışman) aracılığıyla, yakın ilişkiler kurarak, gerek çiftçi eğitimini ve gerekse yayımcılık faaliyetlerini yürütmek anlamını taşımaktadır. Bu, basit bir benzetmeyle, hukuki konularda bir avukata danışmanlık gibi bir olgudur. Projenin bir diğer amacında böyle bir sistemin ülkemizde başarıyla uygulanıp uygulanamayacağının denenmesidir. Zira, şu anda sadece Tekirdağ il sınırları içinde uygulanan bu sistem, Almanya'da uygulanmaktadır. Böylece projenin başarılı olması Almanya'daki bu sistemin ülkemizde de rahatlıkla uygulanabileceğinin bir kanıtı olacaktır. Bu amaçla 1987 yılının başlarında Alman uzmanlar ülkemize gelerek ilk kuruluş çalışmalarını başlatmış; tanıtma, benimsetme ve yayım faaliyetlerini yürütmüş 1988 yılının ilk aylarında ilk Çalışma Grubu kurulmuştur. Grup belirli sayıdaki üreticilerden kurulu olup başlarında danışmanları olduğu halde çalışmalarını başarıyla devam ettirmektedir. Kurulan ilk grup Tekirdağ Merkez Köylerini içermektedir. 1989 yılında Muratlı İlçesinde 2. çalışma grubu ve Çorlu İlçesinde 3. çalışma grubu kurulmuştur. Böylece proje ilk üç yılını kuruluş faaliyetleriyle doldurmuş ve oldukça başarılı sonuçlar alınmasının bir neticesi olarak üç yıl daha uzatılması kararlaştırılmıştır. İkinci üç yıl içinde 4. çalışma grubunun Malkara İlçesinde kurulması uygun görülerek, 1990 yılının ilk aylarında uygulamaya konmuştur.

Böylece 1986 yılından bu yana 4 çalışma grubunun kurulması teşvik edilmiş, grupların oluşturulması sağlanmış, danışma büroları donatılmış ve gerekli danışmanlar proje tarafından istihdam edilerek ileri eğitimleri sağlanmıştır. Uzun dönemde bu faaliyetin amacı, üreticilerin gelirlerinin artması, uygun tarımsal teknolojinin yerleşmesi ve bu tür faaliyetlerin ülkemizin diğer yörelerine taşınmasıdır. 1986 yılından beri yürütülen bu projenin temel taşı, üreticilerin bir araya gelerek oluşturdukları "**Çalışma Grupları**"dır. Çalışma grupları aynı amacı hedeflemiş belirli sayıdaki (800-100) üreticilerden oluşur.

Grupların bir yönetim kurulu ve genel kurulu mevcuttur. Yönetim kurulu grubu dışarıda temsil eder ve aynı zamanda gruba ilgili kararları alır. Grup, ticari amaçla değil, fakat teknik ve bilimsel amaçlı bir araya gelmektedir. Üyelik şartından birisi olarak, üreticinin esas gelirinin çiftçilikten kazanılması gerekmektedir. Böylece üyelerin faaliyetlere katılımları ve ilgileri belirli bir seviyenin üstünde olacaktır.

Her bir çalışma grubunun kendisine tarımsal konularda her konuda danışabileceği bir danışmanı mevcuttur. Danışman sadece grubundaki üreticilere hizmet götürür. Çalışma Grubunun bir danışma bürosu bulunmaktadır. Danışma işletme ve tarla ziyaretleri dışındaki vaktini bu büroda geçirerek üye üreticilerinin ziyaret veya telefon yoluyla gelen sorunlarını tartışıp çözüm yollarını araştırır. Büroda telefon bilgisayar, kütüphane, mobilya ve her türlü büro malzemesi mevcuttur. Ayrıca danışmanın, üyeleri işletme veya tarlasında ziyaret edebilmesi için ulaşım aracı vardır.



Şekil 5.6. Çalışma Grubu Uzmanı Bir Grup Üyesiyle Büroda

Bu sistemde danışmanlar görevleri gereği mutlaka ziraat mühendisi olmalı, pratik ve teorik bilgileri tam olmalıdır. Ayrıca çalışkan, güvenilir, ekonomik düşünce yapısına sahip, girişken mesleğine ve tarıma bağlı, pratiğe yatkın ve organizasyon yeteneğine sahip olmalıdırlar. Tekirdağ da yürütülen bu projede görevli bulunan danışmanlar bu özellikleri sahip adaylar arasından seçilmişlerdir. Eksik olan bilgi, tecrübe ve danışmanlık hizmetleri ruhu, gerek yurt içinde Alman uzmanlar tarafından ve gerekse yurtdışında danışmanlar tarafından bizzat uygulamalı olarak verilmiştir. Böylece danışmanlar istenilen seviyeye getirilmiştir. Danışmanlar belirli bir mesai kavramı içinde çalışmamaktadır. Gerektiğinde hafta sonu da çalışılmaktadır. Danışman tarımsal dönemin yoğunluğuna göre vaktinin büyük çoğunluğunu işletmelerde, tarlalarda, ahırlarda veya tarımsal kuruluşlarda geçimektedirler.

Ancak, danışman haftanın belirli bir gününde, grup bütçesinin hesaplanması, yapılacak ortak faaliyetlerin planlanması, kişisel çalışma ve üyelere yönelik danışmanlık için büroda çalışmaktadır.

Bunların yanında danışmanlar, seminerler vermek, deneme ve demonstrasyonlar yapmak, gezi düzenlemek, idari işleri yürütmek, dergi ve gazetelere yazı yazmak ve kendini yenilemek gibi faaliyetleri de üstlenmiş durumdadırlar. Ayrıca, resmi makam ve tarımsal kuruluş ziyaretleri yoluyla grup ile bu kuruluşlar arasında bir köprü görevi görmeyi de üstlenmişlerdir.

Gruba dahil olan üreticiler genelde aynı tür bitkisel yada hayvansal üretim yapan üreticilerden oluşmuştur. Esas gelirleri tarımsal faaliyettendir. Gruba dahil olmak isteyen üreticilerin de bazı özelliklere sahip olmasında fayda vardır. Ortak çalışmaya yatkınlık, aydın, dışa açık olmak, işletmesinde tek karar verici olmak ve belirli bir gelir düzeyinde bulunmak gibi konular sistemin başarısını artıran faktörlerdir. Üyeler grup içinde aktif olmalı, her türlü ortak faaliyete ilgi duymalı ve katılmalıdır. Üyeler deneme, demonstrasyon, gezi, seminer gibi faaliyetlere aktif olarak katılmakta, sık sık danışmanlarını işletmelerine çağırarak fikir almakta ve gerektiğinde de danışmanın bürosuna gelerek danışmanı bizzat ziyaret etmektedirler.

Çalışma Grubunun yıllık faaliyet planı grubu oluşturan üyeler tarafından yapılmaktadır. Bu faaliyetler içinde daha öncede belirtildiği gibi, fuar gezileri (yurt içi ve dışı), diğer tarımsal kuruluş gezileri, seminer ve konferanslar, denemeler, demonstrasyonlar, tarla günleri gibi faaliyetler bulunmaktadır. Ayrıca ortak makina kullanımı da faaliyetlerden birisidir. Bu faaliyet planı içinde gruplar çeşitli tarihlerde yurt içi ve dışındaki büyük tarım fuarlarını ziyaret etmişlerdir. Bunların başında Almanya'daki "Agritechnica Tarım Fuarı" ve Yunanistan'daki "Selanik Tarım Fuarı" gelmektedir. Yeni teknik ve teknolojilerin tanıtılması amacıyla grup danışmanı tarafından

düzenlenen deneme, demonstrasyon veya seminer gibi toplantılarda, tarımsal makina üreticisi firmaların, tohum şirketlerinin, tarımsal ilaç firmalarının yeni ürünleri tanıtılmaktadır. Böylece üreticiler en son teknik ve teknolojiyi yakından takip edebilmektedir.

Bu proje Tekirdağ'da uygulanmaya başlandıktan sonra projeye dahil olan üreticilerin işletme ve sosyo-ekonomik yapılarında bazı değişiklikler göze çarpmaktadır. Özellikle tarımsal faaliyetlerde önemli değişiklikler yaşanmaktadır. Öncelikle ekonomik düşünce yapısı yerleşmiştir. Maliyet hesaplamalarının üzerinde hassasiyetle durulmaktadır. Bunların yanında ürün münavebesi, alternatif ürünler, mekanizasyon, yeni teknikler, toprak analizi, uygun zirai ilaç kullanımı, pazarlama gibi konularda üreticiler yeterli bilince erişmişlerdir. Kaliteli tohumluk aranılan şart olmuştur. Tüm bu faaliyetlerin doğal sonucu olarak üretim miktarı ortalamanın üzerine çıkmış ve maliyet düşürülmüştür. Üreticilerin en son teknikleri görme ve takip etme istekleri tarım fuarlarına olan ilgiyi de artırmıştır. Bunda en büyük katkı payı ise yurtdışından proje aracılığıyla hibe olarak getirilen demonstrasyon amaçlı alet, makina ve ekipmanların projeye üye üreticiler tarafından başarıyla kullanılmasındadır. Bunların başında ekim, gübreleme, sap kıyma makinaları, ince traktör lastikleri gibi makinalar gelmektedir. Bu gibi Avrupa'da da kullanılan makinaları kullanan ve yararına inanan üretici, bu makinaları ülkemizde de üreten firmaları araştırmaya başlamıştır. Bunların yanında istediği kalitede tohum bulabilmek için kendi tohumlarını kendileri üretmek amacıyla yurtdışındaki bir tohumculuk firmasıyla lisans anlaşması yaparak bir şirket kurmuşlardır. Ancak bu şirket projeden ayrı bir yapıya sahiptir. Fakat proje, kaliteli tohum

kullanımını desteklediğini göstermek için bir selektör makinası getirterek şirkete hibe etmiştir. Görülüyor ki, projenin başlangıcından bu yana oldukça önemli mesafeler katedilmiştir. 4 Çalışma Grubunun oluşturulması, büroların kurulması, danışmanların istihdam edilerek eğitilmesi ve ortak faaliyetlerin desteklenmesi gibi konular bu güne kadar projeye imza atan hükümetlere belirli bir mali yük getirmiştir. Oldukça yüklü olan bu masrafların (danışmanın maaşı, büro masrafları vs.) tümünün devlet tarafından karşılanması bazı açılardan uygun görülmemektedir.

Bunların başında, danışmanın devlet memuru zihniyetinden uzak olmasındaki gerekliliktir. Zira uygulanan bu sistemde mesai kavramı yoktur. Oysa devlet memurları belirli çalışma saatleri dahilinde çalışır. Görev gereği kullanılan araç ve malzemelerin gereği kadar ve özenle kullanılması şarttır. Tüm bu konular gözönünde tutulduğunda, toplam harcamalara hizmetten faydalanan üreticilerin belirli oranda mali yönden katılması, sistemden beklenen yararın artırılmasında önemli bir etken olmaktadır. Daha açık bir ifadeyle, üreticiler danışmanın hem işvereni hem de denetleyicisi durumundadır. Ancak toplam masrafların tümünün üreticiler tarafından karşılanması da mümkün değildir. Dolayısıyla masrafların bir kısmının (en çok %50 ye kadar) üreticiler, diğer kısmının ise devlet tarafından karşılanması gerekmektedir. Projede üreticiler, belirli oranda harcamalara katkıda bulunmaktadırlar. Geriye kalan kısım ise projeyi yürütmekle görevli kuruluşlar tarafından yapılmaktadır. Kısaca; hizmetten faydalanan üreticilerin, aldıkları hizmetin karşılığını vermesi, hem onların konuya daha ciddi yaklaşımlarını sağlamakta, hem de devletin yükünü hafifletmektedir.

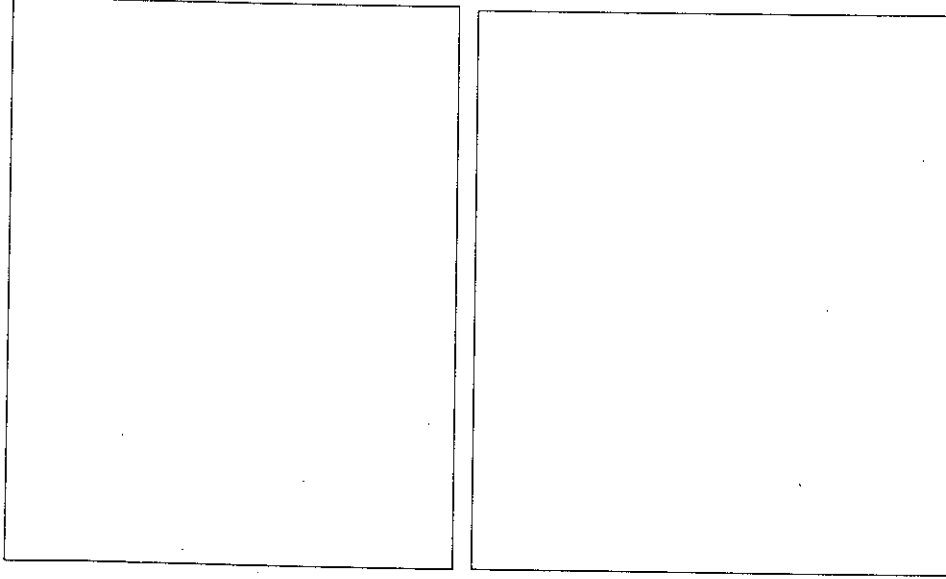
Çalışma grupları, sadece aynı amacı güden bir grup üreticinin biraraya gelmesiyle meydana gelen guruplardır. Elbette ki her projede olduğu gibi bu projenin de bir süresi vardır. Proje süresi sona erdiğinde bu grupların birer grup olmaktan çıkıp bir sıfatlarının olması şarttır. Zira bu hem kendi kendilerine ayakta durmalarını hem de gereken mali katkıları gerçekleştirebilmeleri için gerekli bir unsurdur. Bu, grupların proje sona erdiğinde ve ilgili kuruluşların desteği ortadan kalktığında ayakta durabilmeleri ve faaliyetlerini sürdürebilmeleri için yegane şarttır. Bugüne kadar bu gruplar için hukuki statü araştırmaları devam etmiştir. Ancak şurası bir gerçektir ki; tarım danışmanlığı hizmetleri ülkemiz için çok yeni ve çok özel bir hizmettir. Dolayısıyla ülkemizde tarım danışmanlığı için özel bir kanun (gruplar için uygun bir hukuki statü) ne yazık ki bulunmamaktadır. Bu yüzden mevcut 4 çalışma grubu için uygun bir hukuki statü bulma çalışmaları uzun zaman almıştır. Ülkemizde belirli bir grubun ortak faaliyette bulunabilmesi için 5 çeşit hukuki statü mevcuttur. Bunlar; şirket, vakıf, dernek, kooperatif ve özel kanundur. Ancak ne yazık ki özel kanun dışında kalan statü biçimleri bu gruplar için istenilen verimi sağlayamamaktadır. Bunlara rağmen grupların hukuki herhangi bir statüye kavuşturulması için çalışmalar devam etmektedir.

Buraya kadar anlatılan Önder Çiftçi Projesi'nin uygulandığı bölgede oldukça yararlı olduğu ve bunun sonucu olarak diğer bölgeler için de örnek bir uygulama olduğu anlaşılmaktadır.

5.7.2. Yaygın Çiftçi Eğitimi Projesi (YAYÇEP)

Televizyon ağırlıklı olmak üzere, kitle iletişim araçları aracılığıyla üreticilerin tarım kültürünü artırmak ve çeşitli tarımsal

konularda bilgilendirmek amacıyla 21 Ekim 1991 tarihinden itibaren uygulanmaya konulmuştur. Proje Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Maliye ve Gümrük Bakanlığı, Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT) ile Anadolu Üniversitesinin sorumluluk ve katılımlarıyla gerçekleştirilmiştir. Söz konusu proje televizyon aracılığı ile üreticilerin bilgilendirilmesini amaçlanmaktadır. Bu kapsamda ilk olarak öncelikli konular belirlenmiş, ilgili metinler hazırlanmış uygun senaryolar yazılmış, bunlar filme alınmış ve televizyondan gösterilmeye başlanmıştır. Senaryoların kitapları hazırlanmış ve ders kitapları şeklinde programa kaydolun üreticilere ulaştırılmıştır. Kitaplarda büyük puntolu harfler kullanılmış ve renkli çok sayıdaki fotoğraflarla desteklenmiştir. Şekil 5.7'de bir Yayçep Kitabı ve içinden bir sayfa örnek olarak verilmiştir.



Şekil 5.7. Bir Yayçep Kitabı ve Bir Sayfası

Programa kaydolmak için 18-41 yaşları arasında olmak gerekli koşul olarak konulmuştur. Ayrıca video ile tekrar gösterilmesini sağlamak için ilgili yayım birimlerine kasetler ulaştırılmıştır.

5.7.3. GAP Yöresi Eğitim ve Yayım Projesi

Proje 1996 yılından itibaren 4 yıl süreyle uygulanacaktır. Projenin amacı televizyonu kullanarak GAP yöresindeki çiftçilerin öncelikle sulu koşullarda tarım olmak üzere, bölgedeki temel sorunlar ve değişen koşullarda ortaya çıkabilecek her türlü tarımsal sorunlara çözüm getirici eğitsel programlar yapmak, olarak belirtilmiştir.

Proje Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Yayın Dairesi Başkanlığı tarafından yürütülmektedir. Projeye program konusu oluşturma, uygun metinler yazma, çekimlerde danışmanlık yapma konularında ilgili Tarım İl Müdürlükleri, Bölge Araştırma Enstitüleri, Çukurova, Harran Üniversiteleri Ziraat Fakülteleri vd'leri görev almıştır.

Program hazırlanırken öncelikle konular belirlenmekte, sonra koordinatör kuruluşlardan bilgi desteği alınarak senaryolar hazırlanmakta ve çekimler yapılmaktadır. Böylece üreticileri televizyon ve video aracılığı ile mevcut durumda ve gelecekte karşılaşılabilecekleri sorunlar konusunda aydınlatacak görsel eğitim materyalleri hazırlanmaktadır.

5.7.4. Toros Dağ Köyleri Projesi

Çiftçilik Sistemleri Araştırmaları (Farming System Research) yaklaşımının (ÇSA) kullanıldığı proje ICARDA (International Center For Agricultural Research in the Dry Areas) kuruluşunun desteği ile Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi tarafından, Tarım il-ilçe müdürlüğü ve çiftçilerle birlikte yürütülmektedir. Türkiye'de ÇSA yaklaşımını esas alan Toros Dağ Köylerindeki Küçük Tarım İşletmelerinin Geliştirilmesi Projesi yanında diğer bazı uygulamalarda

bulunmaktadır. Sivas-Kayseri bölgesinde Tarla Bitkileri Merkez Araştırma Enstitüsünün yine ICARDA ile işbirliğiyle Orta Anadolu'nun doğusunda üretim artışı sağlamayı amaçlayan bir proje yürütülmektedir. Ayrıca Karadeniz Tarımsal Araştırma Enstitüsü tarafından mısır konusunda çiftçi şartlarında yapılan çalışmalarda da aynı yaklaşım esas alınmıştır.

Projenin amacı bölgede yaşayan ve geçimini tamamen yada çoğunluğunu tarımsal faaliyetlerden sağlayan çiftçilerin gelir ve yaşam düzeylerini yükseltmektir. Toros dağ köylerinde yaklaşık 2 milyon insan yaşamaktadır. Bunların geçim kaynakları tamamen ya da ağırlıklı olarak tarımsal faaliyetlerdir. İşletmeler ortalama 40 dekadır. Araziler genellikle meyilli, yüksek ve taşlıdır. Proje deniz seviyesinden 600 metre ve üzerindeki köyleri kapsamaktadır. 4 ilçeye bağlı 8 köyde 63 üreticiyle çalışmalar 1992 yılında başlatılmış ve halen devam etmektedir. Çalışma üreticilerin sahip oldukları kendi olanaklarıyla geliştirilmesini amaçlamaktadır. Bunu sağlarken üretici koşullarına uygun, üretici koşullarında denenmiş ve olumlu sonuç alınmış bulguların üreticilere sunulması yolu seçilmiştir.

ÇSA. küçük çiftçilerle araştırmacıların ve teknik elemanların birlikte yürüttüğü disiplinler arası (multi disiplinler) uygulamalı bir çalışmadır. Bu nedenle tarım ekonomistleri, toprak, sulama, tarla bitkileri, bitki koruma, bahçe bitkileri, yem bitkileri, hayvancılık, arıcılık, gıda bilimi ve hatta halk sağlığı uzmanları görev almıştır.

Proje çalışmaları ile buğday üretimi artmış, yeni tohum çeşitleri kullanılmaya başlanmış, yem bitkileri üretimi üzerinde durulmuş, hayvansal üretimde melezleme çalışmaları sonuç vermeye başlamıştır (Erkan, 1994).

5.7.5. Kadınlara Yönelik Projeler

Kadınlara yönelik tarımsal yayım çalışmalarının önemi dünyada son 20-25 yılda farkedilmiş ve bu dönemde kadınlara yönelik tarımsal yayım faaliyetleri artmıştır. Bunun Türkiye'ye yansımaları ise II. TYUAP çalışmaları ile birlikte 1990 yılından itibaren somut uygulamalar halinde görülmüştür. Bu tarihe kadar aile içinde ücretsiz emek, ücretli tarım işçisi ve işletme yöneticisi konumundaki kadınlara, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı ev ekonomisi, beslenme ve el sanatları konularında tarım-dışı yayım hizmeti sunmuştur (TOKB, 1991). 1990 sonrası TYUAP kapsamında ve TYUAP dışında kırsal alan kadınlarına yönelik dış kaynaklı projeler uygulanmaya başlanmıştır.

- a) Kadınlar İçin Arıcılığı Geliştirme Projesi; 1990 yılında Giresun ilinde 100 kadın çiftçiye yönelik olarak uygulanmıştır.
- b) Modern Tarım Yetiştiriciliği ve Üretim Metotları Projesi; Antalya, Denizli, Konya, Şanlıurfa, Van ve Rize illerinden 90 kadına yönelik olarak uygulanmıştır.
- c) Kadınların Mesleki Eğitimi ve Kırsal Alandaki Kooperatiflere Entegrasyonu Projesi; 1993 yılında kadınlara yönelik olarak başlatılmıştır.
- d) Kadın Çiftçiler Pilot Tarımsal Yayım Projesi; II.TYUAP kapsamında uygulanmaya konulmuş ve 1992 yılında İçel, Tokat ve Nevşehir illerinde 327 kadın katılmıştır. Sebzeçilik, seracılık, süt sığırcılığı, meyvecilik ve bağcılık konuları işlenmiştir. Bu proje ülke düzeyinde kadın çiftçilere yönelik olarak yayım hizmeti ulaştırma konusunda ilk önemli adım olarak kabul edilmektedir. Bunu takiben 1993 yılında yine II. TYUAP kapsamında Antalya, Adana ve Niğde illerini kapsayan ve 310 kadın çiftçiye bağcılık, tavukçuluk sebzeçilik, ipekböcekçiliği ve tütün tarımı konularında yayım hizmeti ulaştırmayı öngören pilot proje uygulamaya girmiştir (Anonim,1994).

Son 5 yılda kadın çiftçilere yönelik yayım faaliyetlerinde görülmeye başlanan gelişme gerekli ve önemlidir. Ancak uzun yıllar ikinci plana atılan kadınlara yönelik tarımsal yayım çalışmalarının, daha kapsamlı ve daha geniş kitlelere ulaşacak şekilde ele alınması gerekli görülmektedir. Bugün için uygulamada görülen aksaklıklara ve (yayım teknisyeni yerine ev ekonomisi teknisyenlerinin görevlendirilmesi, homojen grup oluşturma, toplantı ve eğitim yerlerinin belirlenmesi, izleme ve değerlendirme ve araç temini gibi konulardaki) yetersizliklere rağmen, kadınlara yönelik tarımsal yayımın belirlenen aksaklıkların da ortadan kaldırılacak şekilde yaygınlaştırılması gereklidir.

Ancak bu uygulamalardaki en önemli yetersizlik olarak belirtilebilecek olan ev ekonomisi teknisyenlerinin yayımcı olarak görevlendirilmeleri yerine kadın ziraat mühendislerinden yararlanılması düşünülmelidir. İlçe merkezinde bulunacak olan kadın ziraat mühendisleri ile daha etkin bir yayım çalışması mümkün olacaktır.

Bu çalışmalar, kırsal alanda kadının tarımsal faaliyetlerdeki etkinliğinin artırılmasına, kadının çiftçilik rolünün ortaya çıkarılmasına ve bu rolünün pekiştirilmesine yol açacaktır. Böylece kırsal kadının bilinen (çocuk bakımı, ev işleri, beslenme vb.) özellikleri yanında çiftçilik özelliği de daha belirginleşecek ve kadının kırsal alandaki rol ve işlevi artırılmış olacaktır (Özçatalbaş,1994).

6. TARIMSAL YAYIM SİSTEMLERİ VE YAKLAŞIMLARI

Yayım sistemleri(extension system) ve yayım yaklaşımları (extension approaches) kavramları, çoğu kez birbirinin yerine aynı anlamlara geliyormuş gibi kullanılmaktadır. Oysaki bu kavramlar birbirinden farklıdır.

Sistem sözlük anlamıyla, bir sonuç elde etmeye yarayan yöntemler düzeni, bir aracı oluşturan düzen, yol, yöntem, model ve tip demektir. Yaklaşım ise, bir sorunu ele alış ve o soruna bakış biçimi olarak tanımlanmaktadır(TDK,1992).

Yayım sistemi, yayımın organize olma biçimini, yani yayım hizmetinin organize edilmesinde kullanılan yolu ifade etmektedir.

Yayım yaklaşımı ise, bir yayım sistemindeki işlerin (eylemlerin) uygulama tarzıdır(the style of action). Axinn(1988)e göre yayım yaklaşımı, yayım sisteminin yalnızca bir unsuru olmayıp, felsefesini de ortaya koymaktadır. Bu yönüyle yaklaşım sistemin tüm faaliyetlerini ve atılacak her adımı düzenleyen bir işleve sahiptir. Bu adeta bir törende atılan adımların trampet vuruşuyla düzenlenmesine benzemektedir (Contado,1990). Bir bölgede tarımsal üretimde verimliliği artırmak amacıyla bir yayım sistemi kurulmuş ise, bu amaca ulaşmak için farklı çalışma tarz ve ilkelerine sahip yaklaşımlar belirlemek mümkündür. Kendi içinde bir bütünlük ve uyum gösteren çeşitli yaklaşımlar, aynı amaca farklı tarz ve anlayışlarla ulaşmayı hedeflemektedir. Dolayısıyla

yayım sistemi kurulmuş bir düzeni, yayım yaklaşımı ise kurulan bu düzenin işleyiş tarzını belirlemektedir.

Örneğin Aşağı Seyhan Sulama Projesi kapsamında Adana'da 1967 yılında 1 müdür, 3 konu uzmanı ve 23 köy yayımcısı (foreman) Çiftçi Eğitim Servisi (ÇES) adı altında yayım faaliyetlerine başlamıştır (Anonim, 1971). Burada kurulan yapı veya organizasyon yayım sistemidir. Bu durumda organizasyonda görev alan birim ve bireylerin faaliyetlerini yönlendiren ve ilişkilerini düzenleyen, ilke ve kurallar birliğine ihtiyaç vardır. İşte aşağıda bazıları sıralanacak olan bu kurallar, yayım sistemini yönlendirmekte ve ona adeta ruh vermektedir. Dolayısıyla burada yayım yaklaşımı, kurulan sistemin çalışma tarzını, iş yapma anlayışını ve felsefesini belirlemektedir. Dünya Bankası tarafından dünyada ilk kez bu projede uygulanan "Eğitim ve Ziyaret Yaklaşımı"nın kendine özgü kuralları vardır.

Genel olarak bir yayım yaklaşımı kapsamında dikkate alınabilecek bazı konular şöyledir:

- üreticilerle nerede, nasıl, ne zaman ve ne şekilde görüşüleceği,
- üreticilerin özelliklerine göre gruplandırılarak uygun faaliyetlerin planlanması.
- konu uzmanları ile alan yayımcılarının ve bunların yayım müdürü ve proje yönetimiyle ilişkilerinin nasıl sağlanacağı.
- iş disiplini.
- personelin görev ve sorumluluklarının belirlenmesi.
- ast-üst ilişkilerinin düzenlenmesi.
- araştırma ile ilişkilerin düzenlenmesi.
- diğer kişi ve kuruluşlarla ilişkilerin düzenlenmesi.
- kullanılacak yayım yöntemleri ve kullanım yoğunluğu.
- izlemenin nasıl yapılacağı ve rapor tutma.
- yayımcılara yönelik kursların içerik, sayı ve zamanları.
- değerlendirme yöntem ve göstergelerinin belirlenmesi vd.

6.1. Yayım Sistemleri

Yayım faaliyetlerinin ulusal düzeyde organizasyon durumu (düzeni) dikkate alındığında, yayım faaliyetleri ve programları farklı yasal statüdeki değişik kurumlar tarafından yürütülmektedir. Tarımsal yayım genellikle Tarım Bakanlığına ya da Kırsal Kalkınma Bakanlığına bağlıdır. Ayrıca yayım faaliyeti üniversiteler ve devlete bağlı olmayan kuruluşlar (NGO) tarafından da yürütülmektedir. Ulusal düzeydeki bu örgütlenme şekillerinin yayım sistemleri olarak incelendiği belirtilmişti. Yayım kuruluşları organizasyon şekillerine göre uluslararası düzeyde devlete bağlı kamu kuruluşları ve devlete bağlı olmayan kuruluşlar şeklinde Çizelge 6.1'deki gibi sınıflandırılabilir.

Çizelge 6.1. Dünyada Yayım Sistemleri

Organizasyon Şekilleri	Sayı	Oran (%)
Devlete bağlı	160	86
Tarım Bakanlığı	151	81
Kamu Üniversiteleri	2	1
İkincil görevi yayım olan kuruluşlar	7	4
Devlete bağlı olmayan (NGO)	26	14
Üretici kuruluşları (Kooperatifler, Dernekl. vd)	13	7
Özel kuruluşlar (Girdi bayileri vd)	10	5
Diğer	3	2
Toplam	186	100

Kaynak: Swanson ve ark., 1990.

Ayrıca aynı çizelgede dünyadaki 186 yayım kuruluşunun hangi sistemle yayım hizmetini sunduklarına ilişkin bilgiler de verilmiştir. Buna göre yayım organizasyonlarının yaklaşık %86'sı devlete bağlı bir devlet bakanlığı, bir devlet üniversitesi yada ikincil görevi yayım olan (parastatal) diğer kuruluşlar olabilir.

Çizelge 6.1 incelendiğinde yayım birimlerinin %81 gibi çok büyük bir çoğunluğu Tarım Bakanlığı veya Kırsal Kalkınma Bakanlığı yada benzer bir devlet birimi içinde organize edilmişlerdir. Geriye

kalan diğer birimler ise çiftçilerin içinde olduğu gruplar, kendi sorununu kendi çözme yeteneğine sahip, kendine yeten gruplar ve ticari olarak faaliyette bulunan kuruluşlardır (Swanson ve ark.,1990).

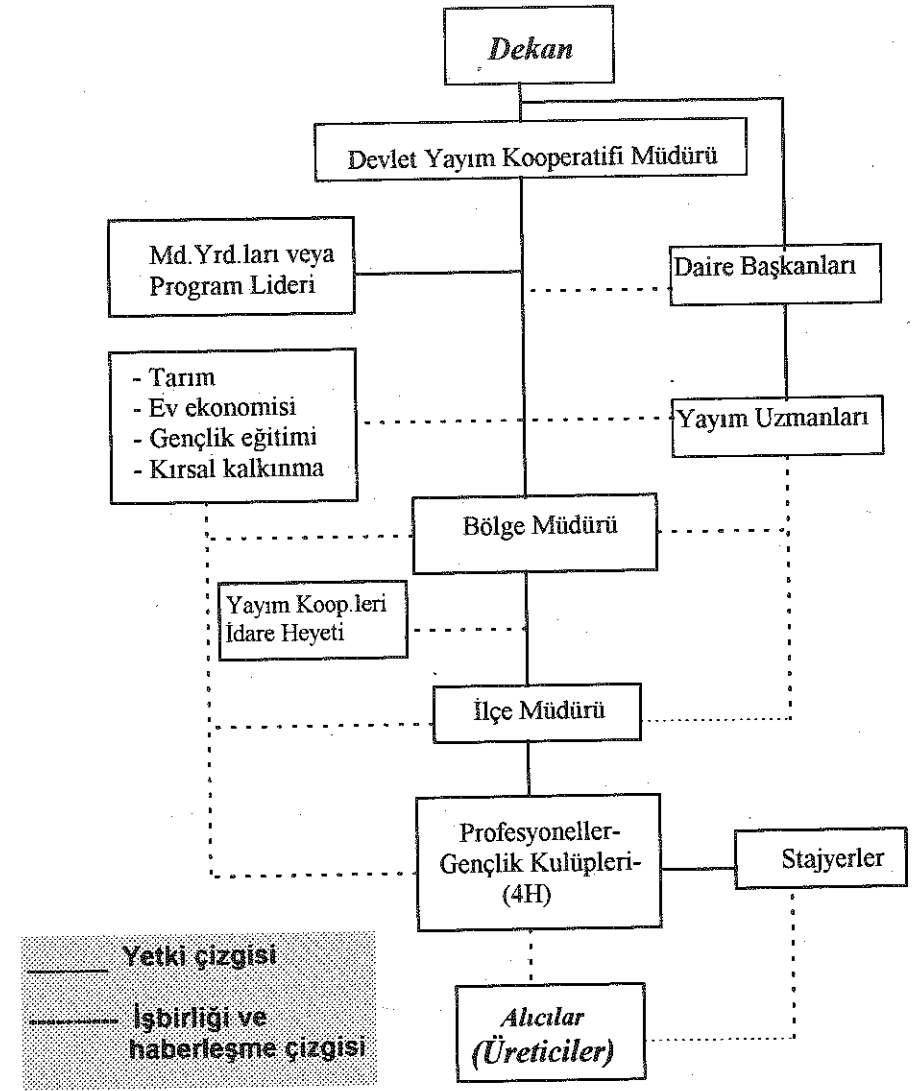
Amerika Birleşik Devletleri'nde ülke düzeyinde yapılan yayım faaliyetlerinde üniversiteler etkin bir rol oynarken; bazı Kuzey Avrupa ülkelerinde ise kooperatifler etkili olmaktadır. Türkiye'de olduğu gibi bazı ülkelerde ise ulusal düzeydeki yayım faaliyetlerinde devletin etkinliği ön plana çıkmaktadır.

Ancak, ülkelerin sosyo-kültürel yapıları ve gelişmişlik düzeylerindeki değişimlere bağlı olarak, yayım sistemlerinde de zamanla değişimler olmaktadır.

6.1.1. Üniversitelerin Etkin Olduğu Sistemler

Burada günümüzde üniversitelerin etkin rol oynadığı sisteme örnek olarak Amerika Birleşik Devletleri verilecektir.

Amerika Birleşik Devletleri'nin birçok eyaletinde yayım faaliyetlerinde üniversiteler etkili olmaktadır. Ülkenin yayım politikasının oluşturulmasından uygulanmasına kadar üniversitelerin etkinliği görülmektedir. Konu uzmanları, genellikle araştırma ve üniversite öğreniminin de bir arada yapıldığı, akademik bölümlerin üyeleridir (Claar ve Bentz,1988).



Şekil 6.1. ABD'de Bir Eyaletin Yayım Yapısı (Claar ve Bentz,1988).

Yukarıdaki şekilden de görüldüğü gibi yayımdan birinci derecede sorumlu üniversiteye bağlı fakültenin dekanıdır. Ancak devlet kendi temsilcisiyle de gerek teknik ve gerekse finansman açısından ilgili fakülteyi desteklemektedir.

Şekilde görüldüğü gibi tarım, ev ekonomisi, gençlik eğitimi ve kırsal kalkınma gibi belli başlı konularda yapılan yayım faaliyetleriyle

ilgili araştırma kuruluşları ile yayım personeli arasında işbirliği sağlanmasına da özen gösterilmektedir. Ayrıca, yayım elemanlarının eğitiminde üniversite etkin bir rol üstlenmektedir.

6.1.2. Üretici Örgütlerinin Etkin Olduğu Sistemler

İspanya, İngiltere ve Yunanistan dışındaki Avrupa Birliği üyesi ülkelerde yayım hizmetleri, büyük ölçüde çiftçi birlikleri veya ziraat odaları gibi üretici kuruluşlarınca yürütülmektedir. Bunlardan bazılarında yalnızca üretici kuruluşlar, bazılarında ise üretici kuruluşları yanında bakanlık birlikte yayım hizmetini sunmaktadır (Çizelge 6.2). Yayım hizmetinin yalnızca üretici kuruluşlar tarafından verildiği ülkeler ise Danimarka, Finlandiya, Fransa, İrlanda, İtalya ve Avusturya'dır.

Çizelge 6.2. Avrupa Birliği Ülkelerinde Esas Alınan Sistemler

Ülkeler	Yayım Sistemleri
Danimarka	Çiftçi Birliği
Finlandiya	Çiftçi Örgütleri
Fransa	Ziraat Odaları
İrlanda	Çiftçi Örgütleri
İtalya	Çiftçi Örgütleri
Avusturya	Gönüllü Organizasyonlar
Almanya	Bakanlık ve Ziraat Odaları
Belçika	Bakanlık ve Çiftçi Örgütleri
Portekiz	Bakanlık ve Çiftçi Örgütleri
İsveç	Ulusal Tarım Bordu (Bakanlığa bağlı)
Hollanda	Devlet ve Çiftçi Örgütleri birlikte
İngiltere	Bakanlık
İspanya	Bakanlık
Yunanistan	Bakanlık

Kaynak: Boyacı, 1996.

6.1.3. Bakanlıklarının Etkin Olduğu Sistemler

Bu sistemde örgütlenme genelde piramit şeklindedir ve merkezi yönetim bu pramitin en üstündedir. Yönetim yapısı itibariyle genel müdür oldukça güçlü konumdadır. Merkezdeki bu yönetim birimi, personel yönetimi ve yayım çalışmalarını programlamada da etkilidir.

Örgütlenme merkezden il, ilçe ve köy düzeyine doğru uzamaktadır. Bu hiyerarşik yapıda faaliyetler bir şekilde emir-komuta zinciri altında yürütülmektedir.

Yayım işi merkez birimden üreticiye doğru (yukarıdan aşağıya) ve köy düzeyinden merkeze doğru (aşağıdan yukarıya) işleyen haberleşme kanalları ile yapılmaktadır.

Yayım görevlilerinin büyük bir çoğunluğu, önceden belirlenmiş konularda uzmanlaşmış veya bilgilendirilmişlerdir. Kendilerine verilen sınırlı bilgi ve yetkilerle üreticilere bilgi aktarımında bulunurlar.

Mevcut örgütlenme yapısı içinde, hayvancılık, ormancılık, veterinerlik gibi birimler esas yayım hareketiyle etkili bir işbirliği içerisine girmeden tarımsal yayım etkinliklerine katılmaktadırlar.

Bu örgütlenme şeklinde yayımdan sorumlu kişiler bir yandan idari görevlerini ve diğer yandan yayım faaliyetlerini yerine getirmek zorundadırlar. Bu nedenle yayımcılar iki işi bir arada yapmak zorunda kalmakta ve yayım faaliyetleri de yeterince etkili olamamaktadır. Bu nedenle Türkiye dahil birçok ülkede devlet yanında uluslararası kuruluşlarca desteklenen projelerin yürütülmesi için yayım servisleri de

kurulmuştur. Bu kuruluşlar, devletin yayım örgütleriyle birlikte yayım faaliyetinde bulunmuşlardır. Devletin kontrolü altında yürütülen yayımdan esas itibarıyla tarım bakanlıkları yetkili ve sorumlu olmakla beraber, örneğin Milli Eğitim Bakanlığı bünyesindeki bazı tarım okulları ile fakülteler tarımsal yayımla ilgili önemli faaliyetlerde bulunmaktadırlar.

Devlete dayalı yayım sistemi birçok ülkede denenmiş ve yeni örgütlenme modellerine göre etkinliği giderek azalmıştır. Bu etkinliğin azalmasında birçok etken rol oynamıştır. Bunlardan en önemlileri aşağıdaki gibi sıralanabilir.

- 1) Üreticilerin bu sistemde yayım faaliyetlerine etkin bir şekilde katılmaları gerçekleşmemiştir.
- 2) İlgili bakanlık ve özellikle araştırma kuruluşları ile işbirliği sağlanamamış ve yayım faaliyetleri araştırma bulguları ile tam desteklenememiştir.
- 3) Yayım personelinin yönetiminde ve yetiştirilmesinde yetersiz kalınmıştır.

Devletin etkin olduğu yayım sistemine örnek olarak Türkiye'deki yapı verilebilir. Bu konu "Türkiye'de Tarımsal Yayım" başlığıyla elinizdeki kitapta 5. bölüm olarak verilmiştir.

6.2. Yayım Yaklaşımları

Axinn(1988) "*Alternatif Yayım Yaklaşımları Rehberi*" başlıklı eserinde 12 yayım yaklaşımı üzerinde durmuş, ancak sonraki yayınlarında bunlardan 8'i üzerinde durmuştur. Burada ise 8'li sınıflandırma kabul edilmiş ve bunlar aşağıda verilmiştir⁽¹⁾.

- 1.Genel Tarımsal Yayım Yaklaşımı
 - 2.Ürün Bazında Yayım Yaklaşımı
 - 3.Eğitim ve Ziyaret Yaklaşımı
 - 4.Katılımcı Tarımsal Yayım Yaklaşımı
 - 5.Proje Yaklaşımı
 - 6.Çiftçilik Sistemleri Araştırması Yaklaşımı
 7. Maliyeti Paylaşım Yaklaşımı
 8. Kurumlaştırılmış Eğitim Yaklaşımı
- ### 6.2.1. Genel Tarımsal Yayım Yaklaşımı

Tarımsal yapısı ve durumu farklı olan Çin, Kıbrıs, Mısır, Meksika, Filipinler, Tayland ve Yemen Arap Cumhuriyetinde bu yaklaşım uygulanmaktadır(Contado,1990). Ayrıca Türkiye'de de 1950'li yıllardan bugüne kadar bu yaklaşım uygulanmıştır. Bu yaklaşımda temel düşünce, çiftçiler tarafından kullanılmayan bilgi ve teknolojinin merkezi yönetimde var olduğu ve bu bilgi ve teknolojinin çiftçilere transfer edilmesi durumunda üretim artışının gerçekleşeceği'dir (Kumuk ve Oktay,1994).

(¹) 1.the general agricultural extension approach; 2.the commodity specialised approach; 3. the training and visit approach(T&V); 4.the agricultural participatory extension approach; 5.the project approach; 6.the farming systems development approach; 7.the coct-sharing approach; 8.the educational institution approach.

6.2.2. Ürün Bazında Yayım Yaklaşımı

Kamerun'da kakao ve Pakistan'da pamuk yetiştiriciliğinde kullanılmıştır(Contado,1990). Türkiye'de soya, pamuk ve hayvansal üretim dallarında uygulama alanı bulmuştur. Bir ürün üzerinde yoğunlaşmayı ifade etmektedir. Bu yaklaşım söz konusu ürünün üretim miktarını ve kalitesini artırmak için yayım çalışmalarını, araştırmaları, yönetim bilgisini, girdi-kredi temini ve pazarlama gibi bir çok faktörü uyumlu ve yoğun olarak kullanmayı esas almaktadır.

6.2.3. Eğitim ve Ziyaret Yaklaşımı

Bangladeş, Burkina Faso, Cote d'Ivoire ve Kenya'da uygulanmıştır(Contado,1990). Bu yaklaşım ilk olarak 1963 yılında Dünya Bankası ve Uluslararası Kırsal Kalkınma Bankası (IBRD)'nin desteğiyle Türkiye'de uygulanmıştır(Aşağı Seyhan Sulama Projesi). Temelde Genel Tarımsal Yayım Yaklaşımının (GTYY) eksik unsurlarını (Örneğin hizmet içi eğitimin yetersizliği, çiftçilerin yeterince ziyaret edilmemesi, araştırma-yayım bağının zayıflığı, vb.) tamamlamaya ve yayım kuruluşlarında yapısal bir değişikliği öngören bir yaklaşımdır. Özellikle kırsal nüfusun, yayımcıya oranla fazla olduğu ülkelerde uygulanmaktadır. Ürün çeşitinin az olduğu yörelerde başarılı sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir.

6.2.4. Katılımcı Tarımsal Yayım Yaklaşımı

Brezilya, Endonezya, Mali ve Ruanda'da da benimsenmiş bir yaklaşımdır(Contado,1990). Bu yaklaşım üreticilerin tarımsal üretimi gerçekleştirecek bilgi birikimine sahip olduğunu, ancak gerçek eksikliklerinin tarımsal üretim dışındaki bilgiler olduğunu kabul etmektedir. Dolayısıyla temelde tarımsal üretim dışındaki konular

üzerinde durmanın gerekli olduğu savunulmaktadır. Tarımsal üretim dışındaki konular tarımsal girdi, kredi ve bilgi kaynaklarına ulaşma, her çeşit faaliyete katılım, yani insan kaynağını geliştirmektir.

6.2.5. Proje Yaklaşımı

Şili ve Kolombiya'da tarım sektöründe, Peru ve Senegal'de ise ormancılık konularında kullanılmıştır(Contado,1990). Bu yaklaşımda faaliyet alanı belirli bir bölge ile sınırlandırılmıştır. Çoğunlukla dış kaynaklı destekle gerçekleştirilmektedir. Ulusal yayım çalışmaları dışında, bağımsız bir organizasyon oluşturulmakta, faaliyetler bu bağımsız organizasyon tarafından gerçekleştirilmektedir.

6.2.6. Çiftçilik Sistemleri Araştırması Yaklaşımı

Bu yaklaşım üreticilerin kaynaklarını geliştirirken mutlaka üretici koşullarını dikkate almanın gerekli olduğunu savunmaktadır. Laboratuvar ve araştırma alanı koşullarının üretici koşullarından farklı olduğu, bu nedenle elde edilen bulguların üretici arazisinde başarılı sonuç verme olasılığının çok düşük olduğu kabul edilmektedir. Bunun için teknolojilerin, çiftçi koşullarında araştırıcı, yayımcı, çiftçi ve tarım ekonomistinin ortak çalışması sonucunda geliştirilmesi önerilmektedir. Yaklaşım, insan kaynağını geliştirmek için, üreticinin katılımını gerekli kılmakta ve işletmeyi bir bütün olarak ele almaktadır. Son yıllarda uygulanan "Farming System Research" yaklaşımı bu özellikli çalışmalardır.

6.2.7. Maliyeti Paylaşım Yaklaşımı

Tüm etkinliklerde olduğu gibi tarımsal yayım faaliyetinin gerçekleştirilmesinde de finansman çok önemlidir. Hem yayımın finansmanına katkıda bulunmaları, hem de bu hizmetten yararlananların yayım çalışmasına sahip çıkmaları ve sahiplenmelerini sağlamak için yayımın maliyetine üreticilerin katılımının sağlanması önemlidir. Ayrıca bu şekilde yayımcıların yörenin ihtiyaçlarına yönelik hizmetleri daha etkin götüreceği varsayılmaktadır. Dolayısıyla yayımın maliyetinin belirli bir bölümünün yerel kaynaklar tarafından karşılanması esastır.

6.2.8. Kurumlaştırılmış Eğitim Yaklaşımı

Bu yaklaşım tarımsal işletmeler için faydalı olabilecek teknolojik bilgilerin üniversitelerde, yani ziraat fakültelerinde bulunduğunu esas almaktadır. Buna göre tarımsal yayım faaliyetinde bulunan yayımcıların fakülte elemanlarınca düzenli olarak eğitilerek, teknolojilerin bu şekilde ilgililere ulaştırılması öngörülmektedir.



TARIMSAL DEĞİŞİMİN KARŞISINDAKİ ENGELLER

Sosyo-ekonomik yapının istenen yönde değişimine yönelik faaliyette bulunan tarımsal yayım, değişimin karşısında olan bazı engellerle karşılaşır. Bu bölümde, tarımsal yayımın amaçladığı değişime, direnç gösteren, mevcut yapıyı korumaya çalışan güçler incelenecektir. İncelenecek olan engeller hem yayım programlarının yapılması sırasında, hem de değerlendirme aşamasında dikkate alınmalıdır. Beklenen hedeflere ne derece ulaşıldığının değerlendirilmesi yapılırken, aşağıda sözü edilecek engellerle karşılaşılıp karşılaşılmadığı araştırılmalıdır.

Burada incelenmek istenen engel, birşeyin gerçekleşmesini önleyen nedenlerle ilgilidir. Konu yeniliklerin benimsenmesi ve yayılması ise benimseme sürecini geciktiren etkenler engel olarak belirtilebilir.

Tarımsal yayımda kırsal nüfusa sunulacak yeniliklerin benimsetilmesini güçleştiren engeller üç grup altında toplanabilir. Bunlar fiziksel, sosyo-kültürel ve ekonomik engellerdir.

Ayrıca değişimin yönünü belirleyen faktörleri ise Oakley ve Garforth(1988), toplumdaki yeniliklerin varlığı, diğer kültürlerle ilişkiler, haberleşme olanakları, nüfus artışı ve ekonomik faktörler olarak belirtmişlerdir.

7.1. Fiziksel Engeller

Tarımsal üretim biçimine ve üretim ilişkilerinde değişimi sağlamak için yapılan müdahalelerden olan yeniliklerin kırsal alana ulaştırılması ve yeniliklerin benimsenmesini güçleştiren engellerden ilki fiziksel engellerdir.

Fiziki engeller içinde yöre veya bölgenin topografik yapısı ve toprak yapısı ile iklim koşulları sayılabilir.

Doğal yapı, yöre halkının büyük yerleşim yerleri ile iletişimlerini ve buralara yeniliklerin ulaşımını güçleştirebilir. Bu etkileriyle yöre halkını yeniliklere karşı daha az duyarlı hale getirebilir.

Bundan da önemlisi, toprak ve arazi yapısının elverişli olmaması nedeniyle bazı tarım tekniklerini uygulamak güçleşmektedir. Örneğin engebeli ve dağlık bir alanda mekanizasyonla tarımın yapılması, bir ovaya göre çok güç olduğundan, makinalaşma ile ilgili yenilikler bu tür yörelerde güç benimsenir.

Aynı şekilde iklim koşulları da yeniliklerin benimsenmesinde etkili olabilir. Bu nedenle, yeniliğin benimsenmesi planlanırken, yeniliğin götürüleceği yörenin doğal yapısı, toprak ve arazi yapısı ve iklim koşullarını da iyi incelemek gerekir.

7.2. Sosyo-Kültürel Engeller

Yayım elemanları, yayım programları hazırlarken veya bizzat yayım yaparken, kırsal kesimde yaşayanların sosyo-kültürel özelliklerini dikkate almak durumundadırlar. Bunun gözardı edildiği durumlarda önemli ölçüde başarısızlıklar vardır. Yayımçılar yayım yapacakları yöredeki toplumu sosyolojik ve kültürel açıdan iyi analiz ederlerse belirtilen özelliklerini bildikleri için yenilikleri daha kolay

benimsatabilirler. Ancak yayımçılar bu analiz yeteneği bir eğitim üreciyle kazandırılabilir. Örneğin yapılan belli başlı araştırmalarda Türkiye'deki yayımçılara bu analiz yeteneğini kazandıracak, dolayısıyla kırsal nüfusu daha iyi anlayabilmelerini kolaylaştıracak eğitimi de yeterince alamadıkları görülmüştür (Aktaş, 1977; Taluğ ve Tatlıdil, 1981; Gürgeç, 1989b; Özçatalbaş, 1994). Yayımçıların, farklı kültürel özellikleri olan kırsal nüfus ve buradaki gruplar arasında çalışmak durumunda olmaları, kırsal topluma ait sosyo-kültürel özelliklerin neler olduğunu, orada yaşayanların davranışları ve değer yargılarını açıklayabilmeleri için bir eğitim sürecinden geçmelerini gerekli kılmaktadır. Bu eğitim süreci içinde yeterli bilgi birikimi sağlamak için yayımçıların kırsal sosyoloji, beşeri ilişkiler, psikoloji ve antropoloji gibi temel bilgileri almaları gerekir.

İşte yayımçılar kırsal kesimde yaşayanların sosyo-kültürel özelliklerini ve onların çeşitli yenilikler karşısında alabilecekleri tutumları ve bunların nedenlerini belirleyebilirlerse, karşılaşılan sosyo-kültürel engelleri de daha kolay aşabilirler. Daha isabetli kararlar alabilirler.

Bu açıklamalardan sonra kırsal toplumun kabullendiği değerlerden yeniliklerin ve bunların erken veya geç benimsenmesinde engel olabilecek belli başlıları açıklanacaktır. Ancak bugün değişimin önünde engel olarak görülen değerler zamanla değişebilir ve engel olmaktan çıkabilir.

A) Kendi Kültürüne İnanma ve Bağlılık: Yeniliklerin benimsenmesinde kırsal kesimde yaşayanların değerleri ve kendi kültürüne bağlılık ve inanışları, yeniliğin benimsenmesini geciktirebilir veya güçleştirebilir. İşte üreticinin kendi kültürüne

olan inancı ve değerleri yukarıda değinilen sosyo-kültürel ortamda fikir ve tercihlerin ifadesi olarak şekillenirler. Bütün toplumlardaki bireyler en iyi yaşam şekillerinin kendilerinin ki olduğuna inanmaktadırlar (Oakley ve Garforth, 1988).

◊ İnanç, bir düşünceye, bir dine, bir kimseye gönülden bağlı olmaktır(TDK, 1992). İnsanlar bu konudaki düşüncelerini sorgulama eğiliminde değildirlir. Dolayısıyla önceden belirli konularda doğrular ve yanlışlar belirlenmiştir. Bunun dışına çıkmak, aykırı eylemde bulunmak son derece güçtür. Bu görüşler semboliktir, deneysel çalışmalar sonucunda elde edilme ve buna doğrudan bağlılık söz konusudur. Evrenin oluşumu ve işleyişi, bazı toplumların niteliklerine özel inançlar vardır (Rogers ve ark,1988;akt:Özkaya, 1996).

◊ Değerler ise kişinin neyin doğru, neyin yanlış, neyin önemli neyin önemsiz olduğu konusundaki kabulleridir(Gürgen, 1991). Örneğin, alın yazısına önem verme aileye bağlılık kırsal alanlarda çokça görülen değerlerdir. Normlar ise beklenen davranışın sembolik ifadesidir ve bir kültür tarafından belirlenir. Bir toplumdaki normlar, davranış için standartlar sağlarlar ve genellikle toplumun değerleri ve inançları ile uyumludurlar. Normlar neyin uygun ve neyin uygunsuz olduğunu ve işin verilen şeylerin sınırlarını gösterir(Özkaya, 1996). Örneğin bir ailede büyük erkek kardeş evlenmeden, küçüğünün evlenmesinin uygun olmayacağına ilişkin normlar konmuştur.

Değer ve inançlar zaman içerisinde aşağıda belirtilen etkenlere bağlı olarak değişir (Özkaya, 1988);

1. Değer ve inançların topluma hizmet edememesi, yani toplumun hayatında olan biteni açıklama ve tahmin etmeye devam edememesi.
 2. Rakip değer ve inançlara sahip kişilerle kurulan kültürel ilişkiler.
 3. Halkın değer ve inançlarını sorgulayan ve bireyleri bunları değiştirmeye zorlayan fırsatlarla karşılaşma durumu.
- *B) Aileye Bağlılık:* Genellikle kırsal kesimde yaşayanlar, aile ve akrabalarla yüksek düzeyde bütünleşmek isterler ve aile dışındaki başka kişilerle çalışmaktan kaçınırlar veya isteksiz davranırlar. Bireysel istek ve hedeflerin aileninkilere göre daha alt düzeyde tutulması(Özkaya,1996). Yahut da yeni bir teknolojiyi aile fertleri dışına sızdırmadan, kendi aralarında uygulamaları ve yüksek seviyede işbirliği sağlamaları. Bunlara benzer örnekler toplumumuzda çokça görülmektedir.
 - *C) Kadercilik:* Kişinin olumlu-olumsuz herşeyin gerekçesinin kendi iradesi dışında oluştuğu görüşünde olmasıdır. Böylece kişi, kendinin geleceğini, kendi kendine etkileme gücünden yoksun olduğuna ve bunun daha doğumundan önce belirlenmiş bir alın yazısı ile ilgili olduğuna inanır. Bu durumdaki kişiler, boyun eğmeye meyilli, pasif, olaylar karşısında yeterli direnç gösterememe, geleceği etkileyecek bedeni ve zihinsel gücünü harekete geçirememesi gibi özelliklere sahiptirler.
 - *D) Gelenekçilik:* Geleneğe saygı gösterme, en iyi yöntemleri kendilerinin uyguladığına inanma, geçmişe önem verme ve onu

devam ettirme isteğidir. Bu nedenle de geçmişle ilgili oluşan değerler, korunmaya çalışılır. Özellikle kırsal kesimde “yaşayanlarda veya kırsal kökenli kimselerin kümeleştiği ortamlarda geleneklere bağlılığın, kentte yaşayanlara oranla daha fazla olduğu gözlenmektedir.

ÖRNEK:

Kırsal kesimde tarımsal faaliyetlerle ilgili saptanan bazı değer yargıları şunlardır:

- ⇒ a. Tarımda mekanizasyonun gelişmediği ve tarımda makina kullanımının yaygınlaşmadığı dönemlerde, toprak hayvan gücüyle işleniyor ve tohum elle atılıyordu. Dolayısıyla bugünkine göre çok daha fazla tohum atılıyordu. Oysa günümüzde toprak iyi işlenebilmekte ve tohumu da istenen sıklıkta atabilen araçlar geliştirilmiştir. Bugün dekara kullanılması gereken uygun miktarların üzerinde tohum kullanan üreticilerin bu davranışlarının altında geçmişteki fazla tohumluk kullanma alışkanlığının olduğu söylenebilir.
- ⇒ Bu konu ile ilgili olarak bir örnek verilirse yaygın olan bir kabulden hareket edilebilir. “*Ekin saptan, pamuk çöpten olur.*” Bununla anlatılmak istenen, buğday ve pamuğu ne kadar çok sık ekersen, o kadar çok sap olacak, böylece verimde o kadar fazla olacaktır. Bu geleneğe bağlılık, bugün hala üreticilerin bir kısmında görülmektedir.
- ⇒ b. Çukurova bölgesinde gözlemlenen bir başka değer yargısı da şöyledir: Mart ayı içinde ekimi yapılacak pamuğun nisan ayı içinde ekilecek olanlara göre daha verimli olacağıdır. Bu genel kanı halk dilinde “*Mart kozası gibi yoktur*”, şeklinde ifade edilmektedir. Gerçekten geçmişte kuru koşullarda pamuk tarımının yapıldığı dönemlerde mart ayında ekimi yapılan pamuklar, bahar yağmurları ile daha çabuk geliyordu. Fakat günümüzde sulama ile birlikte pamuğun ihtiyacı olan su, ihtiyaç olduğu zaman verilebilmektedir. Ayrıca, eski çeşitlere göre yeni çeşitler, daha erkencidir. İşte bu

nedenlerden dolayı pamuk ekimi nisan ayına sarkmaktadır. Böylece mart ayında ekimi yapılan pamuğun, nisan ayları başında olan soğuk hava koşullarından da etkilenmesi önlenmiş olmaktadır. Dolayısıyla nisan ayında pamuk ekimi ile hem toprak sıcaklığının belli bir derecenin üzerinde olması sağlanmış, hem de pamuğun yetişme periyodunda istemediği aşırı iklim değişiklikleri kısmen önlenmiştir. Bu nedenle “Mart kozası verimli olur” değer yargısının sulu koşullarda pamuk tarımı için artık geçerli olmadığı söylenebilir.

- E) *Sosyal Tabakalaşma*: Değer yargılarının dışında başka bir sosyo-kültürel özellikteki engel de sosyal tabakalaşmadır. Köylerde yaşayanlar ne kadar homojen gibi görünseler de her köy içinde bazı gruplaşmalara ve bazı farklılıklara rastlanmaktadır. İşte kır toplumundaki bu farklılıklar, farklı statülerde gruplaşmalara yol açabilir. Aynı grup içindeki bireyler yaşam tarzları, davranışları ve görünüşleriyle bir bütünlük gösterebilmektedir.
- ◇ Örneğin yüksek eğitim düzeyinde olanlar kendi aralarında gruplaşıp bir yaşam tarzı benimseyebilirler. Veya aynı siyasi görüşü benimseyenler bir grup oluşturabilirler. Yada zengin aileler, kendi aralarında gruplaşıp bir yaşam tarzı benimseyebilirler.
- ◇ İşte bu gruplaşmalar yeniliklerin iletilmesi ve yayılmasını engelleyebilir. Bu grupların yeniliklere karşı alabilecekleri tutum ve gösterecekleri davranışlar, bazen yeniliğin sadece belirli bir grup içinde kalmasına yol açabilir. Yada bir grup tarafından benimsenen bir yenilik, o gruba karşı olan bir başka grupça benimsenmek istenmeyebilir.
- ◇ Örneğin, bir yeniliği ilk kez A siyasi görüşündeki köylüler benimsediğinde, B siyasi görüşündeki grup, sadece siyasi düşünce

farklılığından dolayı yeniliği o gruba tepki olarak benimsemeyebilir.

◇ İşte kırsal kesimde görülen buna benzer gruplaşmalar, yeniliklerin benimsenmesi ve yayılmasında bir engel olarak karşımıza çıkabilmektedir.

• *E) Göreli (Nispi) Değerler:* Yayımcılar genellikle yeni tarım uygulamalarının benimsenmesi ile kazanılabilen verim artışı ve kazanca ağırlık vermektedirler. Oysaki çiftçiler bazı durumlarda gelirden çok tat, görünüş ve kendi damak zevklerini dikkate alırlar.

ÖRNEK

⇒ a. Mısırın ıslah edilmiş çeşitleri, yerel mısır çeşitinden daha fazla verimli olduğu halde kalitesiz una sahip olması nedeniyle çoğu ülkelerde küçük çiftçiler tarafından reddedilmiştir. Ürettiklerinin bir bölümünü satmak durumunda olan üreticiler, bir bölümünü de yemek (öztüketim) durumundadırlar. İşte bu noktada tat, pişirme kalitesi, yeme alışkanlıkları çok önemli olmaktadır(Oakley ve Garforth, 1988).

⇒ b. Bir başka örnek olarak Şanlıurfa'da yöreye özgü ve yerel adı isot olan acı dolmabiber yetiştiren üreticilere, yayımcılar tarafından önerilen ve ekmeleri için sağlanan yeni bir biber çeşiti, tatlı olması nedeniyle olumlu karşılanmamıştır(1988).

⇒ c. Aladağ'ın Kökez köyünde buğday öztüketime ve pazara yönelik olarak yetiştirilmektedir. Gün 91 ve Bezostia çeşitleri, yerel buğday çeşitleri olan Şahman ve Çiftekiz'e göre daha verimlidir. Ancak adı geçen yüksek verimli çeşitlerin unundan yapılan ekmeğin esmer ve daha az lezzetli olması gerekçe gösterilerek, belirtilen yerel çeşitlerin belirli miktarda öztüketimi karşılamak amacıyla üretilmeye devam ettiği anlaşılmıştır(1997).

• *F) Gurur ve İtibar:* Bazı çiftçiler uyguladıkları her yöntemi diğer çiftçilerin görmesinden gurur duyarlar. Örneğin hayvan gübresi uygulaması yapmak gayretlerini diğer çiftçilerin görmesi gurur kaynağı olabilir(Oakley ve Garforth, 1988). Yeni bir fikir veya pratiği ilk kez uygulamış olmak (özellikle diğer çiftçilerin kendisinden bilgi alması çabaları) hem grur hem de itibar kaynağı olabilir.

7.3. Ekonomik Engeller

Çoğu zaman çiftçilerin yeniliklere karşı ilgisiz kalmalarının, ekonomik nedenlerden de kaynaklanabileceği düşünülmelidir. Çiftçilerin finansman güçlerinin yetersizliği, girdi teminindeki eksiklik ve diğer üretim koşullarındaki yetersizliklerin, bazı yeniliklerin benimsenmesini güçleştirdiği söylenebilir.

Ekonomik engellerin tam bir listesini çıkarmak son derece güçtür. Zira bu durum işletmelerden işletmelere ve yörelere göre farklılık arzeder. Fakat yayımcıların bazı yenilikleri önerirken, çiftçilerin üretim olanaklarının yeterliliğini de iyi analiz etmeleri gerekir. Örneğin, çiftçilerin önemli bir kısmının ortakçılık veya kiracılıkla çalıştığı bir yörede arazi ıslahı (toprakların iyileştirilmesi) ile ilgili yeniliklerin benimsetilmeğe çalışılması karşısında, çiftçilerin ilgisiz kalabileceğini düşünmek gerekir. Burada önemli etkenin toprak mülkiyeti olduğu dikkate alınmalıdır.

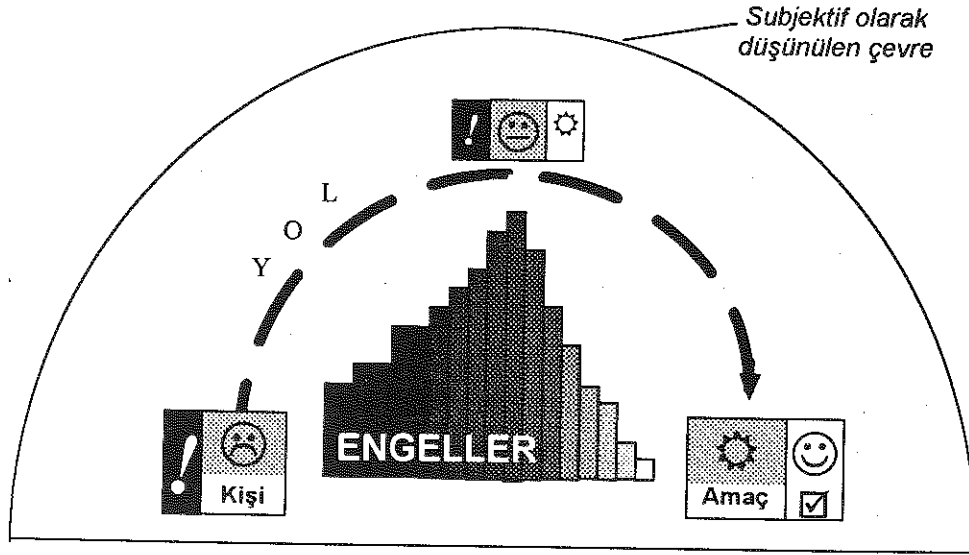
ÖRNEK

Çukurova bölgesinde yapılan bir araştırmada(Gürgen ve Planck, 1989). Projeye dayalı olarak süt sığırcılığı yapan tarım işletmelerinde, üreticilerin yem bitkileri yetiştirme konusunda yoğun bir yayım faaliyeti yapılmasına rağmen, başarılı olunamadığı belirlenmiştir.

Bunun nedeni olarak yem bitkisinin önemini bilmelerine rağmen üreticilerin yem bitkileri yetiştirmemelerinde önemli bir faktör olarak gerekli olan alet ve ekipmana sahip olmamalarının olduğu saptanmıştır.

Bü açıklamalardan da anlaşılacağı gibi ekonomik engeller, söz konusu tekniği uygulamak için gerekli olan alet-makine ve diğer girdiler gibi ekonomik boyutu olan konuları kapsamaktadır.

Ekonomik yetersizlik sonucu faaliyete geçmeyi engelleyen bu unsurlara çiftçilerin çoğunluğu sahip değilse, tarım politikası araçlarıyla bu kesimin desteklenmesi gerekebilir. Sosyo-kültür engellere göre giderilmesi daha kolay olabilecek engellerdir.



Şekil 7.1. Engelleri Aşmada İzlenecek Yollar

Şekil 7.1'de karşılaşılabilecek bu engellerin aşılp amaca ulaşılması, gösterilmiştir. Engellerin aşılmasında izlenecek yolun uzamasının kişiye bazı avantajlar sağladığı söylenebilir. En önemli avantajı kişiye deneyim ve kişiye ileride karşılaşılabileceği diğer engellere

karşı hazırlıklı olma yeteneği kazandırmasıdır. Buna göre kişinin gelecekle ilgili plan yapmasının altında yatan önemli bir nedeninin de, karşılaştığı engellerden etkilenmesi olduğu söylenebilir (BMZ, 1987).

7.4. Engelleri Azaltıcı Önlemler

Tüm değerlerin, değişimin önüne bir engel olarak çıkması beklenmemelidir. Hatta bazı durumlarda bu değerler öyle kullanılabilir ki, sonuçta yapılacak faaliyeti destekler bir durum olabilir.

Yeniliklere karşı dirençleri azaltmak için öncelikle üreticilerin farkında olmadan benimsedikleri değer yargılarının zararları konusunda kendilerini sistemli olarak bilgilendirmek ve bilinçlendirmek lazımdır. Bu engeller giderildiğinde daha fazla verim ve daha fazla gelir elde edebilecekleri vurgulanmalıdır. Bu sayede beslenme ve sağlık koşullarının iyileşebileceği somut örneklerle desteklenmelidir. Verim, gelir ve yaşam koşullarının iyileştirilmesi ile ilgili gerekçeler özendirici etkenlerdir. Bu özendirici gerekçeler, engelleri nisbeten azaltabilir.

Başka bir yöntem de engel gibi görülen inançların faaliyet amaçlarıyla uyumlaştırılarak, olumlu yönlerde kullanılmasıdır.

7.5. Kişilerin Engellerden Farklı Etkilenmeleri

Şekil 8.1'de görüldüğü gibi kişinin, belli bir ortamda amacına ulaşırken izleyeceği yolda karşılaşılabilecek engeller ve bu engelleri aşabilmek için izleyeceği yol gösterilmiştir. Bu yolun uzun veya kısa oluşu, kısa veya uzun sürede aşılması kişiye göre değişmektedir.

Kişi bu engelleri aşarken bugünkü ve geçmişte edindiği deneyimlerinden yararlanarak, geleceğe ilişkin tahminlerde bulunur. Ancak bu tahminleri yaparken, içinde bulunduğu bugünkü koşullardan da etkilenir. Öyleyse kişinin yeniliğe karşı davranışlarını içinde

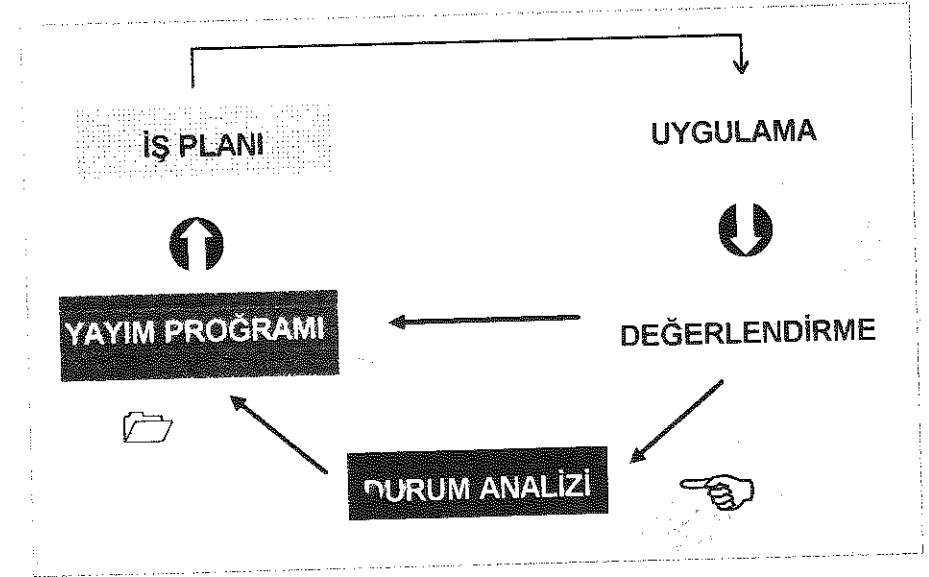
bulduğu fiziki, sosyo-kültürel ve ekonomik koşullarla, geçmişteki deneyimleri ve geleceğe ilişkin tahminlerinin belirlediği söylenebilir.

Bu açıklamalardan çıkarılacak bir başka sonuç da şudur. Bu engeller, kişileri farklı etkilemekte, deneyim kazandırmakta ve bu deneyimler kişinin davranışlarını yönlendirebilmektedir. Ayrıca bunlara dayanarak geleceğe ait tahminler yapmasını kolaylaştırmaktadır.

8.

TARIMSAL YAYIMDA ÇALIŞMA SÜRECİ

Tarımsal yayım, üreticilere yeni tarım tekniklerini benimsetmek ve onların davranışlarında değişim gerçekleştirmek için yapılır. Bunların gerçekleşebilmesi için yayım çalışmalarının önceden hazırlanan belirli aşamalara göre, bir düzen içinde gerçekleştirilmesi gerekir. İşte bir tarımsal yayım çalışmasının hazırlanıp, hayata geçirilmesinin, belli aşamalara bölünerek incelenmesi "*tarımsal yayımın çalışma süreci*" olarak adlandırılmaktadır (Talug ve Tatlıdil, 1993). Şekil 8.1'de gösterildiği gibi bu çalışma süreci beş aşamada gösterilmiştir (¹).



Şekil 8.1. Yayımda Çalışma Süreci ve Aşamalar

(¹). Bu aşamaların sayıları ve isimleri değişebilmektedir. Daha çok uygulama ve değerlendirme aşamaları dışında kalan aşamalar değişiklik göstermektedir.

Yukarıdaki şekilde görüldüğü gibi yayım çalışması, inceleme ile başlamaktadır. Mevcut durumun saaptanması ve analizi için işe somut bulgulara dayanan inceleme ile başlamak gerekir.

Daha sonra, bu bilgilere dayanılarak yayım programı yapılır. Yayım programı teorik değil, uygulanabilir ve pratik olmalıdır. Ayrıca, sürekli değişen koşullara uyum sağlaması için esnek olmalıdır.

Daha sonraki aşama ise, programda belirtilen amaçların, kimler nasıl, hangi yayım yöntemleriyle ne zaman yapılacağına belirlendiği iş planı aşaması yer alır.

İş planında belirtilen olanaklara ve kurallara uygun olarak çalışma başlatılır. Yani programlanan yayım faaliyeti başlatılır.

Değerlendirme aşaması da ara ve sonuç değerlendirmeleri şeklinde hem yayım faaliyeti devam ederken, hemde yayım çalışmasının sonuçlanmasında da yapılır. Kısaca özetlenen bu aşamaların daha detaylı incelenmesinde yarar vardır.

8.1. Durum Analizi

Durum analizinde ilk iş alınacak çalışma ile ilgili olarak bilgi toplamak gerekir. Hangi bilgilerin toplanacağı konusunda kesin bir formül yoktur. Bu bilgilerin özelliği ve genişliği çalışma konusuna göre değişir. Ancak bir yayım çalışmasında ilk aşamada elde edilmesi gereken bazı temel bilgiler de vardır. Bunlar;

1. Bölgeye ait bilgiler kapsamında, bölgenin topografik yapısı, iklim özellikleri, alt yapı durumu gibi genel bilgileri bulunmaktadır.

2. İşletmelere ait bilgiler kapsamında, bölgedeki işletmelerin teknik ve ekonomik yapıları, üretim ve verimleri, pazar durumu gibi konular incelenmektedir.
3. Üreticilere ait bilgiler kapsamında, bölgede yaşayanların eğitim düzeyleri, kültür özellikleri, geleceğe yönelik beklentileri gibi sosyal yapıya ilişkin bilgiler yer almaktadır.
4. Yayım birimi ve yayımcılara ait bilgiler kapsamında yayım biriminin fiziksel donanımı, olanakları ve daha önce üretilen faaliyetler ile ilgili bilgiler, yayımcıların sayısı ve özellikleri gibi konular ele alınmaktadır.
5. Araştırma birimlerine ait bilgiler kapsamında ise, araştırma birimlerinin fiziksel olanakları, yayım ile ilişkileri, çalışma konularının ve çalışma sisteminin güncel sorunlara cevap verebilme durumları ile araştırmacıların sayısı ve özellikleri dikkate alınabilir.

Genel olarak ihtiyaç duyulabilecek bu bilgiler, yayım çalışmasının özelliğine göre, çok detaylı veya daha yüzeysel olabilir.

8.1.1. Bilgilerin Toplanması

Önemli olan çok karmaşık olan bu bilgilerin nasıl elde edileceğidir. Bunlar; 1. İşyeri (büro) çalışması, 2. Alan çalışması şeklinde elde edilebilir.

1. Büro çalışmaları: Yayımcının bizzat iş yerinde, daha önce yapılmış araştırmalardan yararlanarak derlediği bilgileri kapsar. Dolayısıyla ikincil verilere dayalı olarak çalışılır. Çeşitli kamu kuruluşlarınca veya özel kişilerce gerçekleştirilen araştırmalardan, araştırma alanı ile ilgili genel bilgiler elde edilebilir. Örneğin hizmet götürülecek yöre ile ilgili olarak daha önce gerçekleştirilmiş bir yayım

çalışması olabilir. Bu çalışmalardan o yöre ile ilgili nüfus, yerleşim arazi varlığı, eğitim durumu gibi bilgilerden yararlanılabilir. Bu tür bilgiler doğal olarak istatistik birimlerinin yayımlarından da (DİE, FAO vd) yararlanılarak elde edilebilir.

2. Alan çalışmaları: Birincil verilere dayalı çalışmaları kapsar. dolayısıyla alandaki gerçek sorunların belirlenmesine yarayacak esas materyallerin toplanması ile ilgilidir. Geniş ölçekli köy araştırmaları, işletme araştırmaları, önderlerle yapılan görüşmeler, ya da günlük gezilerle elde edilen izlenimler, köy ve işletme bazındaki araştırmaları kapsamaktadır.

Köy incelenmesinde, köy bir bütün olarak ele alınmalı ve araştırma sonuçları köyün genel durumunu yansıtır nitelikte olmalıdır. Oysa tarım işletmeleri incelenirken köyde bulunan aile işletmeleri veya belirli ölçütlere göre seçilmiş işletmeler üzerinde durulur. Yapılması düşünülen yayım çalışmasının özelliğine göre işletmelerin ekonomik, sosyal ve teknik yapılarını ve bu yapılarındaki gelişmeleri yansıtıcı nitelikte sonuçların elde edilmesi gereklidir. İşletmelerin sosyal, kültürel, ekonomik ve tarımsal durumları ile ilgili çok çeşitli konular, alan çalışmaları kapsamı içinde incelenmelidir.

8.1.2. Veri Toplama Yöntemleri

Köy ve aile işletmesi bazında birincil veriler (bilgiler) elde edilirken gözlem, karşılıklı görüşme ve anket gibi veri toplama yöntemlerinden yararlanır.

1.Gözlem: Bu yöntemde, üreticilere soru sormadan bilgi toplanır. Köyün coğrafi ve fiziki durumu, üreticilerin uyguladıkları tarım teknikleri vb. gibi konular, yayımcı tarafından derlenir. Örneğin

yayımcı bizzat araştırma alanına gidip bu bilgileri görerek toplar. Bu nedenle yayım elemanları, sürekli çevreyi, bireyleri gözlemeli, izlenimler elde etmeli ve izlenimlerini not etmelidirler.

2.Görüşme (mülakat): Bu yöntemde, üreticilerle dostça bir ortam içinde yapılan sohbet ve söyleyişlerde bilgiler elde edilir. bilgilerdir. Ancak bu tür sohbet ve söyleyişlerde yayım elemanları, üreticilere çeşitli sorular yöneltilir. Fakat bu sorular önceden yazılı bir şekilde belirlenmemiştir.

1	Anketin sahibi kişi veya kurum	Ç.Ü. ZİRAAT FAKÜLTESİ TARIM EKONOMİSİ BÖLÜMÜ ARAŞTIRMA ANKET FORMU	
2	Araştırmanın (Anketin) Konusu	Özel Sektör Kuruluşlarının Ziraat Fakültesi Mezunlarında Aradığı Özellikler	
3	Anketörün Adı Soyadı	Anket Yapılan:	
4	Anket Tarihi	Firma :	Tarih : / /1997
5	Cevaplay. Adı-Soyadı	İlçe :	Anket No
6	Cevaplayanın Adresi	İl :	
7	Anket No	Adı ve Soyadı:	Anketör :
8	Anket Soruları	I. KURULUŞA AİT BİLGİLER II. İSTENEN ÖZELLİKLER III. ...	
9	Haberleşme adresi	İletişim için : Orhan Özçatalbaş Ç.Ü. Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü 01330 ADANA Tel: (322) 338 64 41 Fax: (322) 3386796 E-mail: catalbas@tamuk.cc.eu.edu.tr	

Şekil 8.2. Bir Anket Formunun Bölümleri ve Örnek Anket Formu

3. **Anket:** Bu yöntemde (karşılıklı görüşme, mektup, telefon vd) ise, verileri derlemek için bir dizi soru düzenlenir. Bu sorular araştırmanın amacına göre önceden belirlenir. Soru listesine "**anket formu**", soruları sorana "**anketör**" ve soruları cevaplayan kişiye de "**denek**" denir. Gerek basit ve gerekse karmaşık anket formlarında başlıca 9 bölüm bulunur (Arıkan, 1995).

Bir ankette yer alabilecek soruları temel olarak 4 grup altında toplamak mümkündür. Bunlar;

- a. Kapalı uçlu sorular
- b. Açık uçlu sorular
- c. Yarı kapalı uçlu sorular
- d. Ölçekli sorulardır

a. **Kapalı uçlu soru tipi:** Deneğin vereceği cevaplar veya seçenekler önceden belirlenmiştir ve denek bunlardan birini seçer. Örneğin bu sorular "evet-hayır"; "var-yok"; "olumlu-olumsuz"; gibi iki seçenekli veya ikiden fazla seçeneğin yer aldığı çoklu seçmeli olabilir.

b. **Yarı kapalı uçlu soru tipi:** Kapalı uçlu sorularda belirtilen seçenekler dışında anket uygulanana başka bir seçenek belirtme olanağı tanınmaktadır. Dolayısıyla soruya verilecek cevaplar tamamen seçeneklerle tanımlanamadığında veya deneye sunulan seçenekler dışında da görüş belirtme olanağı sağlanmak istendiğinde kullanılır. Bu daha çok en son şıkta; "Diğer", "Başka", "Bunlar dışında", şeklindeki ifadelerle belirtilir. Hem kapalı hem de açık uçlu soru tiplerinin özelliklerini birlikte taşımaktadır.

Kapalı uçlu soru örnekleri

1- **Okuma-yazma biliyor musunuz?**

- a) Evet b) Hayır

2- **Yeterince alet-makineniz var mı?**

- a) Var b) Yok

3- **Eğitim Durumunuz?**

- a) Okur-yazar değil b) İlkokul c) Ortaokul d) Lise e) Yüksekokul

4- **Nerede ikamet ediyorsunuz?** a) Köy b) İlçe c) Kent

5- **Girdi satan bir bayii olarak, çiftçilere verdiğiniz bilgilerin kaynağı nedir?**

- a) Araştırma Enstitüleri
b) Ziraat Fakülteleri
c) Tarım İl-İlçe Müdürlükleri
d) Firmanın verdiği bilgiler

Yarı kapalı uçlu soru örnekleri

1- **Girdi satan bir bayii olarak, çiftçilere verdiğiniz bilgilerin kaynağı nedir?**

- a) Araştırma Enstitüleri
b) Ziraat Fakülteleri
c) Tarım İl-İlçe Müdürlükleri
d) Firmanın verdiği bilgiler

e) **Diğer**.....

(e Başka.....)

(e Bunlar dışında varsa belirtiniz.....)

2- **Size ulaşan sorunları çözemediğinizde hangi yolu izliyorsunuz?**

- a) Tarım İl-İlçe Müdürlüklerine soruyorum.
b) Ziraat Fakültelerine
c) Araştırma Enstitülerine
d) Diğer teknisyen arkadaşlara
e) **Diğer (belirtiniz)**.....

3- **TYUAP'ın öngördüğü periyodik bilgi alış-veriş toplantıları düzenli olarak hangi aralıklarla yapılıyor?**

- a) Düzenli yapılmıyor.
b) Her ay 1 kez yapılıyor.
c) Her iki ayda 1 kez yapılıyor.
d) Belirtilenler dışında.....

c. **Ölçekli Soru Tipi:** Ölçekleme ve derecelendirme sorular olarak da belirtilen bu soru tipi biçimsel olarak çok seçenekli kapalı soru tipinin aynısıdır. Ancak seçenekleri farklı düzenlenmektedir. Bu fark, bu soru tipinde şıkların derecelendirilmiş ve değerlendirilmiş olmasından kaynaklanmaktadır.

Ölçekleme soru tipi hem olgusal, hem yargısal soru türlerinde uygulanmakla birlikte, daha çok tutum ve davranışların açıklanması amacıyla hazırlanan sorularda kullanılır. Birbirinden az farklarla ayrılan değişik tipler vardır(Bogardus, Thurstone, Likert, Guttman Ölçekleri). Bunlardan **Likert Ölçeği** kolaylığı ve güvenilirliği nedeniyle en fazla kullanılmaktadır. Likert ölçeğinde her önerinin şıkları arasındaki **sosyal uzaklık aralığı** eşittir. Bu şıklar 5'ten başlayarak 4,3,2,1 olarak numaralandırılır. Her bireyin her öneriye(soruya) verdiği puanlar toplanır. Her bireyin önerilere verdiği toplam sayı ile, her öneriye verilen sayı arasında korrelasyon hesapları yapılarak zayıf olan önermeler ayıklanır ve güçlü olanlar yorumlanır(Aziz,1990). Ölçekleme soru tipinde görüş, tutum ve davranışın ortaya konmasını sağlayacak yeter sayıda (sıklıkta) seçenek türetilmelidir. Yine seçenekler birbirini izleyen bir süreklilik içinde olmalıdır. Şıklar birbiriyle ilgili olmalıdır. Birbiriyle ilgili olmayan ve belirli bir sıra izlemeyen şıklardan oluşturulan ölçekler olumsuz sonuç alınmasına neden olur. Ayrıca bir önemli konu da sıklığı ve sürekliliği belirlenmiş sorularda şıkların aralarındaki uzaklığın eşit olmasındaki gerekliliktir. Şıkların (ölçek) sayısı ne olursa olsun, şıkların birbirini eşit aralıklarla izlemesi gereklidir. Genellikle şıklar olumludan olumsuza doğru sıralanır. Seçenek sayısını, ayrıntıların ortaya konulma isteği ve olanağı belirler. Genelde seçenek sayısı 3-9 arasında değişmekle birlikte en çok

kullanılan ölçek sayısı 5'tir(Aziz,1990). Aşağıda bazı örnekler verilmiştir.

Kapalı uçlu ölçekleme soru örneği:

Soru:- Bitki koruma konusundaki yayım hizmetlerini nasıl buluyorsunuz?

- Size yönelik yayım faaliyetlerini nasıl buluyorsunuz?

- Ana arı yetiştirme kursunu nasıl buluyorsunuz?

-Öğretim tekniği açısından bu dersi nasıl değerlendiriyorsunuz?

Üçlü ölçek;

1 (iyi-yararlı-yeterli) 2 (orta) 3 (kötü-yararsız-yetersiz)

Beşli ölçek;

1 (çok iyi) 2 (iyi) 3 (orta) 4 (kötü) 5 (çok kötü)

Yedili ölçek;

1 2 3 4 5 6 7
(çok iyi) (iyi) (iyiye yakın) (orta) (kötüye yakın) (kötü) (çok kötü)

d. **Açık uçlu soru tipi:** Bu soru tipinde ise cevap önceden hazırlanmaz ve ilgili konuda denekten açıklama istenir. Denek dilediği gibi cevap verir ve görüşünü açıklar. Dolayısıyla denegin tam olarak görüşünün önemli olduğu ve önceden cevabı belirli olmayan (veya tahmin edilemeyen) sorular açık uçlu olarak sorulmalıdır. Ayrıca açık uçlu sorular, kapalı uçlu sorulara verilecek cevapları dolaylı olarak kontrol etmek amacıyla da sorulabilir. Bu tip sorulara bazı örnekler aşağıda verilmiştir.

Açık uçlu soru örnekleri

-Size pamukta bu yıl verimi etkileyen başlıca etkenler nelerdir?

Cevap:.....

-2.ürün yetiştirmenizi hangi etkenler teşvik etmiştir?

Cevap:.....

- Size göre erozyon nedir?

Cevap:.....

- Bu yıl 2.ürün mısırdaki karşılaştığınız en önemli sorunlar nelerdir?

Cevap:.....

Kapalı uçlu soruların değerlendirilmesi, açık uçlulara göre çok daha kolaydır. Fakat verilebilecek cevapların çok iyi düşünülmesi ve seçeneklerin çok iyi hazırlanması gerekir. Ayrıca, gerek kapalı uçlu ve gerekse açık uçlu soruların belirli bir mantık düzeni içinde sorulması gerekir. Örneğin, üretimle ilgili sorular sorulurken araya aile, cinsiyet ve yaş durumu ile ilgili sorular sorulmamalıdır.

Ayrıca ankette çoğu zaman alınması güç cevapları içeren, kritik sorular vardır. Bunların hazırlanması kadar sorulması da çok dikkat ve özen ister. Eğer gerekli özen gösterilmez ise kişide kuşku uyanabilir ve sorulara doğru cevaplar alınmaz. Örneğin; "-Yıllık geliriniz ne kadardır?", sorusu kritik bir sorudur. Bu tür sorular mümkün olduğu kadar dolaylı şekilde sorulmalıdır. Belli başlı üretim faaliyeti ve faaliyetlerden elde edilen ürünlerin miktarları sorularak, dolaylı yoldan yıllık geliri öğrenme yolu seçilebilir.

8.1.3. Anket Uygulama

Anket uygulamaya geçmeden önce, anketin amacı ve böyle bir çalışmanın ülke ve üretici açısından önemi açıkça anlatılmalıdır. Ayrıca, anketör, deneğe kendi iyi niyetini kabul ettirdikten ve bütün tereddütleri giderdikten sonra, soru sormaya başlamalıdır.

Bunlardan başka üreticinin en uygun olduğu zamanlar tercih edilmelidir. Nitekim üretici bir işle uğraşırken, ayak üstü ona soru yöneltilme yerine, üreticinin dinlenmek için geldiği köy kahvesinde veya evinde iken yapılacak anket ile daha sağlıklı cevaplar almak mümkündür.

8.1.4. Bilgilerin Değerlendirilmesi

Elde edilen verilerin analiz edilerek değerlendirilmesi gerekir. Bu işlem, anket formundaki verilerin kullanılabilir hale getirilmesi ve anlamlı ifadeler haline dönüştürülmesi için gereklidir. Bu bilgilerin değerlendirilmesinde basit matematiksel işlemler yanında bazı istatistiksel analizler de kullanılabilir. İstatistiksel analizlerde, ele alınan değişkenler arasındaki ilişkileri ortaya koymak için korelasyon ve varyans analizleri, Khi-kare testleri, t-testi vd teknikler kullanılabilir.

Toplanan veriler uygun analiz teknikleri kullanılarak değerlendirilmelidir. Böylece mevcut durumu ortaya koyan ve yansıtan bulgular elde edilebilir. Bu bilgiler gelecekte gerçekleşmesi arzu edilen gelişmelerin hangi faktörler tarafından etkilenebileceği konusunda ışık tutabilir. Örneğin üreticilere benimsetilecek yenilikler, belirli bir bilgi birikimini gerektirebilir. Üreticilerin bu bilgi birikimine sahip olup olmadığı çeşitli yöntemlerle elde edilir. Bu saptama bize verilmesi gerekli bilgilerin belirlenmesinde yardımcı olur.

8.2. Yayım Programı

Yayım programı, yayım hizmeti ile yapılmak istenenin *neler* olduğu ve bu hizmetlerin *niçin* yapılacağı sorularına cevap arandığı ve bunların belirlendiği bir aşamayı kapsar. Bu aşamada halkın ihtiyaçları ve yayım biriminin olanakları dikkate alınarak çözümlenmesi olası sorunlara, çözüm yolları aranır ve bu çözüme yönelik amaçlar belirlenir.

Yayım programı yapılırken üzerinde önemle durulacak olan konu, halkın bugün için ihtiyaç duyduğu sorunlara çözüm aranmasıdır. Bunu belirlerken halkın içinde bulunduğu sorunların ülkenin genel

sorunlarıyla ilişkilerini ortaya koymak ve bunları birbirlerinden soyutlamak gerekir. Örneğin ülke genelinde girdi fiyatlarındaki artışlar, ürün fiyatlarının üzerinde seyrediyor ve ürün verimini az girdi kullanımı etkiliyorsa, bu ulusal sorun, o yöredeki buğday üreticilerinin sorunu olarak yorumlanamaz. O nedenle halkın sahip olduğu sorunların çözümüne, halkın ihtiyaçlarına cevap verecek programlar yapılmalıdır.

Halkın gereksinmelerine yönelik programlar hazırlanırken izlenimlerden ve teorik bilgilerden kaçınılmalıdır. O yörede elde edilen sağlıklı bilgilere, birincil kaynaklara dayanılarak sorunlar belirlenmelidir.

Bu konu ile ilgili bir diğer ilke de ele alınacak konuların, halkın ekonomik ve sosyal düzeylerine uygunluğudur. Zira tarımsal yayımcı, halkın sorunlarını doğrudan doğruya çözen değildir. Aksine halkın bizzat kendi olanakları ile sorun çözebilme yeteneklerini ve olanaklarını geliştirmede onlara yardımcı olan kimsedir. Bu nedenle ele alınan konular hem halkın ekonomik ve sosyal durumlarına, hem de yayım örgütünün olanaklarına uygun olmalıdır.

Yayım programı yapılırken dikkate alınması gereken bir başka ilke de ele alınan konuları çözümlmek için belirlenen amaçlar net ve anlaşılır olmalıdır. Aksi takdirde değerlendirme aşamasında zorluklarla karşılaşılabilir.

Nihayet, yayım programı, uzman bir grubun ve üreticilerin ürünü olmalıdır. Bunun için uzmanların ve üreticilerin katılımı sağlanmalı ve onların görüş ve düşünceleri ile önerileri dikkate alınmalıdır.

Yukarıdaki ilkeler dikkate alınarak bir yayım programına son şekil verilmeden önce, analiz aşamasının bir devamı olarak, aşağıdaki konulara dikkat etmelidir:

1. Üreticilerin mevcut durumuna uygun ve yayım biriminin olanaklarıyla çözümlenebilecek sorunlar öncelik ve önem sırasına göre belirlenir. Hatta gerekirse bunlar gruplandırılmalıdır.
2. Bu sorunların hangi üreticileri ilgilendirdiği saptanır. Örneğin dikkate alınması düşünülen konular, daha çok küçük işletmeleri mi, yoksa orta ve büyük ölçekli işletmeleri mi daha çok ilgilendiriyor? Bu şekildeki bir analiz, benzer ve farklı sorunları olan üreticilerin kolayca gruplandırılmasını sağlar.
3. Sorunların nedenleri belirlenmelidir. Ancak bu nedenlerin üreticilerin gözüyle haklı nedenler olup, olmadığı da araştırılmalıdır.

Buraya kadar yapılan açıklamaların daha iyi anlaşılması için süt siğircılığı ile ilgili bir örnek verilecektir.

ÖRNEK:

Aşağı Seyhan ovasındaki tarım işletmelerinde hayvancılığın geliştirilerek üreticilerin gelir seviyeleri ve hayat standartları yükseltmek istenmektedir. Bunun için kültür ırkı süt ineklerinin ithal edilmesi ve daha önce belirlenen üreticilere bunların verilmesi benimsenmiştir. Bu kapsamda yayım biriminden de süt siğircılığının tutunabilmesi için bu konuda yardım istenmiş ve yapılacak yayım faaliyetlerinin programlanması ve uygulanması istenmiştir.

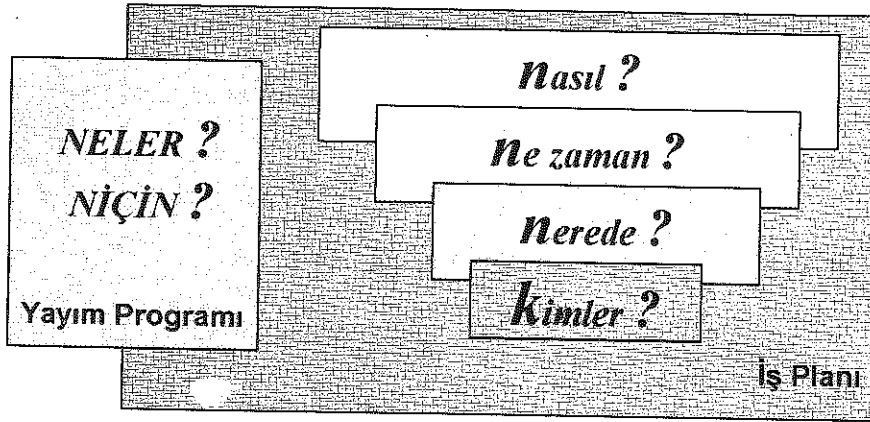
Bunun üzerine yayım birimi süt ineklerinin verileceği işletmelere giderek bir durum analizi yapmaya başlar. Gerek yöre, ve gerekse işletmeler hakkında çeşitli yöntemlerle bilgiler elde ederler. Bu bilgileri değerlendirirler. İşte bundan sonra programlama aşamasına gelinir.

Üreticilerin süt sığırıcılığında karşılaşılabilecekleri sorunları yine onların ve diğer uzmanların katkılarıyla belirlerler. Bu sorunları gruplandırır. Bunların çözümleriyle ilgili projeleri, gerekçeleri ile hazırlarlar. İçlerinden önem ve olabilirlik sırasına göre seçim yaparlar. Her projenin niçin tercih edildiğini gerekçeleri ile belirtirler. Örneğin hayvancılığın gelişmesi için yem bitkileri tarımı alışkanlığının sağlanması ilk plana çıkabilir. Bunun arkasından hayvanların sağlık sorunlarıyla ilgili proje gelebilir.

İşte bunların üreticilerin de katkılarıyla çözümlenmesi yoluna gidilir. Bu şekilde yayım programları belirlendikten sonra iş planının yapılmasına geçilir.

8.3. İş Planı

İş planı aşamasında, gerçekleştirilmesine karar verilen yayım programında belirlenen amaçlar doğrultusunda bu hizmetin nasıl yapılacağına ilişkin detaylar belirlenir. Kısacası; "*Nasıl yapılacak?*", sorusuna cevap aranır. Dolayısıyla işlerin nasıl, *ne zaman, nerede ve kimler* tarafından gerçekleştirileceği ayrıntılı bir şekilde belirlenir.



Şekil 8.3. Yayım Programı ve İş planı Aşamasında Sorular

Bu arada şunu hemen belirtmek gerekir ki, yayım programı ile iş planı iç içe girmiş durumdadır. Bu nedenle bunların sınırlarını kesin

olarak belirlemek güçtür. Bazı çalışmalarda yayım programı ile iş planının birlikte incelendiği de görülmektedir. Örneğin süt sığırıcılığının geliştirilmesi için yem bitkileri içinde mısır silajı yapımının yaygınlaştırılması projelendirilmişse bunun gerçekleşmesi için demonstrasyonlara mı, yoksa kampanyalara mı daha çok ağırlık verilecektir? İşte izlenecek yayım metodları ile bunların uygulama yer ve zamanlarının belirlenmesi iş planı ile yapılır. Hatta programı uygulayacak yayım elemanları da saptanır. Görülüyorki, iş planı ile, program aşamasında belirlenen yayım faaliyetlerinin nasıl yapılacağına düzenlenmesi üzerinde durulmaktadır.

8.4. Uygulama

Uygulama, yayım çalışmalarının önemli aşamalarından biridir. Zira üreticiler, bu aşamada yeni bilgiler ve beceriler kazanmaktadır. Bu nedenle uygulama aşamasına, sistemli bir yayım çalışmasının kalbi de denebilir. Böylesine önemli bir aşamanın başarılı olabilmesi için iki konuya dikkat etmek gerekir.

- Birincisi uygulamayı üstlenen yayım elemanlarının teknik bilgi yönünden yeterli olmasıdır. Zira yeterli teknik bilgisi olmayan yayım elemanları üreticileri istenilen ölçüde aydınlatamaz ve planlamada amaçlanan davranış değişikliği de gerçekleşemez. Teknik bilgi yönünden yeterli olmayan yayım elemanının üreticiler karşısında yapacağı bir hata, yalnız çalışmanın başarı şansını azaltmakla kalmaz, daha sonra o yörede götürülecek faaliyetlerin etkisini de olumsuz etkiler. Zira üreticinin yayımcıya karşı bir defa güveni sarsıldı mı, kendisinden sonra gelecek yayımcıları da bir süre şüphe ile izler. Bu nedenle uygulama

aşamasında görev alacak kişilerin deneyimi ve teknik bilgi düzeyi, iyi olan kimseler olmasına dikkat etmek gerekir.

b) İkincisi, uygulama aşamasında görev alacak yayımcıların teknik bilgi düzeyleri yanında, mesleki (metodolojik) bilgilerinin de yeterli olması gerekir. Yani uygulamacı tarımsal yayımı iyi bilmelidir. Yayında en önemli husus, üreticiye ulaşabilmek ve yaklaşabilmek, onda güven duygusu yaratabilmek ve yayım yöntemleri arasından uygun olanını seçebilmektir. Tüm bu özelliklere sahip olabilmek için de uygulamacının, tarımsal yayımın kendi ve diğer sosyal bilimlerin ortaya çıkardığı araştırma sonuçlarından yararlanması gerekir.

8.5. Değerlendirme

Tarımsal yayımda çalışma sürecinin son aşaması olan değerlendirme aşaması son derece önemlidir. Bu nedenle bu aşama oldukça ayrıntılı bir şekilde incelenecektir.

En basit şekliyle değerlendirme günlük yaşantımızda herhangi bir şey hakkında verdiğimiz kararlar ve yargılarda bulunurken yaptığımız işlemdir.

Yapılan tüm harcamalarda olduğu gibi eğitim alanına yapılan harcamalarda da eğitimin, toplumun ekonomik sosyal ve kültürel gelişmesine yaptığı veya yapabileceği katkı gözönünde bulundurularak yapılan harcamaların olumlu veya olumsuz olduğu yargısında bulunulabilir(Serin, 1979).

Tüm eğitim çalışmalarında değerlendirme, programın başarısı ve geliştirilmesi için büyük önem taşır(Taluğ, 1977).

Buna göre yayım çalışmalarında değerlendirme, yayım faaliyetlerinin etkinliği hakkında yargıda bulunmaktır. Ve bu değerlendirmede, yapılacak işlerin zamanında tamamlanması için gerekli gayretin gösterilip, gösterilmediği veya başka bir deyişle amaçlara ulaşmak için hedeflerin ne kadar uzağında olduğumuz hakkında temel sorulara cevap bulunmaya çalışılır(Jacobsen, 1987).

Bu durumda tarımsal yayımda değerlendirme, yayım programlarının değerinin veya potansiyel değerinin sürekli ve sistematik bir şekilde ortaya konulması işlemi olarak belirtilebilir(Seepersad ve Handerson, 1984).

Dolayısıyla programda uygulama öncesi belirlenen hedeflere ne derecede ulaşıldığını, başarı oranının ne olduğunu ortaya koymak amacıyla yapılan çalışmalar bu kapsam içinde ele alınmaktadır.

Yayım programlarının değerlendirilmesinin çeşitli nedenleri vardır. Bunlar;

- 1) Programın tarafsızlık ilkesine bağlı kalınarak gerçek değerinin ve faydasının ortaya konulmasına hizmet eder.
- 2) Devam etmekte olan programların geliştirilmesine yardımcı olur. Programın yürütülmesi esnasında yapılan değerlendirmelerden elde edilen bilgiler, programın sonraki aşamalarını belirlemede ve değiştirmede faydalı olabilir.
- 3) Gelecekteki yayım programlarının planlanması için temel veriler sağlar. Programın tasarısına katkıda bulunan veya başarısızlığa neden olan faktörlerin belirlenerek gelecekteki programların yürütülmesi ve planlanması için çok önemli veriler elde edilir. Dolayısıyla gelecekteki faaliyetleri yönlendirir ve rehberlik eder.

- 4) Görev ve sorumlulukların iyi belirlenerek, yayım faaliyetleri için ayrılan finansal fonun amaca uygun kullanılmasının sağlanması gerçekleştirilir. Böylece yayım faaliyetleri için devletin yaptığı harcamaların etkin bir şekilde kullanıldığı hükümete gösterilerek, sonucun tatmin edici olduğu gösterilebilir
- 5) Düzenli değerlendirmeler halkla ilişkiler(tanıtma-tanıtma) hizmetinin fonksiyonlarını yerine getirebilir. Değerlendirmeler sonucu elde edilen bilgiler, faaliyetlerle ilgili olan kişi veya kuruluşlara, yürütülen yayım faaliyetinin etkinliği konusunda bilgi sunabilir.
- 6) Düzenli değerlendirmeler, karar verme işleminde sistematik bir yaklaşım gerektirmesi nedeniyle, yayım elemanlarının profesyonel tavırlarının gelişmesine katkıda bulunabilir. Aynı zamanda program hakkında geri besleme ile elde edilen bilgiler yayım personelinin moralini artırmaya yardımcı olabilir(Seepersad ve Handerson 1984).
- 7) Yayım biriminin ve yayım elemanının görevini ne derecede iyi başardığı araştırılabilir. Böylece gelişme için sözkonusu birimlerin uygunluğu belirlenebilir(Oakley ve Garforth, 1988).

Değerlendirme ne kadar çok sistematik olursa, yayım programlarına yararlı olacak kararların alınmasına katkısı da o kadar fazla olacaktır. Bu nedenle yapılacak değerlendirmelerin sistematik ve daha planlı olmasına özen göstermek gerekir.

8.5.1. Değerlendirme Sorunları

Değerlendirme işleminin kim veya kimler tarafından yapılacağı önemli bir sorundur. Aşağıda belirtilen yollarla değerlendirme işlemi gerçekleştirilebilir.

- a) Merkez Birimi: Bakanlık içindeki bir uzmanlar grubu tarafından değerlendirme yapılabilir. Eğer değerlendirme, kurum yetkilileri tarafından bir denetleme aracı olarak görülürse, ulaşılabilecek sonuçlarda nesnel durumu yansıtmayabilir. Bazı gerçekler abartılabildiği gibi, bazıları da dikkate alınmayabilir. Kişilerin subjektif davranma olasılığı bir dezavantaj olabilir.
 - b) Yayım Birimi ve Yayımçılar: Değerlendirme fiilen yayım faaliyetinde bulunan birim tarafından yürütülebilir. Burada işlemi yapanlar uygulamanın içinde olduklarından dolayı, karşılaşılan sorunları en iyi bilenler olacaktır. Bu nedenle projeyi uygulayanların yaptıkları değerlendirme üzerinde de önemle durmak gerekir. Ancak kurum içinde tarafsız davranabilecek kimselerin bulunması, oldukça zordur. Ayrıca kendi mesai arkadaşlarının faaliyetlerini değerlendirmek durumunda olunması objektif davranma olasılığını güçleştirmektedir.
 - c) Bilimsel Kuruluşlar: Değerlendirme işlemi bilimsel kuruluşlar (üniversiteler) tarafından da yürütülebilir. Doğal olarak çeşitli kaygılardan uzak bir bilim adamı grubunun yapacağı çalışmanın daha objektif ve gerçekçi olması beklenir. Ancak bilimsel kuruluşlar tarafından yapılan değerlendirmelerde, yayımçıları, kendilerinin sürekli bilim adamları tarafından denetim altında tutulduklarını ve tüm faaliyetlerinin eleştirileceği görüşünü taşıdıklarında olumsuz bazı etkileşimlerin ortaya çıkması olasıdır.
- Çoğunlukla birim sorumluları ve yayımçıları, bilinçli ve bilinçsiz yürüttükleri çalışmaların sürekli kontrol edildiği düşüncesine sahip olmaları nedeniyle çalışma ortamında gerginliklerin oluşmasına neden olmaktadır(Aktaş,1977). Görüldüğü gibi izlenen her yolun çeşitli

Fayda ve sakıncaları vardır. Bu nedenle önceden tüm bu olasılıkların dikkate alınarak en uygun kararın verilmesi yönünde çaba gösterilmelidir.

8.5.2. Değerlendirme İçin Kriter Tespiti

Kriter bir programın değerinin veya faydasının ölçülmesinde kullanılan bir ölçüttür. Örneğin bir yayım programı için kriter, belirli bir uygulamayı benimseyen ilgili çiftçi sayısı olabilir. Öngörülen sayıda çiftçinin uygulamayı benimsediği ortaya konulabiliyorsa bu durumda programın başarıya ulaştığı söylenebilir.

Ancak beklenmeyen sonuçların ortaya çıkma olasılığının her zaman olduğu dikkatten uzak tutulmamalıdır. Bu durumda bir uygulamanın benimsenmesi kadar benimsenmemesinin de mümkün olduğu unutulmamalıdır.

Kriterlerin ana kaynağı programın amaç ve temel istekleridir. Bu nedenle amaçların açık bir şekilde belirlenmiş olması gerekmektedir. Çoğu zaman amaçlar beklenen sonuçları çok genel ifadelerle ortaya koymakta ve bu nedenle amaçlar açık olmamaktadır. Bunun gibi açık ve belirli olmayan amaçların, belirlenebilen, incelenebilen ve ölçülebilen spesifik amaçlara dönüştürülmesinde çok büyük zorluklarla karşılaşılabilir.

Bir başka problem ise, amaçlar dikkatli bir şekilde geliştirildiği ve düzenli olarak ortaya konulduğu halde, program ilerledikçe ağırlık verilen konuların değişebileceği gerçeğidir. Ayrıca belirlenen amaçlar programın ana sonuçlarını ortaya koyacak şekilde yeterli içeriğe sahip olmayabilir.

Bu problemlerle karşılaşma olasılığını düşürmek için bu konuda eser veren çoğu yazarlar, değerlendirmenin yürütülmesi sırasında program amaçlarına ağırlık verilmesini önermektedirler. Bu durumda, değerlendirmeyi yapan kişi veya birim öncelikli hedef kitle ile konuları ve ilgili işleri tartışarak belirlemelidir. Bunun yanında beklenen veya beklenmeyen sonuçlar gözönünde tutulmalıdır. Özellikle program planlama işlemleri ilk aşamada yeterli ise, programın ne dereceye kadar amaçları yerine getirdiği ortaya çıkan ve ilk ilgi duyulan konu olarak dikkate alınabilir. Ancak tartışma sürecinde bir takım düzenlemeler ortaya çıkacaktır. Özel konuların amaçları belirlenebilir. Ayrıca programın yürütülmesi esnasında kazanılan deneyimlere dayalı olarak kullanılan standartlar yükseltilebilir veya düşürülebilir. Diğer önemli konular da aynı zamanda dikkate alınmalıdır (Seepersad ve Handerson, 1984).

8.5.3. Yayımın Etkisinin Ortaya Konulmasında Göstergeler

Yayım programlarının değerlendirilmesinde kullanılacak göstergelerin sınıflandırılmasında birkaç değişik yol vardır (Seepersad ve Handerson, 1984).

a) Birinci Gruplandırma

Saborsky (1967)'ye göre yayımın değerlendirilmesinde iki adet temel gösterge vardır. Bunlar;

1. Halkın davranışlarındaki değişimle ilgili belirtiler ve
2. Değişimi ortaya çıkarmaya yönelik fırsatların tanınma olanakları

Bunlardan birincisinde dikkate alınması gereken en önemli nokta, yayım faaliyeti ve izlenen metot sonucunda hedef kitlenin tavırlarını değiştirip, değiştirmedir.

Çizelge 8.4. Değerlendirmede Temel Göstergeler

<i>Yayım Programlarının Değerlendirilmesinde Kullanılan Temel Göstergeler (Saborsky,1967).</i>	
<i>1) Davranışlardaki Değişmeler</i>	<i>2) Değişimi Ortaya Çıkarmaya Yönelik Tanınan Fırsatlar</i>
<i>◇ Yayım faaliyeti sonucunda hedef kitlenin tavırlarındaki değişimler</i>	<i>◇ Halkın kendisinde veya mevcut yapıdaki değişimin ölçülmesinin güç veya olanaksız olduğu durumlarda;</i> ⇒ Değişimi ortaya çıkaracak faaliyetlerin yoğunluğuna bakarak. ⇒ Yazılı sözlü materyallerin kullanım yoğunluğu ⇒ Kişisel ve grup görüşmelerin yapılma yoğunluğu ⇒ Demonstrasyonlar vb. faaliyetlerin yoğunluğu

Örneğin, yayımcılar süt sığırcılığının gelişmesi için mısır ekimi ile mısır silajı yapımını yaygınlaştırmış ve başarılı olmuşlarsa ve bu nedenle üreticiler diğer yeniliklere de olumlu bakıyorlarsa, bu belirti bir kriter olarak alınabilir.

Saborsky'ye göre ikinci kriter, değişimin gerçekleşmesi için öngörülen fırsatların ne ölçüde tanınıp tanınmadığının ve bunların gerçekleşip gerçekleşmediğinin belirlenmesidir.

Bu ikinci temel gösterge de özellikle, halkın kendisinde veya mevcut yapıdaki değişimin ölçülmesinin güç ve olanaksız olduğu durumlarda, değişimi ortaya çıkartacak faaliyetlerin yoğunluğuna bakarak ölçme işlemi yapılır.

Eğer değişimin beklendiği konuda gerekli unsurlar yerine getirilmemişse (yazılı materyaller sağlanamamış, bireysel ve grup görüşmeleri(ziyaretler) yapılamamış, demonstrasyonlar gerçekleştirile-

memiş ise), bu durumda yayım faaliyeti sonucunda halkın birşeyler öğrenmesini ve arzulanan değişimin gerçekleşmesini beklemek yanlış olur.

Örneğin, mısır silajının öngörülen işletmelerde yapılması için 10 kez demonstrasyon yapılacağı, 15 günde bir kez düzenli ziyaret yapılacağı, toprak işlemeden hasata ve hasattan slaj yapımına kadar çeşitli konularda 20 adet broşür verileceği kararlaştırılmış olduğu düşünüldüğünde, eğer bunların önemli bir kısmı gerçekleştirilmemişse, başarılı bir yayım çalışmasından ve değişimden bahsetmek yanlış olur.

Daha sonra Sabrosky'nin yapmış olduğu sınıflandırma Benneth tarafından ele alınarak geliştirilmiştir. Benneth(1977), belirli bir sıraya göre düzenlenecek program değerlendirmeleri için kullanılacak göstergeleri 7 safhada ele almıştır. Ve belirlenen her seviyede neyin planlandığı ve amaç edinildiği ile gerçekte başarılanlar arasında bir karşılaştırmanın yapılması gerekmektedir.

Çizelge 8.5. Yayım Programlarının Değerlendirilmesinde Göstergeler Sınıfları (*)

Gösterge Sınıfları						
Görünürler	Faaliyetler	Halk Katılımı	Tepkiler (Reaksiyonlar)	Bilgi-Tavır Beceri Değişimi	Uygulama Değişimi	Sonuçlar
* Ziyaret * Toplantı * Gösteri * Tarla günü vb. sayıları	*Ortaya konulan durumları öğrenme derecesi; - Tam - İy düzeyde - Orta düzeyde - Az - Öğrenememe	*Program faaliyetlerine katılan hedef kitlenin katılım oranı (toplantı, tarla günü vd.leri)	*Programın faydalı olup olmadığını dolaylı yollarla belirten kişi sayısı	*Hedef kitlenin bilgisinde, tavırda becerisinde ve görüşlerinde meydana gelen değişiklikler	*Gelişmiş tarımsal uygulamaların benimsenmiş sayısı	*Çiftçilerin yaşam kalitesi ve standartlarındaki değişiklikler; -Yeni işe alınış deg. -Okula gitme oranı -Daha iyi evlerin inşası edilmesi -İlave iş olanakları sağlanması
Her aşamada elde edilen veriler soyut veya somut olabilir.						
1. aşamadan 7. aşamaya doğru veri toplamada güçlük ve masraf artıyor.						
Örnek	1	2	3	4	5	6
S O M U T	Personelin zaman harcama hakkında özel gözlemleri, iş başarıma süresi.	Faaliyetlerle ilgili gözlemler (video, slayt vb. araçl. kullanımı)	Programa devam etme ile ilgili kaydedilen gözlemleri, fikirlik özelliklerinin tespiti	Demonstrasyon a katılanlardan tesadüfi olarak seçilen kimselerin dikkatlerinin dağılım derecesi	Onaylama ile meydana gelen değişiklikler	Önerilerin yararlarını bir kaç yıl boyunca doğrudan gözleme
S O Y U T	Yayım personelinin kişisel görüş raporları (1...faaliyet için ... yeterli ... ideal süre	Faaliyetlerin masıl ve ne ölçüde tamamlanmasının personel tarafından hatırlanabilme durumu	Programa katılanların programa devam etme konusunda tesadüfi gözlemleri	Yalnızca görüş belirtmek isteyenlerin görüşlerinin kayıt edilmesi	Programa katılanların değişimle ilgili düşünceleri	Öneriler hakkında çiftçilerin görüşe dönük düşünceleri
B I L G I L E R	Personelin zaman harcama hakkında özel gözlemleri, iş başarıma süresi.	Faaliyetlerle ilgili gözlemler (video, slayt vb. araçl. kullanımı)	Programa devam etme ile ilgili kaydedilen gözlemleri, fikirlik özelliklerinin tespiti	Demonstrasyon a katılanlardan tesadüfi olarak seçilen kimselerin dikkatlerinin dağılım derecesi	Onaylama ile meydana gelen değişiklikler	Önerilerin yararlarını bir kaç yıl boyunca doğrudan gözleme
	Yayım personelinin kişisel görüş raporları (1...faaliyet için ... yeterli ... ideal süre	Faaliyetlerin masıl ve ne ölçüde tamamlanmasının personel tarafından hatırlanabilme durumu	Programa katılanların programa devam etme konusunda tesadüfi gözlemleri	Yalnızca görüş belirtmek isteyenlerin görüşlerinin kayıt edilmesi	Programa katılanların değişimle ilgili düşünceleri	Öneriler hakkında çiftçilerin görüşe dönük düşünceleri

(*) Benneth(1977). dikkate alınarak hazırlanmıştır.

Örneğin girdiler seviyesinde yayım personeli tarafından bir faaliyet için harcanılan gerçek zaman ile yayım personelinin, bu faaliyet için harcamayı planladığı zaman karşılaştırılabilir.

Çizelge 8.5'te verilen göstergelerden hangisinin kullanılacağına karar vermede aşağıda verilen yolların izlenmesi önerilebilir.

1. Görev ve sorumlulukların iyi belirlendiği durumlarda, programın etkisi hakkında göstergeler daha yeterli hale gelir. 1. ve 3. seviye arasında beklenen eğitimin oluşması için sağlanan fırsatların karşılaştırılması mümkündür. Aynı zamanda 4. seviyeye doğru çıkıldıkça, ortaya çıkan reaksiyonlar, götürülen faaliyetlerin ne derecede faydalı olup olmadığının daha açık bir şekilde ortaya konulmasını sağlayacaktır. Ancak bu şekilde elde edilen veri bilgi, tavır, beceri ve görüş değişimi gibi belirtilerden daha az tahmin etme özelliğine sahip olup, sonuçta beklenen hedeflerin içerğinin değişmesine neden olur. Değişimin ideal bir şekilde tespiti, istenilen sonucun başarıp başarılacağı, yani faaliyetlerin etkilerinin belirlenmesi ile, hiyerarşideki en üst seviyede yapılabilir.
2. Programın başarısı hakkında veri toplamadaki zorluk ve masraf seviye yükseldikçe genellikle artmaktadır. Alt seviyelerde toplanan veriler, yüksek seviyedekilerden daha az güvenilir özellikler taşımaktadır.
3. Program amaçlarının açık bir şekilde belirlenmesi değerlendirmenin bir sonraki safhasına yardımcı olacaktır. Programın yerine getirilmesi için önceden elde edilen veriler (Örneğin programa katılanların bilgi, tavır ve beceri seviyeleri),

programa katılımla ilgili olarak nasıl bir gelişmenin ortaya çıkabileceği konusunda bilgi verir.

4. Değerlendirme için gerekli veriler ne kadar çok çaba ile toplanırsa, programın başarısı konusunda karar vermekte o kadar çok güvenilir olur.

Elde edilecek bilgilerin somut veya soyut olması söz konusudur. Dolayısıyla hangi tip bilginin değerlendirme kullanılacağı, hangi tipteki bilginin ideal olduğu ve hangisinin elde edilmesinin daha kolay olacağı dikkate alınarak karar verilir.

b) İkinci Gruplandırma

Ayrıca değerlendirmede kullanılacak göstergeler bir başka şekilde, özelliklerine göre beş temel başlık altında da sınıflandırılabilir.

Bir yayım çalışmasının başarılı veya başarısız olduğu konusunda çeşitli kriterler kullanılarak bir yargıya ulaşılabilir. Yukarıda bu konu ile ilgili kapsamlı açıklamalarda bulunulmuş ve farklı görüşler sunulmuştur.

Çizelge 8.6. Özelliklerine Göre Göstergeler

1. SOSYAL GÖSTERGELER
<ul style="list-style-type: none">-Yaşam Standartı- Beslenme alışkanlıklarında gelişim (yeterli ve dengeli beslenme)- Yeni iş alanlarının yaratılması- Otomobil sayısındaki artış- Televizyon sayısındaki artış- Kitap, dergi, gazete ve mektup sayısındaki artış- Gıda harcamalarında artış- Daha yüksek okullara devam- Telefon kullanımında artış- Araziye sahip olmanın yaygınlığı (Arazi mülkiyet durumu)- Meskenlerin daha düzenli hale gelmesi- İşbirliğine yakın olma yeteneği

- Yeni kazanılan hüneler
2. TEKNİK GÖSTERGELER
<ul style="list-style-type: none">- Yeni çiftlik yatırımları- Tarıma açılan alanlardaki artış- Hektara kullanılan makine gücündeki (HP) artış- Daha çok kaliteli tohum, gübre, ilaç ve benzin (petrol) kullanımı- Yeni ürünlerin sunulması- Islah edilmiş yeni bitki ve hayvan türlerinin sunulması- Sulama suyu kullanımındaki artış- Yeni makine ve ekipmanların sunulması- Aşılana hayvan sayısı- Birimden elde edilen verimdeki artış- Demonstrasyon sayısındaki artış- Arazi parça sayısının düşmesi- Geliştirilmiş uygun üretim teknikleri
3-EKONOMİK GÖSTERGELER
<ul style="list-style-type: none">-Çiftçi ve aile geliri-Çiftlik harcamaları-Borç varlığı-Üretim artışı-Çiftliğin genişlemesi-Tasarruf artışı
4-YÖNTEME AİT (METODOLOJİKAL) GÖSTERGELER
<ul style="list-style-type: none">-Toplantı sayısındaki artış-Demostrasyon günü sayısındaki artış-Sergi ve fuar sayısındaki artış-Çiftçilerle görüşme sayısındaki artış-Yapılan film sayısındaki artış
5-ARAÇLAR VE HİZMETLERE AİT GÖSTERGELER
<ul style="list-style-type: none">-Kooperatif sayısındaki artış-Üye sayısındaki artış-Analizler için laboratuvar gereçleri-Yapılabilir, uygulanabilir hale getirme-Endüstri bitkilerinin sayısındaki artış-Kalite ve sayısal bakımdan artış-İhracata veya dış pazarlara çıkış

Kaynak: Cori SpA.1991.

c) Üçüncü Gruplandırma

Yayımın etkisinin ortaya konulmasında dikkate değer bir başka gruplandırmaya göre ise 4 unsur söz konusudur.

- 1-Görsel etkiler
- 2- Sayısal etkiler
- 3-Yayımcıların tepkileri
- 4-Çiftçilerin tepkileri

1. **Görsel Etkiler:** Etkin bir yayım hizmetinin verildiği yörelerde yetiştirilen ürünlerin sağlıklı gelişme göstermesi, yapılan uygulamaların, uygun üretim tekniğine uygunluğu konusunda bilgi verir. Örneğin yörede buğdayların sağlıklı gelişmesi, ekim aralıklarının uygun oluşu, yeni ürün ve çeşitlerin varlığı, yabancı otların olmayışı veya çok az oluşu, ekim nöbeti ve nadas uygulaması gibi konular ilk bakışta farkedilir. Oysa ki yayım hizmetlerinin yoğun olmadığı, ancak benzer özellikleri taşıyan yakın bir yörede görülemiyorsa, bu o yörede etkili yayım hizmeti yapılmadığı şeklinde bir varsayımla araştırılabilir.
2. **Sayısal Etkiler:** Değerlendirmede sayısal kriterler gerçek yapıyı ortaya koymada daha fazla önem taşır. Yayım programında öngörülen hedefler sayısal olarak (miktar ve oran) belirlenmiş ve bunlara ulaşılmışsa, yayım çalışmasının başarılı olduğu söylenebilir. Sayısal kriterler içinde en çok önem verilen verimdeki artışlardır.
3. **Yayımcıların Tepkileri:** Yayımcıların olumlu veya olumsuz tutum ve davranışlarındaki değişiklikler faaliyetin etkinliği bakımından bilgi verebilmektedir. Örneğin yayımcılar, yaptıkları yayım faaliyetlerinde başarılı iseler, kendilerine verilen görevleri zevkle, özenle ve süratli

bir şekilde yerine getirmektedirler. Aksine başarısız iseler, daha az dikkat ve özen göstermektedirler ve verilen işi istenilen sürede de bitiremedikleri gözlenmiştir.

4. **Çiftçilerin Tepkileri:** Çiftçilerin vermiş oldukları olumlu veya olumsuz tepkiler kendilerine ulaştırılan yayım hizmetinin ne ölçüde etkili ve yoğun olduğu konusunda bilgi verebilmektedir. Örneğin kendilerine yararlı hizmet sunan yayımcıların bıraktığı izlenim, diğer yayımcılara da olumlu şekilde yansımaktadır.

Bunun yanında alışlagelmiş fazla girdi kullanımında sağlanan tasarruflarda bir sayısal kriter olabilir. Veya yeni bir çeşidin yayılması isteniyorsa, ekim alanlarının artışı da bir sayısal kriter olabilir.

Sayısal kriterlerle yayım çalışması değerlendirilirken, değerlendirme dönemi içinde hükümetin izlediği tarım politikalarının da etkilerinin olup olmayacağını hesaba katmak gerekir.

9. ÜRETİCİ-YAYIM-ARAŞTIRMA İLİŞKİLERİ VE SORUN ÇÖZME

9.1. Üretici ve Ailesini Kuşatan Sorunlar

Üretici yaşadığı ortamda sosyo-ekonomik sorunlarla karşı karşıyadır. Bu sorunlar tarımsal ve tarım-dışı içerikli olabileceği gibi her iki alanı da kapsayabilir(Şekil 9.1). Tarımsal içerikli sorunlar olarak küçük arazi, arazi mülkiyet durumu, düşük verimlilik, yetersiz sermaye, ekolojik özellikler (erozyon, drenaj, taşlık, sulama suyu yetersizliği vb), yetersiz tarım bilgisi ve yetersiz yayım eğitimi, eskimiş teknoloji düşük fiyat ve pazar gibi konular sayılabilir.

Tarım-dışı konulara örnek olarak ise yetersiz temel eğitim, ulaşım-yol durumu, yetersiz sağlık hizmetleri, yetersiz beslenme, enerji kullanım olanakları, iletişim (dış dünya ile yetersiz ilişkiler) içme suyu, yetersiz ve dengesiz beslenme ve ortaya çıkan sağlık sorunları sıralanabilir.

Bunlar dışında hem tarımsal, hem de tarım-dışı içeriğe sahip konular da vardır. Bunlar her iki alanı da etkileyen konulardır. Bilgiye ulaşma çabaları ve bilgi kaynaklarının yetersizliği ve ortak iş yapmayı geliştirici örgütlenme faaliyetlerindeki yetersizlikler örnek olarak verilebilir.

Görüldüğü gibi çok çeşitli sorunlarla kuşatılmış bulunan çiftçi ve ailesi bu sorunları çözmek için çeşitli girişimlerde bulunmaktadır.

Ayrıca devlet üretici sorunlarını çözmek için çeşitli uygulamalar yapmaktadırlar.

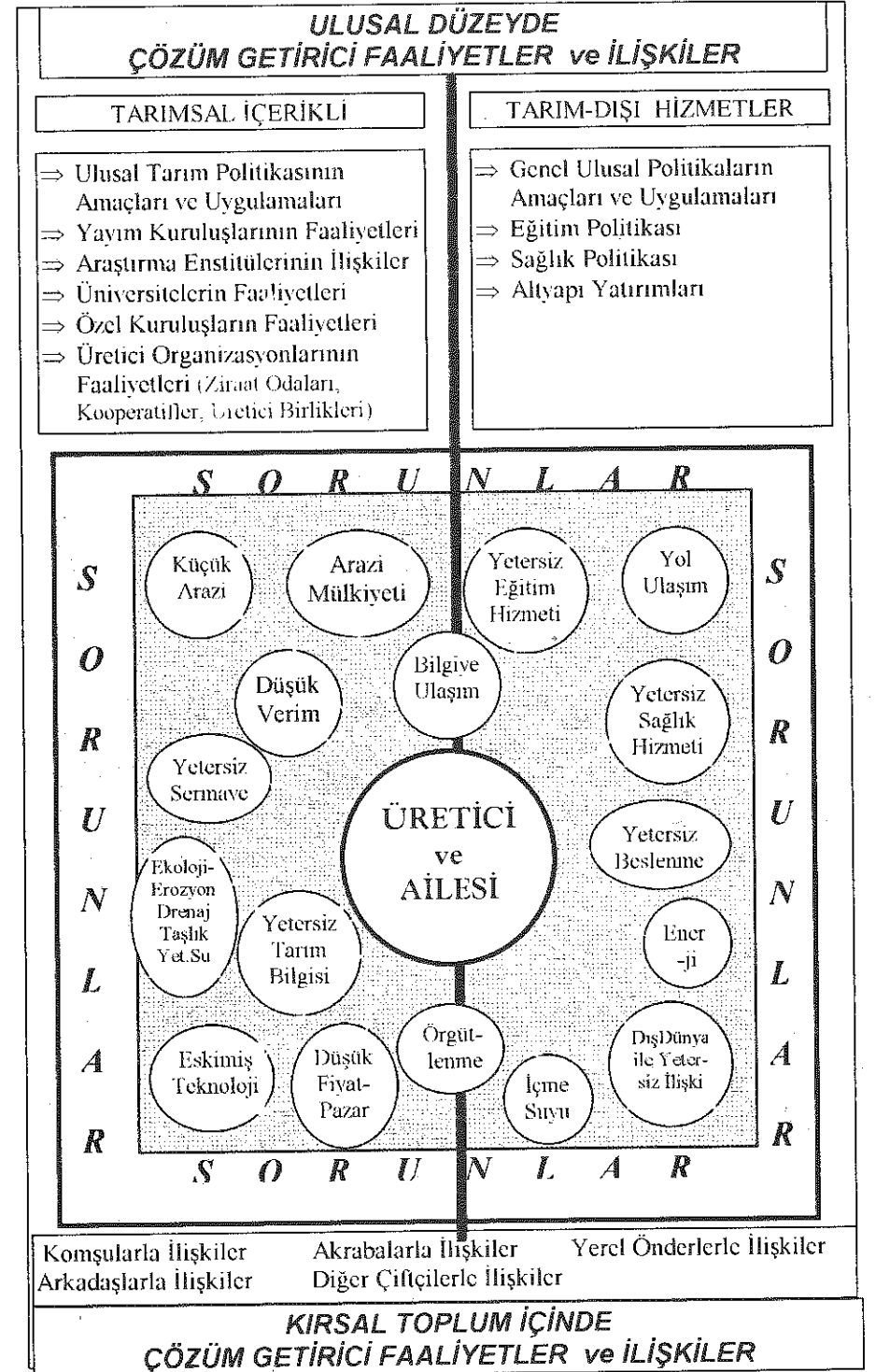
Buna göre Şekil 9.1'de verildiği gibi üretici sorunları 2 önemli girişimle çözülmeye çalışılmaktadır.

⇒ 1. Ulusal düzeyde çiftçi sorunlarını çözmeyi amaçlayan araçlar ve uygulamalar (kamu ve özel girişimler), tarımsal içerikli ve tarım-dışı içerikli olmak üzere ikiye ayrılabilir.

- Tarımsal içerikli sorunları çözmeye, ulusal tarım politikasının amaçları ve uygulamaları doğrultusunda kırsal alana yönelik faaliyette bulunan kuruluşların ve yayım kuruluşlarının faaliyetleri, araştırma enstitülerinin, üniversitelerin faaliyetleri, özel kuruluşların ve üretici organizasyonlarının faaliyetleri önem taşımaktadır.

- Tarımsal içerikli olmayan sorunları çözmeye ise, diğer ulusal (genel eğitim, ekonomi, sağlık vd) politikaların amaç ve uygulamaları doğrultusunda faaliyette bulunan kuruluşların faaliyetleri önem taşımaktadır.

⇒ 2. Kırsal toplum içinde çözüm getirici faaliyetler ve ilişkiler kapsamında, üretici yaşadığı çevrenin kendisine sunduğu olanaklarla sorunları çözmeye çalışmaktadır. Burada çözüm kaynakları komşular, arkadaşlar, akrabalar, yerel önderler, yörede görevli kamu görevlileri ve diğer çiftçiler olarak sıralanabilir.



Şekil 9.1. Üretici ve Ailesini Kuşatan Sorunlar ve Sorunların Çözümünde Etkili Olan Unsurlar

9.2. Yayımcı ile Üretici İlişkileri

Tarımsal yayım esas olarak üreticilerin sorunlarına çözüm bulmayı amaçlar. Dolayısıyla üretici sorunları ve bu sorunların çözümüne yardımcı olmak, yayımın önemli işlevlerindedir.

Yapılacak işlerden ilki, üreticilerin içinde bulunduğu durumu, nelerden etkilendiğini ve üreticilerin sorun olarak gördükleri konuları belirlemektir.

9.2.1. Üreticilerin Bilinç Düzeyi ve Sorunların

Çözümüne Yönelik Öneriler

Konuya teorik açıdan bakıldığında, kişilerin sorunlarının çok çeşitli ve değişik olduğu görülür. Öncelikle bu sorunların belirlenmesi gerekir. Sonra bunlara çözüm yolları önerilir. Bu öneriler teorik ve pratik bilgiler şeklinde olabilir. Eğer kişi sorunun bilincinde ise, yani sorunun neden kaynaklandığını biliyor ve çözüm yollarını da belirlemiş ise yayımcının yapacağı pek fazla bir iş yoktur. Bununla beraber yayımcı, mutlaka çiftçiye genel ve teknik bilgiler vermelidir. Özellikle sorununun bilincinde olmayanlara da gerekli teknik ve genel bilgiler verilmeli ve bunların dışında ayrıca sorunları hakkında bilinçlendirmelidir.

Kişi kendi özel durumundan ve çevresinden etkilenir. Bu etkilenme kişiye göre değişir. Bu nedenle yayımcı, bir kişi hakkında değerlendirme yaparken, aynı değerlendirmeyi başka kişiler için de yapmamalıdır. İşte yayımcı üretici hakkında sorun değerlendirmesi yaparken, aynı değerlendirmeyi diğerleri için de genelleştirmemelidir. Yani yeterli araştırma yapmadan aynı reçeteyi diğer üreticiler için de yazmamalıdır.

Fakat onların sorunu ortak ve sorunların nedenleri aynı ise, o zaman aynı reçeteyi diğerleri için de yazabilir. Varsayalım ki yeterli inceleme yapılmadan kişilerin içinde buldukları durum ve sorunlarıyla ilgili ortak bir değerlendirme yapılmış olsun. Böyle bir durumda yayımcı toplumun ortak sorunlarından ve önceliklerinden ya erken yada geç haberdar olacaktır. Çünkü derinliğine incelenmeden saptanan sorunlar tüm topluma yönelik olmayabilir ve özel bir kişi veya grubu ilgilendirebilir. Dolayısıyla bir kişi için sorun ve durum değerlendirmesi yapıldığında ve bu diğer kişiler için de genelleştirildiğinde onlar da aynı kalıba sokulmuş olacaktır. Fakat daha sonra kişilerden biri veya bir kaçının durumunun ve sorunlarının farklı olduğunu farkedilince, etkilenme gecikmiş olacaktır.

İşte kolektif(ortak) değerlendirmelerde yayımcı çok dikkatli olmak zorundadır. Zira üreticilerin beklentileri ile yayımcının gerçekleşmesini arzu ettikleri çatışabilir. O nedenle kolektif değerlendirmelerde beklenti ve gerçekleşmenin farklı olabileceğinin her an akılda bulundurulması gerekir.

9.2.2. Üreticilerde Davranış Tutarsızlığı ve Nedenleri

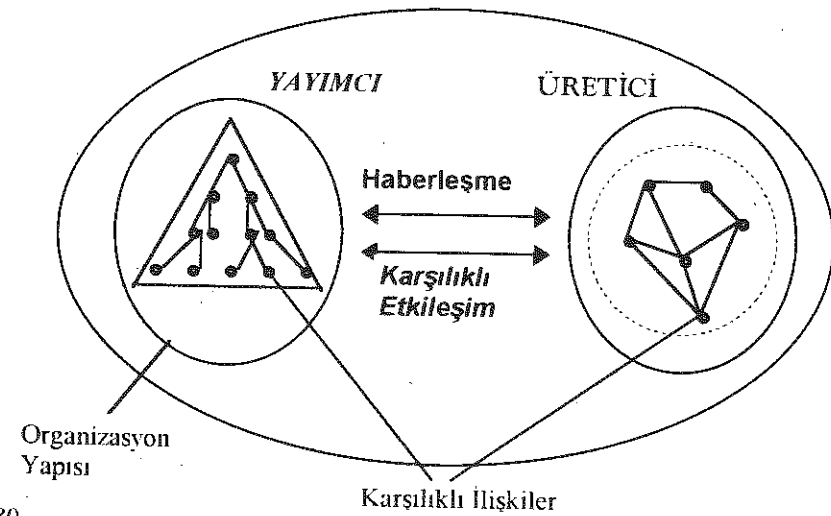
Yayımcının harekete geçmeden önce yapması gereken işlerden biri de hedef kitledeki üreticilerin davranışlarının ne ölçüde tutarlı olup olmadığını kontrol etmektir. Üretici tutarlı davranıyorsa sorun yoktur. Aksine tutarsız olduğuna ilişkin şüphesi olacaksa, bunun nedenlerini araştırması gerekir. Aksi takdirde bu incelemeyi yapmadan girişimde bulunmak olumlu sonuçlar vermeyebilir.

Varsayalım ki yayımcı, hedef aldığı kişinin tutarsız olduğu kanısına varsın. Bu durumda aşağıdaki soruları sormalı ve bunlara cevap aramalıdır.

- 1- Kişi niçin olduğu gibi görünmüyor?
- 2- Kişi diğer zamanlarda şu anda olduğu gibi midir?
- 3- Hangi etkenler onun bu durum değişikliğini etkiliyor?
- 4- Hangi araçlarla onun bu güçlüklerini yenebiliriz?
- 5-Bu değişimde hangi olaylar etkili olabilecektir?

Yayımcı bu sorulara cevap ararken gözardı etmemesi gereken çok önemli bir konu da, üretici ile bizzat kendisinin işlerinde buldukları sosyo-kültürel ortamlardır. Çünkü sosyo-kültürel ortamlar kişilerin tutum ve davranışlarını belirleyici bir etkiye sahiptir. Hiç şüphesiz yayımcının yaşadığı sosyo-kültürel ortamla, üreticinin yaşadığı sosyo-kültürel ortam farklı olacağından, bu iki kişi arasında görülen ilişkide davranış farklılığı da olacaktır.

Fakat bu davranış farklılıklarından üreticinin tutarsızlığını haklı göstermez. Bununla beraber üreticinin yaşadığı sosyo-kültürel ortam üreticiyi tutarsızlığa itmiş olabilir.



180 Şekil 9.2. Yayımcı ve Üreticinin Sosyo-Kültürel Alan Farklılıkları

Üretici yaşadığı köyde arkadaşlarıyla, aileleriyle, köy muhtarı ve diğer görevlilerle, etkileşimde bulunurken, yayımcı bunlara ek olarak iş yerindeki arkadaşlarıyla, araştırma enstitüleri ve üniversiteli bazı yetkililerle ilişki halindedir. Dolayısıyla ilişkide bulunulan gruplar farklı sosyo-kültürel özelliklere sahiptirler.

İşte üreticinin davranışını, davranışının altında yatan nedeni bulunduğu sosyo-kültürel ortamın özellikleriyle ortaya koyabiliriz.

ÖRNEK:

Örneğin suni tohumlamayı ineğine uygulamayı, başlangıçta kabul eden bir üretici, yayımcı gelince bunu uygulamak istemiyorsa bu bir davranış tutarsızlığıdır. Yayımcı böyle bir durumda bu üreticiden vazgeçmeyecek ve yukarıda konu edilen sorulara cevap arayacaktır. Varsayalım ki, üretici köyüne dönüp suni tohumlamayı arkadaş çevresine anlatmış olsun. Arkadaş çevresi de ona bu işin günah olduğunu söylemişler ve onu bu kararından vazgeçirmiş olsunlar. İşte burada davranış tutarsızlığını yaratan neden sosyal ortamdır. Yayımcının içinde bulunduğu sosyal ortamda suni tohumlamanın günah olacağı akla gelmezken, üreticinin ortamında sorun olabilir.

9.2.3. Davranış Değişimi ve Değişimin Kaynakları

Hedef kitleyi oluşturan bireylerin sahip oldukları davranış kalıplarını arzulanan yönde değiştirerek, tarımsal faaliyetlerdeki etkinliklerini artırmak gereklidir. Yayımcı, davranışını değiştirmek, yeni bilgi ve beceri kazandırmak istediği bireylerin yaptıkları davranışların nedenlerini açıklamak, açıklamaya çalışmak durumundadır. Aksi halde arzulanan davranış değişikliğini ortaya çıkarmada yetersiz kalacaktır.

Her bir önder çiftçinin yaptığı şeyi neden yaptığını, yapması istenilmeyen şeyi neden yapmadığını anlamak (yani istediğimiz bir davranış yapmasını beklediğimiz kişinin, bugün neden böyle davandığını

bilmek) için, davranışların temelleri, gerekçeleri analiz edilmelidir (Tabor,1989; akt.Özkaya 1996).

Birşeyi yapmak isteyen, ancak nasıl yapıldığını bilmeyen bir kişiyi, bunu yapması için ikna etmeye çabalamanın anlamı yoktur. Aynı şekilde bir yeniliği uygulamak istemeyen bir kişiye onu nasıl yapacağını öğretmek de hiç bir fayda sağlamaz. Örneğin üreticinin sahip olmayacağı (satın alamayacağı) bir makinenin nasıl kullanılacağı konusunda bilgi vermek, yararsız bir çabadır.

ÖRNEK:

a) Üreticinin yeni bir ürün yetiştirmesi, isteniyorsa aşağıdaki konular dikkate alınmalıdır(Özkaya,1996);

⇒ Üretici bu ürünü yetiştirmek istiyor mu? Neden?

⇒ Ürünü ve onu nasıl yetiştireceğini biliyor mu?

⇒ Ürünü yetiştirmek için gerekli olan becerilerden hangilerine sahip? hangilerine değil?

⇒ Bütün girdilere sahip mi? Onları alabilir mi? Hangileri eksik? gibi soruları sormak gereklidir.

b) Ayrıca bir başka örnek olarak sosyo-ekonomik yeniliklerden (organizasyonel-yönetimsel) "**kooperatif kurmak**" için önder çiftçiyi teşvik etmek isteniyorsa, aşağıdaki konular dikkate alınmalıdır;

⇒ Önder çiftçinin bir kooperatif kurulması yönündeki eğilimi nedir?

⇒ Kooperatif kurma ve yönetme konusunda yasalarla ve teknik konularla ilgili bilgisi nasıldır?

⇒ Özel becerilere ihtiyaç var mıdır? Eğer varsa, bu becerilere sahip mi dir?

⇒ Bir kooperatif kurmak veya bu kooperatife girmek için özel girdilere (veya paraya) ihtiyaç var mıdır? Varsa bunlara sahip midir?, gibi sorulara cevap aramak gereklidir.

Bu durumda ortaya konulan davranış, bireyin mevcut eğilimlerine, bilgisine, becerilerine ve elindeki araçlara bağlıdır.

Beklenen davranış ise beklenen eğilimlere, bilgilere, becerilere ve araçlara ihtiyaç gösterir. (Özkaya, 1996). Bu aşağıdaki gibi formüle edilebilir.

Mevcut Davranış = **Kişinin mevcut Eğilimi + Bilgisi + Becerisi + Araçları**

- Şimdiki eğilimi
- şimdiki konu ile ilgili
- sahip olduğu beceriler
- mevcut araçlar, girdiler

Beklenen Davranış = **Kişiden Beklenen Eğilim + Bilgi + Beceri + Araçlar**

- Göstermesini beklediğimiz eğilim
- Konu ile ilgili sahip olmasını istediğimiz bilgisi
- İstenilen davranışı yapabilməsi için gerekli beceriler
- Gereklili araçlar, girdiler

ÖRNEK OLAY

a) Kiralan köyüne (Adana- Karaisalı) Toros Dağ Köyleri kapsamında götürülen Bezostia buğday çeşitinden, denemeler sonucunda çok iyi sonuçlar alınmıştır. Üreticiler bu sonuçları olumlu değerlendirip Bezostia çeşitini ekmeye başlamışlardır. İlk iki-üç yıldan sonra üreticilerin bundan vazgeçmeye başladıkları izlenmiştir. Konu araştırıldığında ilginç bir etken saptanmıştır. Bezostia kılıksız bir buğday çeşitidir. Bölgede fazlaca bulunan yaban domuzlarının kılıksız olması nedeniyle bu çeşite çok büyük zararlar verdiği ortaya konmuştur. Bu nedenle Bezostia yüksek verimli olması ve üreticiler tarafından kabul görmesine rağmen belirtilen nedenle yaygınlaşamamıştır(1997).

b) Bir ülkede yayımcı, yüksek verimli sorgum çeşiti ile bir çok yıl iyi sonuçlar veren domanstrasyonlar (gösteri) kurmuştur. Ancak verimin çok yüksek olduğunu gördükleri halde, çiftçiler yayımcının tavsiyelerini uygulamıyorlardı. Bu nedenle yayımcı çiftçilerin aptallığından söz etmeye başlamıştı. Ancak çiftçilerin bu çeşiti kullanmamalarının altında başka bir neden vardı. Yapılan incelemede bulunan bölgede çiftçilerin bu çeşitin tohumunu elde etmelerinin iklim nedeniyle hemen hemen imkansız olduğunu, ortaya koymuştu. Yeterli tohum üretilmediği için, çok uzak bölgelerden tohumluk

getirmek ise çiftçilere büyük yük getiriyordu. Yayımcı uzunca bir süredir, çiftçilerin eğilimlerini değiştirmek için uğraşıyordu. Ancak çiftçiler üretim için gerekli girdiyi(aracı) temin edemiyorlardı (Tabor,1989,akt:Özkaya 1996).

Ayrıca davranış değişikliğini (DD) etkileyen faktörleri

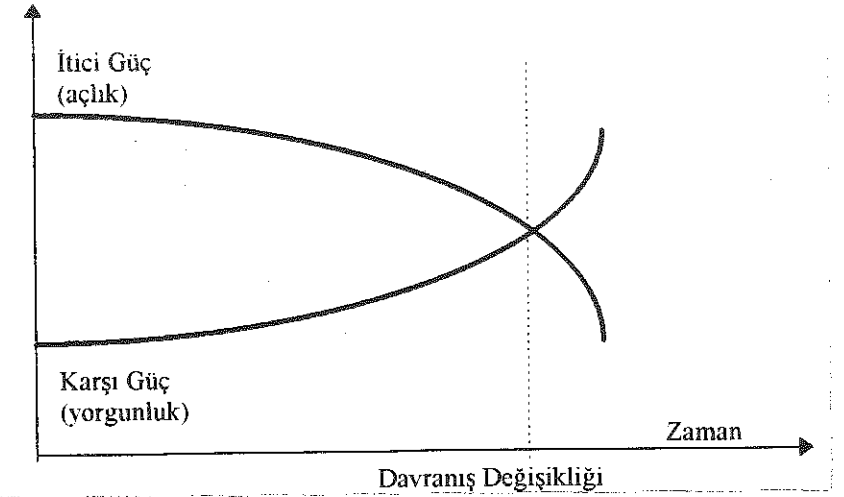
- ⇒ K: kişiye özgü özellikler (subjektif varlığı),
- ⇒ C: kişinin içinde yaşadığı ortamın özellikleri,
- ⇒ D: geçmişte elde ettiği deneyimler,
- ⇒ B: bugünkü koşullar (B) ve
- ⇒ T: geleceğe ait tahminler (T) olarak da sıralayabiliriz.

Bunu basit olarak $DD = f(K,C,D,B,T)$ şeklinde formüle edebiliriz.

Belirtilen etkenler sonucu davranış değişimi ortaya çıkarken, kişi fiziksel ve zihinsel gücünü kullanır. Kişiyi beklenen davranışa doğru çeken (teşvik edici) güçler yanında, bu değişimin ortaya çıkmasını engelleyen karşı güçler de vardır. Eğer beklenen yönde kişi hareket ediyorsa, itici güçlerin etkisinin yüksek olduğu söylenebilir.

Dolayısıyla burada itici güçler ile karşı güçler arasında var olan hassas dengenin, birisi lehine bozulması söz konusudur.

Örneğin yeni bir elbise almak istediğimizde; iyi, güzel ve sağlam bir elbiseye sahip olmanın çekiciliği karşısında, çok para ödemenin geri iticiliğini dikkatle karşılaştırırız (Özkaya, 1996).



Şekil 9.3. İtici ve Karşı Güçlerin Etkileşimi ve Davranış Değişikliği

Şekilde verilen örnekte yorgun olduğu kadar, aç da olan bir kimse için açlık itici bir güçtür. Aynı zamanda başlangıçta açlık, karşı güç olan yorgunluktan daha fazladır. Bu durumda yemek yenir, yedikçe itici güç azalır, tersine karşı güç yani yorgunluk artar. Yorgunluk açlıktan daha güçlü olduğu an yemek yeme durdurulur ve dinlenmeye başlanır. Bu, yukarıdaki grafikte iki gücün kesiştiği yerdir ve bir davranış değişikliği anlamına gelmektedir.

Bir çiftçinin yapması gerektiğini düşündüğümüz bir şeyi yapmadığı zaman, karşı (kısıtlayıcı) güçlerin toplamının, itici güçlerin toplamından daha büyük olduğu şeklinde değerlendirilir.

ÖRNEK

Bir zeytin üreticisinin *belirli bir zamanda, belirli miktarda gübre vermesini*, isteyen bir yayımcı, aşağıdaki güçleri dikkate almak durumundadır(Özkaya, 1996). Bu durumda karşı ve itici güçlere aşağıdaki örnekler verilebilir.

a- Karşı (Kısıtlayıcı) güçlere örnekler:

- Üretici gübre için harcayacağı parayı, verim artışı ile alamayabileceğini düşünür.

- Zeytin yerine pamuğa verdiği gübreyi artırırsa buradan daha büyük kazanç sağlayacağını düşünür.
- Çocuğunun doktora götürülmesi gerekmektedir. Bu masraf onun için zeytine vereceği gübreden daha acil ve önemli gelmektedir.
- Babası da zeytin yetiştirmektedir, fakat o hiçbir zaman gübre vermez.
- Zeytin gübre vermesi gerektiği zaman, başka bir ürünün hasadı ile (veya bir düşün işi ile) çok meşguldür.

b- İtici güçlere örnekler

- Eğer doğru bir şekilde gübrelerse, zeytinden daha yüksek bir verim/kazanç beklemektedir.
- Komşuları da zeytini gübrelemektedir.
- Eğer zeytini gübreleme, yayımcı başkadan düşük faizli kredi bulacağına söz vermiştir.
- Köy toplumu içinde sivrilmek istemektedir. Bu nedenle köyde en iyi zeytinliklerin ve en iyi verimin kendisinden olmasını beklemektedir.
- Zeytin son yıllarda çok iyi fiyatla alıcı bulmaktadır.

Söz konusu zeytin üreticisi zeytinde gübreleme yapmak veya yapmamak kararını verirken her iki karşıt gücü karşılaştırmış demektir.

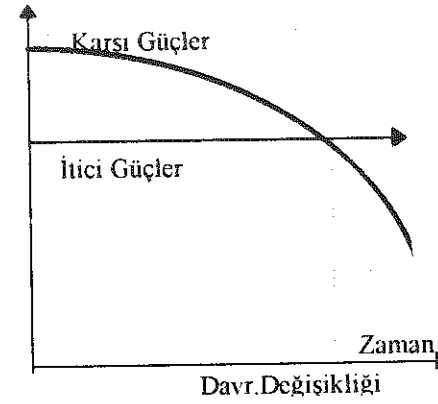
İtici güçler, karşı güçlerden büyükse, üretici gübre kullanacak; tersi durumda ise kullanmayacak, dolayısıyla, yayımcının tavsiyesine uymayacaktır.

Yayımcı önerisine uyulmasını sağlamak için;

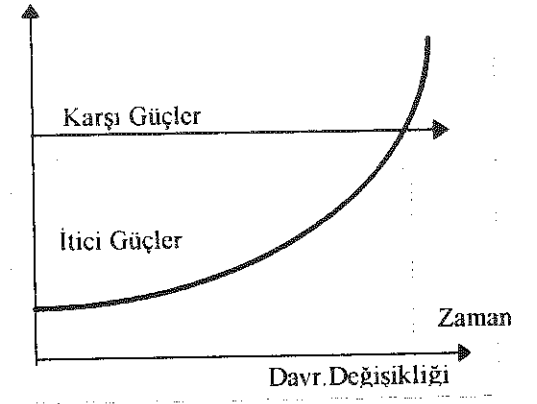
1- İtici güçleri artırabilir (Şekil 9.4)

2- Karşı güçleri zayıflatabilir(Şekil 9.5).

Genellikle bunlardan ilkinde, diğerine göre daha kolay ve çabuk sonuç alınır.

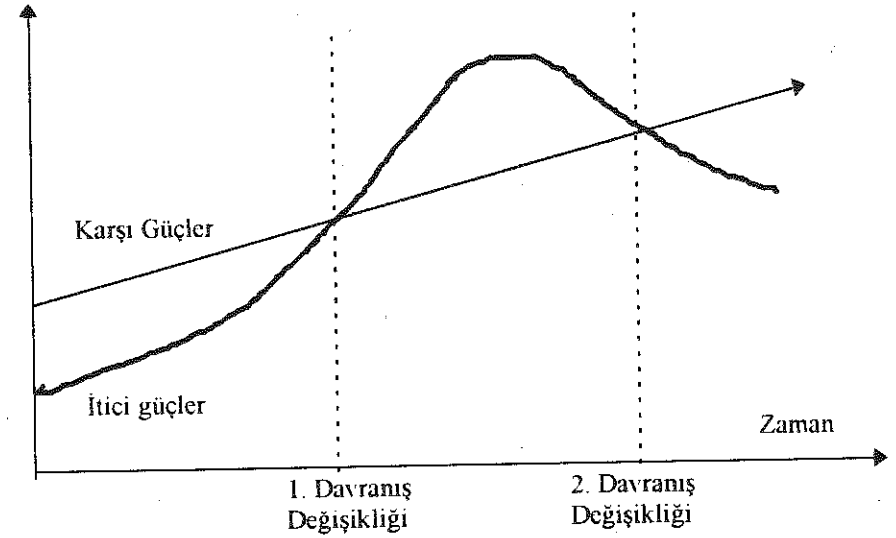


Şekil 9.4. Karşı Güçleri Azaltmak



Şekil 9.5 İtici Güçleri Artırmak

Yayımcı itici güçleri hakim kılmak için üreticiye olağanüstü sözler vermiş, yada söylediklerini yapmaz ise üreticiye bir daha hiç bir konuda yardım etmeyeceğini belirtmiş ve bu şekilde bir değişim sağlamış ise, bu değişim uzun süreli (istikrarlı) olmayacaktır. Dış etki, yani yayımcının baskısı kalkar kalkmaz önceki davranışına çiftçi dönecektir(Şekil 9.6).



Şekil 9.6. Daha Güçlü Karşı Güçlerin Etkisiyle Eski Davranışa Dönme

Bu durumda çiftçinin korku ve şüphelerini dağıtmak, karşı güçleri zayıflatmak yönünde uğraş vermek gerekir. Bunu başardığımızda üretici kendi kendine gübrelemeye karar verecektir. Bu şekilde verilen karar sonucunda olumsuz sonuç alınsa dahi, yine aynı uygulamayı sürdürebilecektir. Dolayısıyla kendi iradesiyle ve dış güçlerin etkisi olmadan alınacak karar geri caymayı da önemli ölçüde engellemektedir.

9.2.4. Davranış Değişimi Aşamaları

Davranışın değişiminde itici ve karşı güçlerin karşılıklı etkileşim halinde olduğu belirtilmişti. Bu etkileşim 3 aşamalı bir süreçte kendini göstermektedir(Şekil 9.3.) Bu aşamalar:

- 1- Mevcut dengeyi bozma
- 2- Yeni denge seviyesine doğru ilerleme
3. Yeni kazanılan davranışı sağlamlaştırma

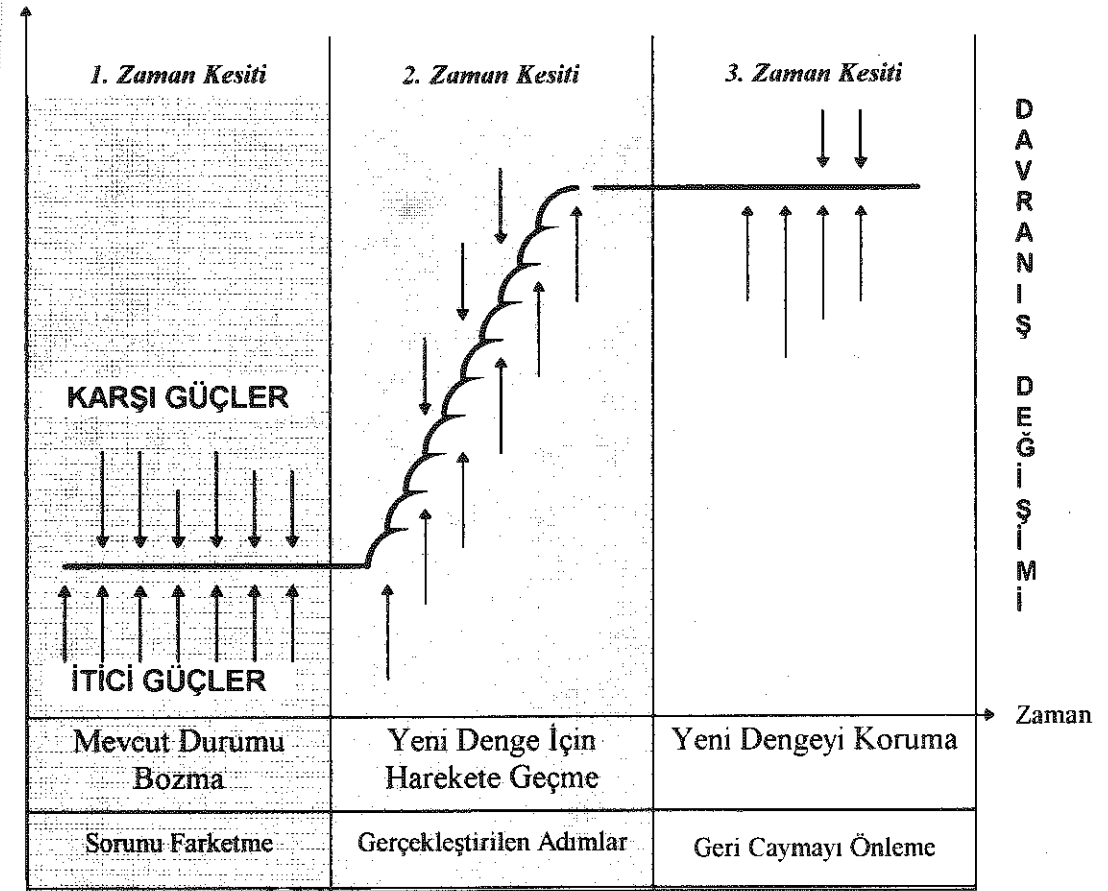
Yayımcı mevcut dengeyi bozmak için girişimde bulunmadan önce, itici ve tutucu güçleri çok iyi analiz etmelidir. Daha sonra bu güçler önceki bölümde verilen örnekteki gibi gruplandırılmalıdır. Böylece hangi faktörlerin beklenen davranış değişimine olanak tanıyacağı üzerinde daha rahat karar verilebilir.

Yayımcı mevcut dengeyi bozarken, beklenen davranış yönünde değişikliği kolaylaştırmalı ve çiftçiyi cesaretlenmelidir.

Mevcut denge:

1. İtici güçleri ileri düzeye getirerek
2. Karşı güçleri azaltarak
3. Her iki gücü birlikte amaca uygun kullanarak bozulabilir ve yeni denge için harekete geçiş sağlanır.

Uygulamada ilk iki aşamadan sonra, üçüncü aşama pek önemsenmez. Oysaki bu aşamada dengeyi korumak çok önemlidir. Çünkü sağlanan davranış değişikliği, olumsuz bazı etkenler (iklim koşulları, zamanlama vd) nedeniyle terkedilebilir ve başlangıçtaki duruma dönülebilir. Böyle bir durum karşı güçlerin daha da güçlenmesine yol açabilir ve daha sonraki çabalar beklenen etkiyi ortaya çıkaramayabilir. Bu nedenle üçüncü aşamada dengeyi korumak için yayımcılar, üreticileri sürekli kontrol etmeli, onları cesaretlendirmeli ve kendine güvenlerini artırmalıdır.



Kaynak: BMZ. 1987.

Şekil 9.7. Davranış Değişimi Aşamaları

Şekil incelendiğinde birinci aşama ile üçüncü aşama arasında bir seviye farkı görülmektedir. Bu bir davranış değişikliğini ifade etmektedir. Örneğin bir yeniliği benimsemekle üretici, bulunduğu ekonomik statüden daha yüksek bir statüye ulaşmış olacaktır. Çünkü üretici yeni teknolojiyi uygularsa ürettiği ürünlerin verimi veya kalitesi de artacaktır. Büyük bir olasılıkla geliri de artacağından, ekonomik açıdan daha üst düzeydeki bir gelir seviyesine ulaşmış olacaktır. Yeniliğin benimsenmesiyle kazanılan bu yeni dengenin korunması gerekecektir. Bu dengenin korunmasında(geri caymayı önlemede) yayımcıya çok büyük görevler düşmektedir. Hatta bize göre üreticinin yeni dengesini korumak yani onun geri caymasını önlemek diğer aşamalar kadar önemlidir.

Yine aynı şekil incelendiğinde ilk aşamada, yayımcı çok dikkatli olmalıdır. Çünkü bu aşamada üreticiden, yıllardır uyguladığı tarım tekniğini bırakıp, onun yerine yeni bir tekniği uygulaması istenmektedir. Halinden memnun veya sorunu olmadığı inancına sahipken, yayımcı gelip üreticiye; "*-Şu teknolojiyi uygula!*" demekle, ona yeni sorun yaratmış, sorununun farkına vardırması olmaktadır. Gerçekten bu andan itibaren daha fazla ürün elde etmek, çiftçi için sorun (rahatsız edici) olmaya başlıyor. İşte üreticinin bir yandan yeni teknolojinin getireceği olanakların baskısı ve diğer yandan uygulamaya geldiği eski teknoloji ile ilgili alışkanlıkları ve deneyimleri nedeniyle mevcut denge sorgulanmaya, rahatsızlık duyulmaya başlıyor. Burada yeniliği benimserken bildiği eski teknolojiyi kullanabilme becerisine sahip olmanın avantajı ve yeni teknolojinin getireceği riskler ve belirsizlikler nedeniyle yeniliğe karşı dirençler oluşabilecektir. Eğer üretici muhafazakar ise bu dirençler daha şiddetli olabilecektir. Bu

nedenle yayımcı ilk aşamada çok dikkatli olmak zorundadır. Üreticinin mevcut durumunu bozmada acele etmemelidir. Üretici tutucu bir yapıya sahip ise ve mevcut durumu hemen bozulmaya kalkılırsa ve yenilik acele uygulattırılırsa yenilikten geri cayma olasılıkları da o derece fazla olur. Bu nedenle yayımcılar birinci aşamada yenilikleri benimsetirken çok acele davranmamalıdır. Hiç olmazsa üreticiye, yeni teknolojiyi uygulamasının kendince bir muhasebesini yapma fırsatı verilmesi yararlı olacaktır. Konu bir örnekle açıklanırsa daha iyi anlaşılacaktır. Bu örnek olayda yayımcı başından geçen bir olayı anlatıyor.

ÖRNEK OLAY:

Sorumluluk alanımdaki bir köydeki bir üreticinin koyunu topallıyordu. Hastalığı anladım. Yüksek ateş yapan bir hastalıktı. Üreticiye; "-Koyuna mutlaka ilaç vermek gerekiyor, aksi halde koyun ölecek!", dedim.

Üretici; "-Boşver, kendi kendine iyileşir.", dedi. Bir süre sonra koyun öldü ve hastalık diğer hayvanlara da bulaştı. Üretici hala yaklaşık 4 dolarlık ilaç için masraf yapmak istemiyordu. Ben ilaçları aldım ve büromun hemen görülebilecek bir yerine koydum. Üretici bir gün büroma geldi ve içeri girer girmez, ilaçları farkettiler. Bunların ne olduğunu, neye yaradığını sordu.

"-Bunlar senin koyunlarını iyileştirmeye yarayan ilaçlar", dedim. Onunla gitmemi ve koyunlarını iyileştirmemi istedi. İlaç parasını peşin ödemesi halinde gelebileceğimi söyledim. Üretici ise; "-önce koyunlarımı iyileştir, sonra ödeme yapayım.", dedi.

İlaçları koyunlara uyguladım ve bir süre sonra iyileştiler. Bunun üzerine üretici ilaç parasını ödedi. "-Eğer daha önce bu ilacı kullanmanı istediğimde kullansaydın, şimdi daha çok koyunun olacaktı.", dedim. Üretici ise;

"-Kusura bakma benim yeterli eğitimim yok. Bu nedenle sen bana bilgi ve cesaret vereceksin ki bende doğru olanı yapacağım.", diye görüşünü dile getirdi.

Bu örnekte üretici, hasta olan koyunlarının kendi kendine iyileşeceğine inanıyordu. Yani kadercı idi. Kadercilik (herşeyi oluruna bırakma, kendi irade ve eylemiyle değişim sağlayamayacağına inanma), yeniliklerin benimsenmesini güçleştiren bir engeldi. Bu değer yargısına sahip üretici koyunları ölmesine rağmen, sorunun farkında değildi. Fakat yayımcı, sorun hakkında uyardı, uygulayacağı ilaç tedavisi ile koyunlarının ölmesinin önleneceğini ona söyledi. O, zamana kadar ölümler sorun olmazken, şimdi sorun oldu ve bu sorunun muhasebesini yaptı. Sonuçta yayımcının bürosuna kadar gelerek ilaçların uygulanmasını istedi. Yani yeni tekniği uygulamaya karar verdi. Şayet burada yayımcı, üreticiye düşünme zamanı vermeyipte gördüğü anda ilaç kullansaydı, belki de o üretici koyunların yine kendiliğinden iyileştirildiğine inanmakta devam edecekti. İşte burada yayımcı, hemen yeniliği kabul ettirmeye kalkışmamakla, yeniliğin uygulanması için üreticiye bir karşılaştırma yapma olanağı tanımıştır. Yani önce tutucu güçlerin etkisini azaltmış, sonra itici güçleri artırarak bunları kullanmış ve yeniliği benimsetmiştir. Dolayısıyla istenen davranış değişikliğini gerçekleştirmiştir.

9.3. Yayım ile Araştırma Bağı ⁽¹⁾

Araştırma ve yayım birbirini bütünleyici çok önemli iki ögedir. Her iki birim de üreticilere hizmet etmek dolayısıyla ülke tarımının gelişmesine katkıda bulunmak amacıyla faaliyette bulunmaktadır.

Araştırma ile yayım birimlerinin faaliyetlerini birbirinden kopuk olarak yürütmeleri araştırma bulgularının üretici koşullarına uygun

⁽¹⁾ Özçatalbaş, 1994.

olmaması (TOKB, 1987) gibi olumsuz sonuçlar ortaya çıkarmakta ve götürülen hizmetlerin etkinliğini ve sürekliliğini engellemektedir.

Aynı şekilde araştırma birimlerinin birbirleri arasındaki yetersiz işbirliği araştırmaların tekrarına (dublikasyon) dolayısıyla zaman ve maddi kaynak kaybına neden olmaktadır.

Bugün tarımsal kalkınmanın, araştırma ve yayım arasındaki bağ ile yeni tarımsal teknolojilerin kırsal alana transfer edilecek sağlanabileceği konusunda temel bir uzlaşma vardır (Swanson ve ark, 1990).

Yayım ve araştırma başarılı bir çalışma için birbirine bağımlıdır. Yayım, araştırma birimlerinin bulgularını ve teknik sorunlara yönelik çözümlerini çiftçilere öğretmek için, araştırma ise çiftçinin güncel sorunlarından haberdar olarak onlara ilişkin denemeler kurmak, araştırma konusunu güncel sorunlara cevap verecek şekilde belirlemek için, birlikte çalışmak durumundadır (Benor ve ark., 1984).

Aynı şekilde 1989 yılında Roma'da toplanan dünya yayımcıları, tarımsal yayımın başarısında en önemli 3 konudan birisini *"Araştırmaya dayanmayan, araştırmadan beslenmeyen bir yayım örgütünün, etkinliğinin ve programının başarı şansı yoktur"* şeklinde belirtmişlerdir (Taluğ, 1992). Buna göre dünya genelinde yayımcıların görüşbirliğine vardıkları en önemli 3 konudan biri de, yayım ile araştırmanın birlikteliğinin sağlanması ve aralarında güçlü bir bağın kurulmasındaki gerekliliktir.

9.3.1. Araştırma Bulguları ve Ekonomik Yarar

Özellikle tarımsal araştırmalarda tarımın biyolojik yönüne ağırlığın verilerek, ekonomikliğin gözardı edildiği durumlarda araştırma bulgularının üreticiler tarafından uygulanmasında önemli sorunlar ortaya çıkmaktadır.

Yeni bir teknolojinin veya bir bulgunun üreticiler tarafından kabul görebilmesi için uygulanması herşeyden önce söz konusu yeniliğin

kullanılan teknolojiye göre daha fazla (ekonomik anlamda) yarar sağlanmasına ve üreticinin sosyo-ekonomik yapısına uygun olmasına bağlıdır. Bu nedenle araştırma birimlerince oluşturulan teknolojik paketlerin, mutlaka ekonomik yararlılığını ortaya koymak için analiz yapılmalıdır.

Analiz sonuçları bir araştırma bulgusunun kullanılan yöntemle göre ekonomik açıdan üreticiye yarar sağladığını ortaya koyuyorsa, yararın elde edildiği düzey öneri paketlerine girecek şekilde yayım birimlerine ulaştırılmalıdır.

Araştırma olanakları (koşulları) üretici olanaklarına göre farklıdır. Buna göre araştırma biriminin üretici koşullarına uygun ve yararlı teknolojileri oluşturarak, üreticilere sunulmak üzere yayım birimlerine ulaştırabilmesi için 3 önemli konunun dikkate alınması zorunluluğu vardır. Bunlar;

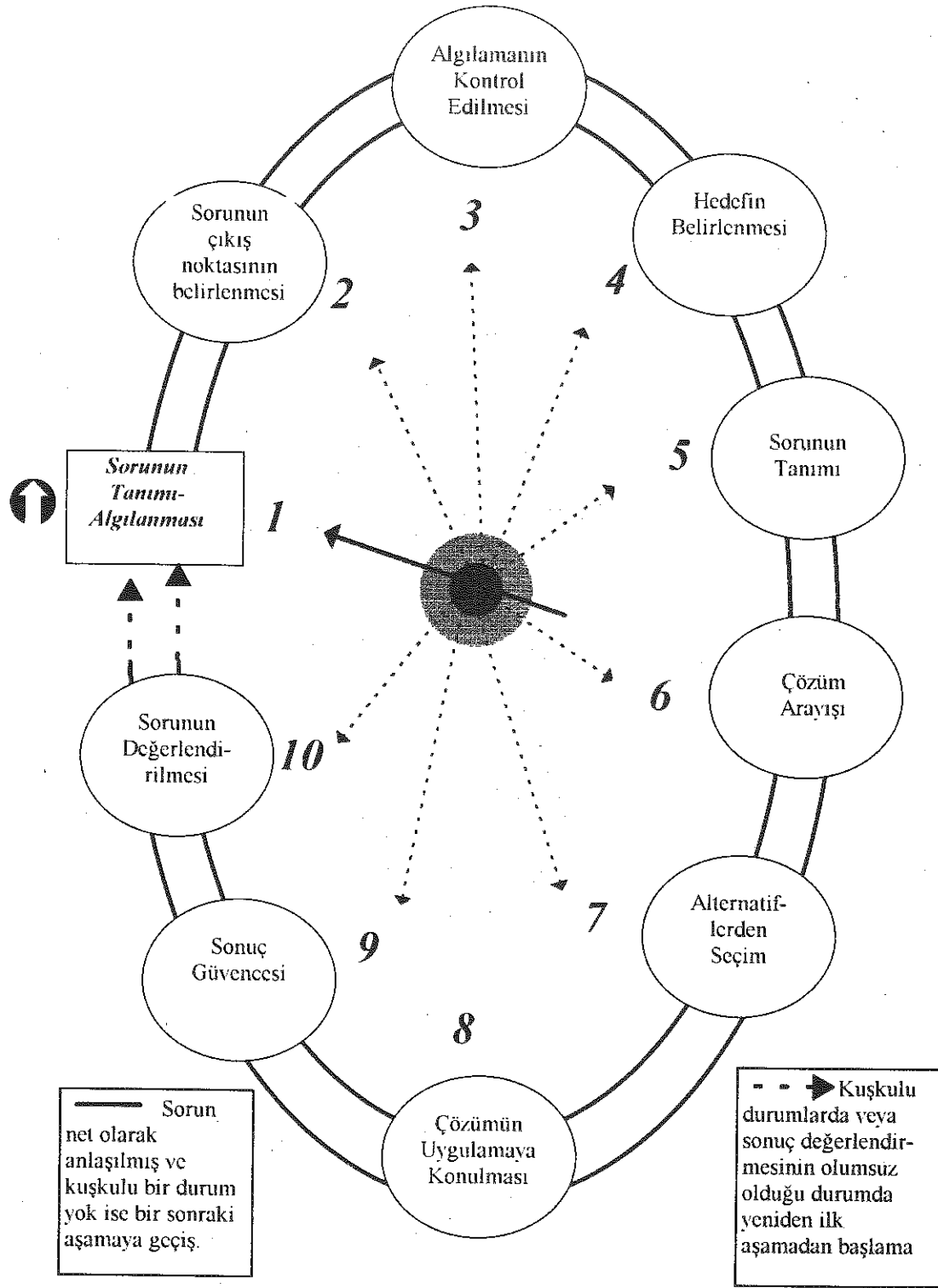
- 1) Araştırmalarda, kullanılan girdilerin ve mekanizasyonun üretici koşullarıyla karşılaştırılarak, üreticilerin sahip oldukları veya sahip olabilecekleri koşullara göre araştırmaların düzenlenmesi ve böylece üretici koşullarına uygun teknoloji üretiminin sağlanması,
- 2) Araştırma bulgularının üreticilerin kullandıkları yöntem ve uygulamalara göre ekonomik olarak daha fazla yarar sağlayıp sağlamadığının saptandıktan sonra yayım birimlerine sunulması,
- 3) Araştırmaya alınacak konuların, üreticilerin güncel sorunlarını çözümlenici, ihtiyaçlarını gidermeye yönelik olması ve o konuda kırsal alanda var olan yerel bilginin (indigenous knowledge) toplanarak, değerlendirilmesi ve araştırmaya yöntem ve içerik bakımından yararlı olacak hale getirilmesidir.

9.3.2. Araştırma Birimlerinin Birbirleriyle ve Yayım İlişkisi

Araştırma birimlerinin kendi aralarındaki (araştırma-araştırma) ilişkilerin ve yayım birimleriyle (araştırma-yayım) olan ilişkilerinin geliştirilmesi, hedef kitle olan üreticilerin kaynaklarını geliştirmelerine olanak tanıyacak araştırma bulgularının, üretici koşullarına uygun olarak üretilmesine yardımcı olacaktır. Ayrıca araştırma birimlerinin kendi aralarındaki ilişkilerinin güçlendirilmesi aynı konulu araştırmaların birden fazla birim tarafından tekrarlanmasını önleyecektir.

Swanson ve ark.(1990), tarafından yapılan bir çalışmada 123 ülkenin tarımsal yayımdan sorumlu müdürlerinin, ülkelerindeki araştırma ve yayım arasındaki bağın ne kadar güçlü olduğu konusundaki görüşleri alınmıştır. "İki birim arasındaki ilişkiler güçlü" seçeneği en fazla benimsenmiştir(%49). Bunu "İyiye yakın" (%33) ve "Zayıf" (%15) seçenekleri izlemiştir. Araştırma ve yayım arasındaki bağı çok zayıf olarak belirtenlerin %1 ve çok güçlü olarak belirtenlerin oranı ise % 9 olarak belirlenmiştir. Görüldüğü gibi iki birim arasındaki bağı mükemmel olarak belirtenlerin oranı yaklaşık 1/10 gibi küçük bir değerdir.

Bu nedenle araştırma-araştırma ve araştırma-yayım arasında etkin bir işbirliği ile birimler arasında organik bir bağ kurularak belirtilen olumsuzlukların ortadan kaldırılması sağlanabilecektir (Şekil 9.4). Bu bağın mükemmel düzeyde kurulması için mümkün olan tüm çabalar harcanmalıdır.



Şekil 9.9. Üretici Sorunlarının Çözümünde Aşamalar

2. İkinci aşama üreticinin sorunlarını yayımcıya aktardığı aşamadır. Bu aşamada hareket veya başlangıç noktasındaki durumu tanımak söz konusudur.

3. Üçüncü aşamada yayımcı sorunlar hakkında üretici gibi düşünüp düşünmediğini kontrol eder. Yani o da üretici gibi algıladı mı? yoksa farklı mı algıladı? Bu durum, hataları tekrar kontrol etme ve yorumlama olanağı sağlar. Bu kontrolü sağlayacak çeşitli kaynaklardan yararlanılabilir.

4. Dördüncü aşama, hedefin belirlenmesi aşamasıdır. Bu aşamaya, üretici ile yayımcının sorun hakkında aynı veya benzer görüşleri paylaştıkları zaman geçilir. Şayet üretici ile yayımcı sorun hakkında aynı görüşü ve verileri paylaşmıyorlarsa, bir önceki aşamada nedenleri araştırılmalıdır. Bilindiği gibi sorunları algılama kişiye göre değişebilir. Sorunlar farklı algılanmaz ise gerek yayımcının ve gerekse üreticinin cesareti artar. Hedefler üreticilerin ihtiyaçlarına, beklentilerine ve isteklerine uygun şekilde düzenlenmelidir.

5. Beşinci aşama, nedensellik analizi ve sorunların tanımlanması aşamasıdır. Sorunların iyi tanımlanabilmesi, çözümü için uygun önlemler alınmasına yardımcı olur. Bu nedenle her bir sorun üzerinde özenle durulmalı, çözümü için gerekli koşullar üzerinde durulmalı ve kesin olarak soruna tanımlama getirilmelidir. Örneğin kuraklıkla ilgili bir sorun olsun. Bu kuraklık yağış yetersizliğinden mi kaynaklanıyor. Yoksa yağışların dengesiz dağılışından mı kaynaklanıyor? Veya sorun geçici mi? Bunlara benzer nedenleri analiz ederek ve nedenleri belirleyerek sorun tanımlaması bu aşamada yapılır.

6. Altıncı aşama, tanımlanan sorun(lar)a çözüm yolları arama aşamasıdır. Bu aşama tüm zihinsel ve fiziksel gücün yoğunlaştırılması gereken çok önemli bir aşamadır. Dolayısıyla sorun çözümündeki en önemli aşamalardan biridir. Zira bundan sonraki aşamaların geçilme hızı ve isabeti bu aşamaya dayanır.

Beşinci aşamada, sorun olarak belirlenen kuraklığın giderilmesi için baraj yapımı bir çözüm yoludur. Ya da yeraltı suyundan yararlanma başka bir çözüm yolu olabilir. Bu çözüm yollarını amaçlar doğrultusunda belirlemek gerekir.

Eğer soruna çözüm bulunamıyorsa, çözüm yolları gösterilemiyorsa, amaçların veya sorunun tanımda yetersizlik var, demektir. Sorunların çözümünde dikkate alınacak bir konu da önerilen çözüm yollarının başarısızlığı halinde beraberinde ne gibi sorunlar yaratabileceğidir. Ayrıca belirlenen çözüm önerilerinden daha iyisi olup olmadığını da bir kez daha kontrol etmek gerekir. Çözüm yolu çok cazip ve başarı şansı da fazla olmasına rağmen, olası engeller dikkate alınmamış ise başarı şansı da azalır.

İşte söz konusu olan bu altıncı aşamada, çeşitli çözüm yolları gerekçeleri ile birlikte iyice belirlenmelidir.

7. Yedinci aşamada belirlenen çözüm yolları içinden ayıklama yapıp, uygun görülen bir iki çözüm yolu seçilir ve bunların olası sonuçları da düşünülür. Bu aşama da yayımcı tüm mesleki ve teknik bilgilerini ortaya koymak zorundadır. Oysa seçilmiş çözüm yollarını uygulamaya konulmadan sonuçları hakkında çok isabetli tahminler yapmak güçtür. İşte bu nedenle yayımcı bu güçlüğe rağmen bir kaç alternatif çözüm yolunun sonuçlarını tahmin etmek zorundadır.

8. Sekizinci aşamada artık seçilen çözüm yolunu gerçekleştirmek, uygulamaya aktarmak gerekir. Yani sekizinci aşamada belirlenen çözüm önerilerinden biri uygulanır.

9. Dokuzuncu aşamada ise sonuçlar ortaya dökülür. Bu sonuçlar olumlu veya olumsuz da olabilir. Önemli olan bunların titizlikle belirlenmesidir.

10. Son aşama ise, elde edilen sonuçlara göre değerlendirme işleminin yapıldığı aşamadır. Başlangıçta belirlenen amaçlara ve hedeflere ne derece ulaşıldığı veya ulaşılmadığı ortaya konur. Hedeflere ulaşılmamış ise nedenleri üzerinde durulur ve değerlendirmesi yapılır.

10.

ÖĞRETİM TEKNİKLERİ

Tarımsal yayımın amacı olan davranış değişikliğini gerçekleştirebilmek için, üreticilerin bilgi, beceri ve tutumlarında değişim meydana getirmek gerekir. Bunu tarımsal yayımda sağlayabilmek için birçok öğretim tekniğinden (yayım yönteminden) yararlanılır (Taluğ ve Tatlıdil,1993). Evrensel olan bu teknikler toplumdaki bölgeden bölgeye, hatta bireyden bireye farklılık gösterir. Hatta zamanla birey ve toplumda meydana gelen değişiklikler öğretim yöntemlerinin etkinlik derecesini de değiştirir. Öğretim yöntemleri iyi seçilmediği veya iyi uygulanmadığı durumlarda yayım çalışmalarında başarı olasılığı zayıftır (Taluğ,1981).

Bu yöntemler, biçimlerine göre yazılı, sözlü ve göstermeye dayalı (göze hitabeden) olarak incelenebileceği gibi; kullanışlarına (katılanların sayısına) göre de kişisel, grupsal ve kitlesel öğretim yöntemleri olarak incelenmektedir. Ayrıca amaca, yani hangi davranış türlerinde hangi tekniklerin etkili olma durumuna göre tutum ve bilgi değişimine neden olan ve beceri kazanmaya etkili olan yöntemler olarak sınıflandırılabilir⁽¹⁾.

⁽¹⁾ *Tutum (attitude)*: Tavır almak; belli bir davranış biçimini benimsemek (TDK, 1992). Bireyin nesnelere veya davranışlara karşı tepkisini belirleyen, deneyimleriyle örgütlenmiş, duygusal ve zihinsel bir yeteneği yada eğilimidir. Yani bireyin bir şey (kişi, grup, kurum, sorun) yada belirli bir durum (olay, faaliyet) karşısında nasıl hareket edeceğini inançları (bilgi, duygu, tavır ve hareket) belirler, bu ise tutumdur. Tutumların esas unsuru inançlardır (Dönmezer,1982). *Beceri (skill)*: Bireyin yatkınlık ve öğrenime bağlı olarak bir işi başarma ve bir işi amaca uygun olarak sonuçlandırma yeteneği, yapılması güç olan alıştırmalara yatkın olma, elinden iş gelme, maharet, ustalık (TDK, 1992).

Bu kitapta öğretim teknikleri kullanışlarına göre incelenmiş ve bu sınıflandırma esas alınmıştır. Tarımsal yayım çalışmalarını planlayabilmek için hangi davranış türlerinde hangi tekniklerin etkili olduğunu bilmek gerekir. Öğretim tekniklerinin hangi davranış biçimlerini etkilediği incelendiğinde, üreticiye beceri kazandırmada kişisel yöntemlerin en etkili olduğu, grup yöntemlerinin tutum değişiminde ve kitlesel yöntemlerin ise daha çok bilgilendirme (bilgi edinme) konularında etkili olduğu (Bayındıroğlu,1987b) söylenebilir. Bu nedenle yayım hizmetinin sunulmasında kullanılan öğretim yöntemleriyle üreticilerin etkileşimleri ve bu yöntemlerin etkinlikleri üzerinde durulmuştur.

Çizelge 10.1. Haberleşme Araçlarının Etki Alanları

Amaçlar	Etkiler (*)	Kitle iletişim araçları (mass-media)	Ders (lecture)	Gösteri (demonstration)	Grup tartışması	Bireysel yaklaşım
Yenilikler hakkında genel bilgi ulaştırma		XXX	XX	XX	*	*
Kendi kişisel sorunların dan haberdar olmak (sorunun farkına varmak)		*	X	X	XXX	XXX
Bilginin yayılması		XXX	XX	X	X	XX
Davranış değişimi		*	*	X	XXX	XX
Çiftçinin öğrenme sürecinin yüksekliği		*	*	X	XXX	XX
Çiftçi hakkında bilgi alma		*	*	X	XXX	XX
Çiftçi sorunları üzerinde yoğunlaşma		*	X	X	XX	XXX
Özet bilgi verme		XXX	XX	*	X	X
Çiftçi başına maliyet		*	X	X	XX	XXX

Kaynak: Satta, M., 1991.

(*) Etkileme dereceleri

- XXX : Yüksek
 XX : Orta derecede yüksek
 X : Orta derecede düşük
 * : Düşük

Çizelge 10.1'de dikkate alınan amaçlara göre haberleşme araçlarının etkileri gösterilmiştir. Buna göre bilgi ulaştırma, bilginin yayılması ve özet bilgi vermede kitle iletişim araçlarının; sorunun farkına varma, davranış değişimi, öğrenme ve bilgi alma konularında grup tartışmasının; yine sorunun farkına varma ve çiftçi sorunları üzerinde yoğunlaşma konularında bireysel yöntemlerin etkilerinin yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

10.1. Bireysel Öğretim Teknikleri

Bireysel öğretim teknikleri (individual methods) dünyada gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde en yaygın kullanılan (% 43) tekniklerdir (grupsal % 41, kitlesel % 16).

Avrupa ülkelerinde bireysel yöntemlerin kullanım oranı % 57, Asya-Pasifik ülkelerinde % 48 ve Türkiye'nin de içinde bulunduğu Yakın doğu ülkelerinde ise % 45'tir. Yayım planlayıcıları için bireysel, grupsal ve kitlesel yöntemleri zaman ve olanaklar dikkate alınarak uygun şekilde bütünleştirmek, hala devam eden önemli bir uğraştırıdır (Oakley ve Garforth,1988;Swanson ve ark.,1990). Yayım elemanının başlıca sorumluluğu öğretimdir. O halde yayım elemanı sorumlu olduğu bölgedeki bireylerin bilgi ve becerilerini geliştirmek için, koşullara en uygun öğretim yöntemlerini kullanmak durumundadır. Yayım çalışmalarından elde edilen deneyimlere göre, bilgi ne kadar çok yol ile üreticiye sunuluyor ise öğrenme o kadar kolay olmaktadır. Bu nedenle birden fazla yöntemin kullanılması uygun olacaktır(Laind,1972; akt:Kang ve Song,1984).

Bireysel teknikler yayımcı ile üreticilerin karşılıklı ilişkiler kurmasına olanak vermektedir. Bazı yöntemlerde tek yönlü bilgi akışı olduğu halde, bu yöntemde karşılıklı (iki yönlü) bilgi akışı sağlanmaktadır. Teknik konuların benimsetilmesinde organize bir grubun yönetilmesi ile ilgili önerilerde, bir toplantının veya bir programın hazırlanmasında, özellik arzeden bilgilerin dağıtımında, tarımsal kuruluşlarla işbirliği yapacak önder üreticilerin seçiminde ve eğitilmelerinde, diğer yayım çalışmalarının örnek olabilecek yayım programlarının uygulanmasında, bireysel yayım yöntemlerinden geniş ölçüde yararlanılmaktadır.

Bu amaçlar doğrultusunda yapılacak kişisel görüşmeler, formal (resmi) ve enformal (resmi olmayan) şeklinde gruplandırılabilir.

Formal görüşmeler, belli bir kural içinde ve önceden öngörülüp ayarlanmış görüşmelerdir. Bunlar ya yayımcının bürosunda veya çiftçinin işletmesinde yapılır. Genellikle somut sorunları veya bu sorunlarla ilgili çözüm yollarını belirlemek amacıyla yapılır.

Enformal görüşmeler ise mahalli bayram, eğlence, dini törenler ve tatil günleri gibi durumlarda tesadüfen yapılan görüşmelerdir. Böyle durumlar üretici ile karşılaşan yayımcı için, üreticilerin sorun ve isteklerini öğrenme açısından iyi bir fırsattır.

Ancak bu yöntemlerin birbirini destekleyecek şekilde organize edilmesi ve öğrenmeye yardımcı olacak görsel ve işitsel öğretim araçlarının da kullanılması başarıyı artıracaktır.

Bireysel öğretim yöntemleri grupsal yöntemlere göre daha masraflıdır. Ancak görüşmenin üreticinin evinde veya işletmesinde

yüz-yüze (karşılıklı) gerçekleştirilmesi nedeniyle öğretim için en uygun ortamı sağlamaktadır.

Aşağıda önemli bireysel öğretim yöntemleri verilmiştir.

- 1- İşletme ve Ev Ziyaretleri
- 2- Büro Görüşmeleri
- 3- Telefon Görüşmeleri
- 4- Özel Mektuplar
- 5- Tarla Bayrağı

10.1.1. İşletme ve Ev Ziyaretleri

Ziyaretler, üreticinin tarımsal konularda ihtiyaç duyduğu yardım isteğini yerine getirmek, ihtiyaçlarını ve sorunlarını tanınmasına yardımcı olmak, çeşitli tarımsal tekniklerin uygulama sonuçlarını izlemek veya bir pratiği anlatmak, üretici yayımcı işbirliğini güçlendirmek amacıyla yapılır. Ancak ziyaret yapılmadan önce, ziyaretin yukarıda açıklanan amaçlardan hangisi için yapılacaksa ona göre önceden bir hazırlığın yapılması gerekir. Çünkü ziyaret edilecek işletmelerin toprak özellikleri arazi genişlikleri, hayvan varlıkları, büyüklükleri, sahiplerinin kişisel ve ailevi durumları ile örf ve adetleri bilinmelidir. Bu bilgiler elde edildikten sonra ziyaret daha önce saptanan amaç doğrultusunda planlanmalıdır. Bunun için yayımcı öncelikle daha önce oraya yaptığı ziyaretleri hatırlamalı, bu ziyaretlerde anlatılan bilgilerin dışında ihtiyaç duyulacak bilgileri belirlemelidir. Ayrıca uğrayacağı çiftçileri belirleyip, zaman kaybını önlemelidir.

Ziyaret sırasındaki konuşmalar çok önemlidir. Mümkün olduğunca sempatik, dostane ve yumuşak olunmalı ve güçlü bir ilişkinin temelleri atılmaya çalışılmalıdır. Böylece üreticinin güveni kazanılmalıdır. Görüşmeye bir hizmet niteliği verilmeli ve üreticiye tarımsal yenilikleri uygulamada arzu uyandırılmalıdır. Üreticiden ayrıldıktan sonra ziyaret sırasında yapılan görüşmeleri destekler nitelikte faydalı yayınlar varsa mutlaka gönderilmelidir. Böylece üretici yayımcı ilişkileri daha iyi pekiştirilmiş olunur.

Üretim alanında yapılan bireysel görüşmeler nerede yapılmalıdır? Ortaya çıkan sorunun ve iklim koşullarının özelliğine göre tarla başında veya işletmede yapılabilir. Üretim alanında yapılan kişisel görüşmelerin, diğer bireysel öğretim yöntemlerine göre bazı üstün tarafları vardır. Bunlar;

- Herşeyden önce üretici, kendi üretim alanında olmanın verdiği güven ile kendini rahat hissedecek ve tartışmalara daha açık olabilecektir.
- Ayrıca, yayımcı sorunu, bizzat yerinde(tarlada) inceleme olanağını bulacaktır. Bu bir hastalık, toprakta bir element eksikliği, ya da yanlış uygulanan bir tarım tekniği olabilir. İşte bu sorunları tarla başında bizzat görme, sorunu belirleme ve çözüm açısından yayımcıya da çok büyük avantaj sağlar.
- Bundan başka yayımcı üreticinin düştüğü hatayı hemen gösterip, anında düzeltme olanağına sahiptir. Böylece yayımcı üretici ile sorunları tartışabilir ve ortak çözüm yollarını ortaya koyabilirler.
- Üreticinin görüşü de alındığından, sorunların çözümü ile ilgili uygulamalar, üreticilere daha hızlı ve etkili olarak ulaşır.

- Bunlara ek olarak üreticiye düzenli bilgi akışı sağlar. Çünkü ziyaretler periyodik olarak yapılıyorsa, her ziyarette üreticiye bilgi ulaştırılmış olmaktadır.

Yayımcı üretici ilişkilerini içeren ziyaretler dışında bir de resmi kuruluşlarda gerçekleştirilen daire ziyaretleri vardır. Genelde bir kuruma atanan yetkili bir kişiyi, yeni görevinde başarılı olması dileği ile, diğer kurum yetkilileri ziyarete gelirler. Bu durumda kişi, bir süre sonra iadeyi ziyarette bulunur. İşte bu tür ziyaretlerde kişi mümkün olduğunca kendini tanıtmaya ve yeni görevinde yapmak istediklerini anlatma fırsatını bulur. Bu nedenle ziyaretçilerin yeni tanıştıkları kişilerle iyi ilişkiler içine girebilmeleri için bu fırsatı iyi değerlendirmeleri gerekir. Bunun için kişilerin güler yüzlü ve anlayışlı olmaları gerekir. Böyle bir tutum, dostane ilişki kurmanın ve güven sağlamanın iki önemli yoludur. Böyle davranıldığında, ziyaretler kurumlararası işbirliğinin ve bazı güçlüklerin yenilmesinde yardımcı eder.

10.1.2. Büro Görüşmeleri

Az gelişmiş ülkelerde yayım bürosunda üreticiyle yapılan kişisel görüşmeler çok az olmaktadır. Bunda, ulaşım güçlüğü ve masrafı, haberleşmedeki güçlükler ve daha önce böyle bir ziyaretten üreticinin umduğunu bulamaması gibi nedenler etkili olabilmektedir. Bunların dışında önemli bir etken de üreticilerin eğitim düzeylerinin düşüklüğü nedeniyle sorunlarını açıklamada veya aktarmada güçlük çekmeleridir. Bunun aksine gelişmiş ülkelerde, gelir, eğitim ve sosyal düzeyi iyi üreticiler, idari formaliteyi de bildiklerinden, yayım bürosunda görüşmeyi daha çok ve sık yaparlar. Bu nedenle büroda görüşme bir bakıma ülkelerin gelişmişlik düzeyi ile de ilişkilidir.

Yayımcının bürosunda yapılan bireysel görüşmelerde dikkat edilmesi gereken belli başlı konular ise şöyledir:

- a) Ziyaretler belirli zamanlarda aksatılmadan yapılmalıdır. Ziyaret saatleri halkın öğrenebileceği şekilde duyurulmalı ve düzenli bir şekilde devam etmelidir. Ziyaretlerin aksatılmadan yapılabilmesi için belirtilen zamanlarda yayımcı, bürosunda hazır bulunmalıdır. Eğer üretici geldiğinde yayımcıyı bürosunda bulamaz ve bekletilirse veya geri gönderilirse, böyle durumlar üreticinin bu ziyaretlere olan ilgisini azaltır.
- b) Oda rahat olmalıdır. Yayımcının görüşme yapacağı büro, üreticinin rahatça açıklama yapacağı bir şekilde düzenlenmelidir. Aksi halde ziyaretçi, kendine yapılacak çeşitli serinletici ve rahatlatıcı ikramlara rağmen kötü izlenimlerle ayrılabilir. Bu nedenle büro mümkünse başkalarının rahatsız edemeyeceği, yayımcı ile üreticinin rahatça görüşebileceği şekilde düzenlenmelidir. Yani üreticinin rahat edeceği ve rahat bir görüşme ortamı sağlanmalıdır.
- c) Ziyaretçi rahatlatılmalıdır. Yayımcı, bürosundaki konuşmaları tek bir teknik konu ile sınırlandırmamalıdır. Mümkünse teknik konu dışına da taşıp onu rahatlatmalıdır. Bu nedenle ziyaret süresi 5-10 dakika gibi bir süre ile sınırlandırılmamalıdır. Üreticinin alışagelmış olduğu davranış kalıpları içinde rahat hareket etmesi ve konuşması sağlanmalıdır.
- d) Telefonla az görüşülmelidir. Yayımcı ile üreticinin bürodaki görüşmelerinde dikkat edilecek bir başka önemli konu da telefon görüşmeleridir. Tam sorunların tartışıldığı önemli anlarda telefonlara cevap verme zorunda kalınması, görüşmenin

verimliliğini azaltır. Bu nedenle mümkünse telefon görüşmeleri yapılmamalıdır.

Bireysel görüşmelerde(tarla veya büroda) iki konuya özellikle dikkat edilmelidir:

- ⇒ Görüşmeler mümkün olduğu kadar önceden belirlenen ve üreticilere de açıklanan amaçlar doğrultusunda yapılmalıdır.
- ⇒ Görüşme sırasında üreticilerin de görüşlerini açıklamalarına olanak verilmeli ve görüşülen konuları anlayıp anlamadıkları kısa sorular sorularak kontrol edilmelidir.

10.1.3. Telefon Görüşmeleri

Telefon bir iletişim aracıdır. Tarımsal yayımda telefon görüşmesi ***bireysel öğretim teknikleri*** kapsamında değerlendirilmektedir. Telefon görüşmesi kaynak ile alıcının yüzyüze görüşmesine benzer etkinlikte bir iletişim ortamı sağlamaktadır. Bu nedenle etkin kullanıldığı takdirde, telefon çok önemli işlevleri yerine getirebilecek özellikte bir araçtır. Telefonun yayımdaki rolü, bu araca yüklenen görev ve verilen işlevlerle ilgilidir. Eğer telefona, yayım ile üretici arasında doğrudan ilişki sağlama gibi bir görev tanımlanmışsa, bu durumda telefonun işlevi çok önemli hale gelecektir. Bu nedenlerle iletişim araçlarına yüklenen görevlerin iyi tanımlanması ve farklı tanımlamaların farklı sonuçlar doğuracağı dikkate alınmalıdır (Özçatalbaş,1997).

ÖRNEK

İtalya'nın Trentino bölgesinde başarılı bir yayım çalışması yürütülmektedir. Bu bölgede telefon etkin olarak kullanılmaktadır. Türkiye'de ise bir iletişim aracı olarak telefon, yayımda yeterince kullanılmamaktadır. Oysa ki Türkiye genelinde telefon bağlantısı olan köylerin oranı %99,5'dir. GAP Bölgesi illerinde ise bu oran 97,3'tür

(Sencer,1992-1993). Dolayısıyla Türkiye’de telefon hemen hemen her köye ulaşmıştır. Bu değerler ülkemizde yayım çalışmalarında telefonun daha fazla kullanılabilmesi için olanaklar tanımaktadır (Özçatalbaş,1997).

10.1.4. Özel Mektuplar

Özel mektuplar (yazışmalar), üreticinin yayımcıdan yardım isteğini bildiren mektuplara karşılık olarak, bir sorunun çözümü için yayımcı tarafından yazılır. Dolayısıyla üretici yayımcıya ulaşmak için yazışmayı tercih etmiştir. Bu mektupta üretici ya sorununu anlatmış, ya sorunun çözümü yönündeki olanakları öğrenmek istemiş ya da yeni bir uygulama ile (kredi, yatırım vb) ilgili bilgiler istemiştir. Görüldüğü gibi üretici yayımcıdan bilgi edinmek istemektedir.

Yayımcı, mektubun içeriğinden ve yazım şeklinden konunun aciliyetini, hangi bilgilerin hangi formatta ve hangi ifadelerle verilmesi gerektiğini, almış olduğu eğitim ve deneyimlerini kullanarak çözer. Buna göre uygun bir dille üreticiyi bilgilendirmek amacıyla karşı mektup yazar.

Bir kurum içinde ise bu tür mektuplar daha çok üst düzeydeki yöneticilerin mahiyetinde çalışanların dikkatlerini çekmek ya da başarılarından dolayı onları ödüllendirmek için yazılır. Bu amaçla yazılacak mektupları yönetici göndermeden önce çok iyi kontrol etmelidir. Zira yapılacak ufak bir hata, iyi anlaşılmayacak bir kelime veya ifade, astı amirine ve işletmeye karşı küstürebilir. Bunun sonucu o kimseden yeterli verim alınamaz. Bu nedenle, bu tür mektuplarda çok dikkatli olunmalıdır.

Mektup yazarken kişi, kendini mektup yazdığı kişinin yerine koymalıdır(empati). Böylece mektup gönderilen kişinin yazıya göstereceği tutum düşünülmüş olunur. Bu nedenle de yazar, yazdığı kişinin arzu ve olanaklarına uygun mektup yazma ortamına girebilir. Örneğin arıcılıkla amatörce ilgilenen bir üreticiye teknik kovanla ilgili çarpıcı bilgiler veren bir özel mektuba üretici aşırı ilgi gösterebilir. Şayet öneriler, üretici tarafından gerçekleştirilecek nitelikte ise, mektupla hedeflenen amaca ulaşılabilir.

Bunlardan başka yazar, mektubunun sonuç kısmını, “mektubunuza memnun oldum, yardım edebileceğim başka konularda yine yazmanızı beklerim.” gibi samimi ifadelerle bağlamalıdır.

ÖRNEK

Yayımcı mısır silajı uygulaması konusunda bilgi isteyen iki üreticiden mektup almış olsun. Yayımcı birinci üreticinin mektubundan üreticinin eğitim düzeyinin düşük ve bilgi birikiminin yetersiz olduğu sonucunu çıkarmıştır. Diğer üreticinin mektubundan ise yüksek öğrenim gördüğü ve tarımda modern yöntemleri kullandığı yargısına sahip olmuştur. Bu durumda yayımcı, aynı konuda bilgi istenmesine rağmen, üreticilerin farklı özelliklere sahip olmaları nedeniyle, farklı üsluplarla mektupların cevaplarını yazmak durumundadır.

10.1.4.1. Yazı Yazma Tekniği

Gerçekten yazılı araçların hazırlanması çok önemlidir. Özel mektuplar belirtildiği gibi bireysel tekniklerdendir. Bunun yanında kitlesel teknikler kapsamında ele alınan sirküler mektuplar, gazeteler, dergiler ve broşürlerin hazırlanmasında dikkate alınması gereken ortak noktalar vardır. Bu nedenle bu bölümde yazı yazma tekniği ile ilgili önemli görülen bazı konular üzerinde durulması yararlı görülmüştür.

Çiftçilere ulaşmada, çeşitli yayım araçları kullanan bir yayımcı, çoğu zaman yazılı materyal hazırlama durumunda kalır. İşte yazılı bir materyal hazırlarken, bazı hususlara dikkat etmek gerekir (Şenocak, 1967):

a) Hazırlanacak yazılı metnin amacı ve hedefi iyi belirlenmelidir. Bir uygulamayı teşvik etmek, yenilgi benimsetmek veya bir konuda çiftçilerin daha fazla bilgi almasını sağlamak gibi konulardan biri veya bir kaçını ele alınacak yazının amacını oluşturabilir.

b) Ele alınacak yazının türü (hikaye, makale vb.) belirlenmelidir. Tabiki bu türler iletilecek konunun özelliğine ve ulaşılmak istenen kitlenin sosyo-kültürel durumuna göre belirlenmelidir. Nitekim yenilikler benimsetilirken üreticilerin ilgi ile okudukları hikaye ve sohbet türü yazılı metinlere önem verilmektedir.

ÖRNEK:

Anadolu'da yeni bir buğday türü benimsetilirken yeni çeşitle ilgili öneriler hikaye türünde bir olayla dramatize edilerek verilmiştir. Köyde günün birinde genç bir üretici zengin bir ağanın kızına gönül verir ve kızı ister. Ağa'da zorluk çıkartır ve çok yüksek bir başlık parası ister. Genç üretici kara kara düşünürken tarımdan anlayan bir devlet memuru ona "Meksika" türü buğdayı ekmesini önerir. Genç üretici onu eker ve çok yüksek verim alır ve eline çok iyi para geçer. Başlık parasını da öder ve ağadan da kızı alır. Böylece bu hikaye ile "Meksika" türü buğday çeşidinin benimsetilmesi mesajı verilir.

c) Eğer yenilik kültür düzeyi yüksek bir gruba yönelik ise, hikaye türü yerine araştırma sonuçlarına da yer veren makale türü yazı tercih edilebilir.

d) Konuyu kaleme alacak kişi, konu hakkında yeterli bilgi edinmelidir. Kişinin net düşünebilmesi ve yazabilmesi için konu

hakkında çok iyi bilgi edinmelidir. Bunun için konu ile ilgili çok çeşitli materyali derlemeli, seçmeli ve okuyarak değerlendirmelidir.

e) Bunlardan başka yayımcı, okuyucu ve ona hitap etme tekniklerini bilmelidir. Herşeyden önce yazı, okuyanın ortak bilgi ve deneyimlerine uygun ise kolay anlaşılır. Bu nedenle yayımcı yazıyı üreticinin anlayabileceği seviyeye indirerek kaleme almalıdır.

f) Ayrıca, konu basit, anlaşılabilir örneklerle açıklanırsa daha etkili olur. Zira örnek bir çok anlaşılmayan konuların anlaşılmasına yardımcı olur ve bir çok engelleri ortadan kaldırır.

g) Nihayet yazar, yazıya emek vermelidir. Tanınmış bir yazar, şöyle demektedir: "*Yazar sıkıntı çekmezse, okuyucu çeker.*" Bu söz ile anlatılmak istenen, yazı yazarken ona emek vermek ve dikkatle üzerinde çalışmak gerekir. Burada kolay yazılan yazının güçlüğü okunacağı ve anlaşılacağı, vurgulanmak istenmiştir. Böyle bir gayret sonunda yazılan yazılar genellikle uzun olmaz, kısa olur. Zira metnin içindeki gereksiz ayrıntılar ve anlaşılmayan unsurlar ayıklanınca, doğal olarak yazının özü kalır. Bu nedenle iyi hazırlanmış yazılar kısa ve öz olur.

10.1.4.2. Metin Oluşturma

Yazı yazacak kişi yukarıda açıklanan kuralları dikkate alarak metni oluşturmalıdır. Bir metnin oluşturulmasında aşağıda belirtilen aşamaların izlenmesi uygundur.

a) Bunun için yazar, yazacağı konuları gelişigüzel kağıt üzerine sıralamalıdır. Sonra ikinci bir kağıt alıp birinci kağıt üzerine gelişigüzel serpiştirilen konular arasından bir ayıklama yapmalı

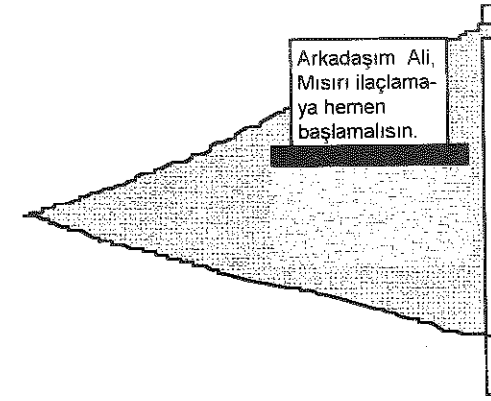
ve kalan bilgiler gruplandırılmalıdır. Gruplandırma en önemli konular, ikinci derecede gerekli olanlar ve az önemli olanlar şeklinde yapılabilir. Bunların yapılmasından sonra yazı yazmaya başlanabilir.

b) Bu aşamada metin yazılmaya başlanır. Yazı açık ve tutarlı bir ifade ile yazılmalı, kelimeler özenle seçilmeli ve yazı ile hedeflenen kişi veya kitleyi ilgilendiren uygun hitaplar (değerli çiftçi arkadaşım, hemşerim, dostum, değerli çiftçim, çalışkan köylüm vb) kullanılmalıdır.

c) Üçüncü ve son aşamada ise yazılan yazının kontrolü ve değerlendirilmesi yapılmalıdır. Bunun için, yazıda bütünlüğün varlığı, açık ve sade olup olmadığı, verilen bilgilerin doğru olup olmadığı, okuyucunun hoşuna gitmeyen kelimelerden sakınılıp, sakınılmadığının kontrolü yapılmalıdır.

10.1.5. Tarla Bayrağı

Ülkemizde uygulanmamakla beraber, Kore’li yayımcılar tarafından başarı ile uygulandığı belirtilmektedir(Özkaya, 1988). Bu yöntemde yayımcı üreticiyi bulamadığı zaman, önerilerini bir kağıda yazar ve bu öneri kağıdını kırmızı bir bayrağa dikilmiş olan cebe koyup, bu bayrağı üreticinin görebileceği veya bulabileceği yere yerleştirilir. Üretici okuduktan sonra bayrağı aynı şekilde eski yerine koyar. Yayımcı tarlayı başka bir ziyaretinde bayrağı geri alır. Böylece yayımcının zamanı boşa harcanmamış ve üretici de tarlasında görülen hastalık vs. için yayımcı peşine düşmemiş olacaktır.



Şekil 10.1. Bir Tarla Bayrağı Örneği

10.2. Grupsal Öğretim Teknikleri

Dünya genelinde en fazla kullanılan (% 41) ikinci teknik grupsal tekniklerdir (Swanson ve ark.,1990). Ve grupsal yöntemlerle, bireysel yöntemlere göre daha fazla kimseye ulaşılabilir.

Grup, belirli ve sınırlı sayıda kişilerin meydana getirdiği topluluktur. Bu topluluk, birkaç kişiden oluşabileceği gibi, bir köyün gençleri yetişkinleri, kadınları, erkekleri veya tüm halkı da olabilir (Yurttaş, 1979).

Kişisel görüşmeye göre bu yöntemin bazı avantajları vardır.

- Herşeyden önce yayım servisi, materyal veya personel yönünden geniş olanaklara sahip değilse, bu sınırlı olanaklarla daha büyük bir gruba yayım hizmeti götürür.
- Ayrıca, bireysel görüşmeye göre zaman tasarrufu sağlanır ve kişi başına düşen masraf düşüktür.
- Grup havası nedeniyle daha rahat faaliyete katılım sağlanır. Kişisel görüşmeye cesaret edemeyen veya ilgisiz kalan bir kimse, grup psikolojisi ile yayıma ilgi duyabilir.

- Grup yayım yöntemi aslında dinamik bir yöntemdir. İyi bir şekilde yönlendirildiğinde katılanları cesaretlendirir, bilgilerin yayımını hızlandırır ve isabetli kararlar almayı sağlayabilir.
- Diğer taraftan yayımcının yeniliklerle ilgili olarak sunduğu bilgiler eksik kalmış ise, gruba katılanlar bu tür eksikleri tamamlayabilirler. Önerilen çözüm yollarının fayda ve sakıncaları, çok çeşitli kişilerce tartışıldığından, alınacak önlemler daha isabetli olabilir.
- Bu yöntem ayrıca, yetenekli yayımcılara prestij sağlar. Yayımcı mesleki ve kişisel yeteneklerini gruba göstermiş olur.

Bu yöntemde dikkat edilmesi gereken bazı konular şunlardır;

⇒ 1. Grubu oluşturacak kişilerin kompozisyonuna çok dikkat edilmelidir. Bunun için oluşturulacak grupta, kişilerin yararlarının benzer veya yakın olması gerekir. Çok farklı sorunları olan kişilerin oluşturacağı grupta ortak sonuçlara ulaşmak güçleşir. Oysa benzer sorunları olan kişilerden oluşacak (homojen) grupta, fikir alış verişi daha rahat ve daha sağlıklı olabilir. Bu nedenle grup benzer veya ortak yönleri olan kişilerden oluşturulmalıdır. Böyle bir grubun belirlenmesinde çeşitli yöntemlerden yararlanılabilir. *Bunlar arasında uygulamada yararlanan pratik yöntemlerden bazıları şöyledir;*

⇒ Yayımcı önce üreticilerle basit bir konuyu tartışır. Yada bir teknik konuyu çeşitli yayım araçları ile gösterir. Konu tartışmaya açılır. Başka bir toplantıda konular öncekine göre biraz daha zorlaştırılır. Böylece bu toplantılarda benzer veya aynı özellikleri olan kişiler belirlenmeye çalışılır.

⇒ Diğer bir yöntem de, gruba katılacak kişilerin köy ihtiyar heyeti veya köy komitesince belirlenmesidir. Çünkü başta muhtar olmak üzere köyün ileri gelenleri, sorunları benzer olan kişileri daha iyi tanır. Ancak bunların kaç kişi olacağı yayımcı tarafından belirlenir.

- 2. Diğer taraftan bir kişinin başarılı bir şekilde yönlendirebileceği kişi sayısı da yapılan araştırmalarla belirlenmiştir. Bu sayı 15-21 kişi arasındadır. Bundan fazlası, katılanlara eşit fırsat sağlamak açısından sakıncalar doğurabilir (Payr ve ark.,1981). Bu nedenle her ne kadar görüşmeyi yönlendirenin kapasitesi önemli olsa bile hiçbir zaman katılımcıların sayısı belirtilen miktarı geçmemelidir (Koçer,1970).
- 3. Toplantı zamanında yapılmalıdır. Bunun için önceden toplantılarla ilgili iyi bir planlama yapılmalı, bunlar yazılı olarak tüm katılımcılara ulaştırılmalıdır. Böylece toplantıların zamanında başlaması sağlanabilir.
- 4. Grup yönteminde dikkat edilecek bir konu da, tartışmalarla ilgilidir. Grup içinde bazı tipler inisiyatif ele geçirmeye, hatta maksatlı olarak grubu yönlendirmeye kalkışabilir. Yayımcı bunlara fırsat vermemelidir. Ayrıca, grupta içine kapanık, bir köşeye çekilmiş, tartışmalara katılmayanların katılımının sağlanması için, istek uyandırıcı etkinliklerde bulunmalıdır.

Grupsal yöntemler çok çeşitli şekilde gruplandırılmaktadır. Fakat yaygın olan gruplandırma, aşağıdaki şekilde yapılmaktadır.

- 1-Gösteriler
- 2-Tarla Günleri ve Gezileri
- 3-Kurslar
- 4-Yarışmalar
- 5-Toplantılar (Konferans,Forum,Sempozyum,Açık Oturum vd)
- 6-Kampanyalar

10.2.1. Gösteriler

Gösteri (demonstrasyon) grupsal öğretim tekniği olarak tarımsal yayımda fazlaca kullanılmakta ve iyi kullanıldığı ölçüde çok önemli bir uygulamadır. Belirli bir tarımsal tekniği veya bir uygulama sonucunu belirli bir gruba göstererek veya uygulayarak onları bilgilendirmeye yönelik olarak düzenlenen bir faaliyettir. Gösteriler tutum değişimi, bilgi değişimi ve beceri kazandırma açısından etkilidir.

Bu faaliyet denenmiş bir teknik ya da pratiğin yerel koşullarda yeniden sergilenmesini içerir. Dolayısıyla gösteri konusunu oluşturan teknik veya pratiğin "nasıl uygulandığını veya elde edilen sonuçların gösterildiği", bir grupsal öğretim tekniğidir.

Gösteriler farklı kriterlere göre çeşitli şekillerde gruplandırılabilir. Burada kapsamı fazla genişletmemek için bir teknik veya pratiğin nasıl uygulandığının gösterilmesini içeren metot ve uygulama sonuçlarının gösterildiği sonucu dikkate alan sınıflandırma dikkate alınacaktır.

a) Metot gösterileri

Metot(yöntem) gösterileri araştırmalar sonucu üstünlüğü kanıtlanmış olan yeni tarım tekniklerinin, pratiğin veya bir metodun nasıl olduğunu ve nasıl yapıldığını göstermek amacıyla yapılır. Tarımda gelişme bir bakıma yeni tarım tekniklerinin uygulanması ve yaygınlaşmasıyla sağlanır. Bu kapsamda tarım kesimi için gerekli ve önemli yeniliklerin çiftçilere tanıtılması ve nasıl uygulanacağını gösterilmesi büyük önem taşımaktadır.

Metot gösterilerine örnek olarak aşağıdaki konular verilebilir;

- Budama nasıl yapılır?
- Aşı nasıl yapılır?
- Mibzer nasıl kullanılır ve mibzer ayarı nasıl yapılır?
- Sulama yöntemleri hangi durumlarda, nasıl kullanılır ?
- Damla sulam yöntemi nasıl uygulanır ?
- Sulama zamanı nasıl belirlenir?
- Biçerdöğür bakımı nasıl yapılır?
- Erozyonu önlemek için uygun toprak işleme nasıl yapılır?
- En az besin kaybı ile yemek nasıl pişirilir?
- Yeni bir sebze nasıl pişirilir?

Bu gösteriler geleneksel uygulamalarla yeni sunulan konular arasında farkların katılımcılar tarafından görülmesini sağlar. Bu farkın gözlenebilmesi ve etkili olabilmesi faaliyetin şekil ve içerik olarak güçlü olmasına bağlıdır. Mesajlar ne kadar sade ve basit ise, ayrıca farklılıklar somut ve göze ne kadar iyi hitap ediyorsa gösteriden elde edinilmesi düşünülen fayda yüksek olacaktır.

Katılımcı gruba gösteriyi anlatan kimse gösterici (demonstratör) olarak adlandırılır ve bu kişi teknisyen, mühendis, veteriner hekim, hayvan sağlık memuru veya konuyu bilen diğer kişiler hatta önder çiftçi bile olabilir.

Metot gösterilerinde ideal olan gösteriye katılan herbir bireye uygulamayı deneme olanağı vermektir. Ancak zaman açısından buna çoğunlukla olanak yoktur ve bir kaç uygulamaya izin verilir.

Göstericinin konuyu anlatması ve katılımcılar önünde uygulaması ve onlara da uygulatacağını belirtmesi katılımcıların gösteriye olan ilgisini artırmakta ve daha etkili sonuçlar alınmasına yardımcı olmaktadır.

Katılımcı sayısının çok fazla olması durumunda (gösteriyi görme, dinleme ve deneme) bakımından bazı olumsuzluklar ortaya çıkabilir.

b) Sonuç gösterileri

Yeni bir uygulamanın mevcut uygulama ile karşılaştırmalı olarak yeni uygulamanın üstünlüklerinin katılımcılara gösterilmesi şeklinde yapılır.

Metot gösterilerinin sonuçları aynı zamanda sonuç gösterisi konusu olur. Amaç yeni uygulamanın o yörenin koşullarına uygun olduğunu göstermek, eski uygulamaya göre üstün olduğunu kanıtlamak ve yeni uygulamayı denemektir. Böylece üreticilerin yeni uygulama hakkında ikna edilmesi ve işletmelerinde uygulamalarının sağlanmasına çalışılır.

Sonuç gösterileri tarımsal yayımda önemli ölçüde kullanılmaktadır. Özellikle doğrudan doğruya faaliyetin göze hitap

etmesi ve somut sonuçların ortaya konulması (okuma-yazma oranının düşük olduğu ülkelerde de) bu kesimi oluşturanlara kolaylıkla ulaşma bakımından avantaj sağlar. Üretici önerilen teknolojinin sonuçları hakkında bilgi sahibi olmakta ve bu durum üreticiyi, önerilen uygulamaya doğru harekete geçirmede etkili olmaktadır. Ayrıca çiftçiler ile yayımcılar arasında güven oluşturmada da etkili olmaktadır.

Sonuç gösterilerine örnek olarak aşağıdaki konular verilebilir;

- Yeni bir ürünün verimindeki yükseklik
 - Yabancı ot ilacı uygulanmasının etkisi
 - Gübre kullanımının verime etkisi
 - Farklı sulama yöntemlerinin verime etkisi
 - Farklı sulama yöntemlerinin bitki gelişimine etkisi
 - Sulama sayısının verime, ürün kalitesine etkisi
 - Kaliteli tohum kullanımının verime etkisi
 - Hastalık ve zararlılarla mücadelenin etkisi
-

Bu gösteriler doğrudan katılımcıların gözüne hitap ettiğinden, görmenin öğrenmedeki etkisi nedeniyle söz konusu yeniliğin üreticiye ulaştırılmasında önemli yararlar sağlar.

Şimdi bir gösteriyi hazırlama ve uygulamak için hangi işlemlerin yapılması gerektiği üzerinde duralım.

10.2.1.1. Gösterinin Planlanması

Metot ve sonuç gösterilerinin planlanmasında her ne kadar farklı özellikler vardır. Bu özellikler gösteriyi düzenleyen tarafından gözetilir. Özellikle metot gösterilerinde beceri kazandırma faaliyetlerine (beceri kazandırmadaki etkisi nedeniyle) büyük önem verilir. Dolayısıyla metot gösterisinde öğretilmesi öngörülen becerilerin belirlenmesi zorunludur. Kazandırılacak becerilerin belirlenmesinde katılımcıların öğrenme ve kabullenme yetenekleri yanında gerekli araç-gereç varlığı da önceden dikkate alınması gereken konulardandır.

Düzenlenen bir grup gösterisinde hem metot hem de sonuç gösterileri birlikte yer alabileceği gibi, bunlardan yalnızca birisi de yer alabilir.

10.2.1.2. Planlamada Aşamalar

a. Amaç

Gösteri konusu belirlenirken, bir sorunu çözmeye, bir ihtiyaç gidermeye yönelik olmasına dikkat edilmelidir.

Bu nedenle öncelikle bölgede var olan sorunlar saptanmalıdır. Bunların çözümü için uygun gösteri konuları belirlenmelidir. Bu durumda eldeki verilere göre yayım biriminin öncelikleri ve kaynakları da dikkate alınarak amaç belirlenir. Belirlenen bu amaca ulaşmak için faaliyetler düzenlenir.

Gösteriye davet edilecek katılımcıların özellikleri ve deneyimlerinin bilinmesi konuya ilgi gösterilmesi ve amacın gerçekleşmesi için gereklidir.

Örneğin: "Çiftçilerin fazla gübre kullanım eğilimlerini değiştirmeyi", amaçlıyoruz. Bu durumda bir yayımcının başarıyla eğitimden geçirebileceği üretici sayısı önemlidir. Bu sayıyı katılımcıların özellikleri, konuyla ilgileri, katılım amaçları, konunun ağırlığı ve faaliyetin gerçekleştirileceği koşullar ve olanaklar belirler.

Bir çok konuda gösterilerdeki her bir katılımcı grubun büyüklüğünün 10-20 kişi arasında olması uygundur. Eğer kişi sayısı fazlaysa bu değer 20'ye yakın az ise 10'a yakın olmalıdır(Tabor,1993). Planlanan gösterinin düzenli bir şekilde uygulanabilmesi için iyi bir program yapılmalıdır.

b. Program

Program, gösterinin başından sonuna kadar tüm aşamaların hangi sıra ile yapılacağını gösteren detaylı bir çalışmadır. Bu ayrıntılı çalışma iki konudan oluşur. Bunlar gösterinin içeriği (özü) ve organizasyonudur. Program 6 ana bölümden oluşmaktadır (Tabor,1993). Bunlar:

- 1.Kabul Etme: Organizasyon ile ilgili bir süreçtir. Amaç katılımcıları karşılamak ve onları düzenli gruplar halinde gösteriyi izlemek üzere yönlendirir.
- 2. Tanıtma (Sunuş): İçerik ile ilgili olup 2 parçaya ayrılabilir.
 - ⇒ 1.Katılımcılara gösterinin değişik bölümlerini kavrayabilmeleri için temel bilgileri vermek.
 - ⇒ 2. Katılımcılara kendi sorunlarını göstererek (sorunun farkına vardırma) ve çözümü yönünde isteklendirerek gösteri ile yakından ilgilenmelerinin sağlanmasıdır.

- 3. Çözüm(ler): Gösterinin içeriğiyle ilgili olup ziyaretçilere sahip oldukları sorunlarının nasıl çözüldüğünün gösterildiği bölümdür. Bu bölümde ziyaretçilere, sorunlarını çözmek için ne yapmaları gerektiği adım adım öğretilmelidir.
- 4. Ekonomik yön: İçerikle ilgili bu bölümde ise söz konusu uygulamanın ekonomik bakımdan önemi ortaya konulmalıdır. Çözüm olarak sunulan uygulamanın girdi ve çıktıları ile elde edilen yararlar katılımcılara gösterilmelidir. Bu bölüm sunulan çözümün ziyaretçilerin koşul ve olanaklarına uygun olduğu yönünde katılımcıları ikna edecek şekilde yürütülmelidir.
- 5. Özetleme: Yine içerikle ilgili bu bölümün amacı ziyaretçilerin şüphede oldukları konularda sorularını cevaplamak ve endişelerini gidermektir. Genelde bu bölüm serbest (informal) bir tartışma şeklinde geçmektedir.
- 6. Tamamlama: Organizasyonla ilgili olup program aşamasının son bölümünü oluşturur. Bu bölümde ziyaretçilerin kendi işletmelerine dönebilmeleri için düzenli olarak ulaşım araçlarına yönlendirildiği bölümdür. Yani gösteriyi tamamlayan ziyaretçiler artık gösteri alanını terketmeye başlamaktadırlar.

c) Gösteride düzen

Katılımcıların gruplara ayrılmasının zorunlu olduğu büyük kapsamlı gösterilerde, gösteri konusu tek bir parselde değil farklı parsellerde ("Station") yer almak durumundadır. Her parselde faaliyetin bir bölümü sergilenir. Bu parseller bir bütünün parçasıdır ve belirli bir mantık sırası içinde sıralanmalıdır. Katılımcılar bu sıra ile istasyonları dolaşırlar. Bu dolaşımın düzenli olması gereklidir. Bu düzen ancak dakik bir planlama ve hazırlık ile sağlanabilir.

Dolayısıyla her bir grubun, her bir istasyonda kalma süreleri, istasyonlar arasındaki uzaklık ve beklenmeyen gecikmelerde (soru-cevap nedeniyle) geçen süre dikkate alınmalıdır. Buna göre bir grubun ilk istasyona uğraması ile önceki grubun diğer istasyona geçmesi arasında belirli bir zaman aralığı bırakılmalıdır.

İstasyon veya parsellerin belirli bir mantık sırası içinde olması önemlidir. Sunuşta kullanılan materyaller tarih sırasına göre (tarihsel oluşuma kronolojik) gösterilmelidir. Ayrıca basitten karmaşığa doğru bir yol izlenmesi uygundur. Ancak bazen alternatif uygulamalar gösterilebilir. Bu durumda bunlar arasından birine karar vermek ziyaretçiye bırakılmıştır. Sıralamada en canlı etkinin en son izlenen konu olduğunu dikkate alarak, seçilmesi istenen konunun en son parselde gelmesinin sağlanmasına dikkat edilmelidir. Örneğin farklı sulama sistemleri üzerinde bir gösterinin düzenlenmesinde eğer damla sulama tekniğinin seçilmesi isteniyorsa, bu tekniğin diğer tekniklerden (yağmurlama, hareketli sulama vb) sonra gelmesine özen gösterilmelidir.

Gösteride katılımcıların parseller arasında dolaşacağı yollar girişe yakın olmalıdır. Yani dairesel bir güzergah belirlenmelidir. Böylece ziyaretçiler sıkıntıya sokulmayacak ve park yerine(ulaşım araçlarına) kadar yürümek zahmetinden kurtulabileceklerdir (Şekil 10.1). Ancak giriş ve çıkışın, gösteriye yeni katılanlar ve gösteriyi tamamlayanların birbirine karışmasını önleyecek bir uzaklıkta olması gereklidir. Eğer katılımcı sayısı çok fazlaysa birbirine paralel iki yol düzenleyip iki grubun aynı anda parselleri gezmelerine olanak tanınabilir. Böylece alan kapasitesi katlanmış olur.

Parseller arasındaki uzaklıklar, bir grubun diğer grubu rahatsız edemeyeceği kadar (ses ve alan darlığı) uzak olmalıdır. Ancak bu uzaklık ziyaretçileri yoracak kadar da uzak olmamalıdır. Yerel koşullara bağlı olmakla birlikte, 30 metre uygun bir uzaklıktır (Tabor, 1993).

Parsellerin büyüklüğü gerçekleştirilecek faaliyetin boyut ve içeriğine bağlıdır. Örneğin topraktaki su düzeyini gösteren tansiyometrenin kullanımı veya diğer küçük el aletlerinin kullanımı gibi bazı uygulamalar özel bir alan gerektirmez. Diğer bazı uygulamalar ise örneğin yağmurlama sulama sisteminin veya hareketli sulama sisteminin gösterilmesi, geniş ve büyük alanlara ihtiyaç duyulur.

Gösteri parsellerinin tamamını gezen ziyaretçilerin, son parselden sonra hazırlanan "tamamlama veya özetleme noktasına" uğramaları gereklidir. Bu noktanın iki tane olması:

⇒ 1) Bir önceki grubun henüz işinin tamamlanmaması durumunda, arkadan gelen diğer grubun ikinci noktaya alınabilmesine olanak tanır.

⇒ 2). İki yönlü (paralel) gösteriler de ise doğal olarak iki tamamlama noktasına ihtiyaç duyulur. Koşulların uygun olması durumunda geçici lavabo (tuvalet) yapılması da gereklidir.

Burada hakim rüzgar yönü de dikkate alınmalıdır.

Birçok çiftçi gördüklerinden etkilenerek bazı şeyleri satın almak isteyebilir. Bu durumda gösteri konusu ile ilgili firmaların ve kişilerin de davet edilerek, gösteri alanı dışına veya sonundaki bir

alana satış noktaları kurmalarına olanak tanınmalıdır. Hatta bu özendirilmelidir.

d) Yer seçimi

Gösterinin kurulacağı yeri seçerken teknik ve organizasyonla ilgili verileri dikkate almak gerekir.

Teknik veriler: Gösteri alanı, katılımcıların bulunduğu doğal ortamla aynı olmalıdır.

- * Örneğin killi ağır bünyeli arazisi olan çiftçilere, toprak işleme konulu gösteriyi hafif kumlu bir yerde yapmak veya taşlı bir arazide yapmak, toprak işleme aletlerinin yaptığı işin tam olarak gösterilememesine, yanlış anlaşılmasına yol açar.
- * Bir başka örnek ise, erozyonu önlemek için eğimli araziye sahip üreticilere eğime dik toprak işlemenin nasıl yapılacağını, çok az eğimli arazide gösterilmesi aynı şekilde yanlış izlenimler verir.

Bu nedenlerle gösteri yerinin seçiminde benzer teknik veriler dikkate alınmalı ve üreticilerin buldukları ortama benzer özellikteki alanlar seçilmelidir.

Organizasyona ait veriler: Gösteri alanının katılımcıların evlerine olan uzaklığının ne kadar olduğu önemlidir. Genellikle üreticilerin evine yakın olan gösterilere katılımın yüksek olması beklenir. Ancak bunun yanında konuyla ilgili bazı üreticilerin çok uzak yerlerden gelmesi de beklenebilir.

Ulaşım ağının olduğu, dolayısıyla kolay ulaşılabilir bir konumda bulunan bir alanın seçimi uygundur. Gösteri alanına giriş kolay olmalıdır. Eğer üreticilerin kendi araçları ile gösteriye katılmaları söz konusu ise bu durumda taşıtlar için park yeri

düzenlenmelidir. Giriş tek taraftan olmalıdır. Aksi halde farklı yönlerden giriş yapan araçları düzenlemek daha güç olur.

e) Zamanlama

Gösteri üreticiler için yapılmaktadır. Bu nedenle gösterinin gerçekleştirilme zamanı üreticilerin zamanlarına uygun olmalıdır. Uygun olmayan zamanlamalar katılımcı sayısını düşürdüğü gibi, faaliyetin eğitimsel değerini de düşürür.

Gösteri konusu belirli bir üretim sezonu ile ilgiliyse söz konusu sezonun başlamasından bir süre önce gösteri gerçekleştirilmelidir. Örneğin pamukta ilaçlama veya elmada budama veya hasat kayıplarının azaltılması konusunda düzenlenecek gösteriler mutlaka ilgili sezondan bir süre önce yapılmalıdır. Dolayısıyla ilaçlama zamanı geçtiği halde, bu konuda bir gösterinin düzenlenmesi yayımcının gereksiz zaman ve kaynak harcamasına neden olacaktır. Yetersiz ilgi ve katılım olmayan gösterilerden beklenen etkinlikte sonuçlar elde etmek güçtür. Bu nedenlerle gösteri zamanı üreticilerin boş zamanlarıyla uyumlu olmalı ve bilgiye ihtiyaç duydukları dönemlerden hemen önce düzenlenmelidir.

Aynı şekilde bayramlara ve tatil yapma alışkanlığı varsa, o dönemlere yakın zamanlarda ve hemen sonrasında gösteri düzenlenmemelidir.

Üreticilerin işlerinin yoğun olduğu dönemlerde gösteri düzenlenmesi uygun değildir.

Ancak bazen bir sorunun acil olduğunu anlatmak için iş yoğunluğunun en fazla ve gösteri düzenlemenin en zor olduğu

dönemlerde de gösterinin planlanması akıllıcadır. Bu faaliyet sonucunda tanıtma etkinliği devam ettirilmelidir (Tabor 1993).

Ayrıca gösteri uygulama zamanı üreticinin günlük işlerinin yoğun olduğu saatlere denk getirilmemelidir (Örneğin süt sağım zamanına). Açık arazide halkın öğrenme kapasitesi sınırlıdır. Üç saat gösteri için üst sınırdır. Ancak çiftçilerin rahat edebilecekleri oda içi etkinlikler de yapılırsa bu süre daha da artabilir.

f) Koordinasyon

Katılımcı sayısının sınırlı olduğu 10-15 kişiye yönelik küçük bir gösteri dışarıdan yardım almadan bir yayımcı tarafından yürütülebilir. Bu durumda bile muhtar, diğer görevliler, çiftçi kuruluşları, şirketler, girdi satıcıları gibi kişi ve kurumların yardımları istenmelidir.

Gösteri günleri yayımcıların ve uzmanların tam bir takım (ekip) çalışmasını gerektirir. Bu durumda bir "koordinatör" gösterinin planlama, hazırlık ve faaliyetlerin yürütülmesinden sorumlu olmalıdır. Kapsamı büyük gösterilerde koordinatör, daima kurumsal yardıma ihtiyaç duyar. Bu yardım bilgi, tavsiye, tanıtma, personel, finansman, ekipman ve ulaştırma gibi olanakların sağlanmasına yöneliktir.

g) Taslak

Gösteri taslağı, gösteride yapılması ve dikkate alınması gereken konuların listesi niteliğinde bir çalışmadır. Küçük gösterilerde bile beklenmeyen, hoş olmayan sürprizlerle karşılaşmamak için gösteri taslağının hazırlanması faydalıdır. Buna göre küçük veya büyük kapsamlı gösterilerde koordinatörün dikkate alması gereken ve özenle

üzerinde durması gereken konular aşağıda formlar şeklinde verilmiştir.

Aşağıda verilen formlar hem küçük hem de büyük boyutlu gösterilere uyabilir. Büyük gösterilerde koordinatör önce Form 1 ve Form 2'yi etkinliğin genel çerçevesini ve ulaşılabilecek hedefi belirlemek için doldurur. Sonra her istasyonla ilgili kişiyi de düşünerek gerekli hazırlıkları planlar. Her istasyon için Form 2, Form 3 ve Form 4'ü doldurarak planlamayı yapar (Tabor 1993).

GRUP GÖSTERİSİ		Form No: 1
1. Faaliyetin konusu:	
2. Hedefler ve ikincil hedefler	
3. Katılımcıların sayısı ve niteliği	
4. Yeri	
5. Yerin Tanımı (niteliği)	
6. Uygulama Tarihi	
7. Zamanı (saat) ve program	
8. Faaliyetin Koordinatörü	

GRUP GÖSTERİSİ							Form No: 2
2. İSTASYONLAR							
Seri No	İstasyon	Görevli Kişi	Yardımcı (lar)	Yeri ve Alanı	Zamanı	Düşünceler	

GRUP GÖSTERİSİ							Form No: 3
3 HAZIRLIKLAR							
Seri No	Hazırlığın Şekli	Hangi parselde olduğu	Görevli Kişi	Uygulama Zamanı		Düşünceler	
				Planlanan	Gerçekleşen		

GRUP GÖSTERİSİ							Form No: 4
4. EKİPMAN LİSTESİ							
Seri No	Tanım-lama	Miktar	Kaynak	Teslim (dağıtım)		Kaldırma ve	
				İlusu	Tarih		

Bu formların koordinatöre veri sağlar. Her bir istasyondaki görevliler, yapılacak hazırlıklar ve gerekli ekipmanlar gibi ayrıntıların yer aldığı bu formlardan daha sonra yararlanılacaktır. Bu bilgiler kabul çadırı, elektrikle ilgili ihtiyaçlar, broşür, kitapçık talepleri, baraka veya diğer çadırlar, tente yapımı gibi unsurlardan oluşabilir. Dolayısıyla gösterinin kurulabilmesi ve gerçekleştirilebilmesi için tüm gerekli unsurlar açıklığa kavuşturulur.

Ayrıca bu formların dışında gösteri alanını tam anlamıyla gösteren bir çizimin yani basit bir haritanın hazırlanması gereklidir. Bu çizim gösteri alanına girişten itibaren tüm istasyonları ve çıkışa kadar tüm unsurları içermelidir. Bu çizim gösteri ile ilgili ilk bilgilerin katılımcılara verildiği sunuş-bilgilendirme alanında bulundurulur, katılımcılara gösterinin bütünü hakkında bilgi verilmesinde de kullanılmalıdır.

Gösteride görev alan tüm personelin "KİM NEREDE" listesi olmalıdır. Bireysel veya grup olarak gösteriye davet edilen kişilerin listesi, onlarla bağlantı kurmak, gelişmeleri izlemek ve buna göre kararlar almak açısından gereklidir. Aynı şekilde davet edilen basın elemanları yanında, önemli kişilerin (VIP) listesi yapılmalıdır.

Davet edilen değişik grupların aynı anda gelmeleri durumunda bir karışıklık ve sıkışma olacaktır. Bu nedenle her grubun geliş zamanı olabildiğince kontrol edilmeli, katılımların düzenli olması sağlanmalıdır. Bunun için katılım zamanlarını (saat) gösteren bir çizelgenin oluşturulması ve önceden bu sıkışıklığın ortadan kaldırılması yoluna gidilmesi doğru olacaktır.

h) İşlerin dağıtımı

Düzenli bir uygulama için gerekli eleman sayısı (kadro) ve personel arasında işlerin dağılımı önemlidir. Gösteriyi yürüten elemanların, yani Gösteri Yürütme Timi'ndeki(GYT) elemanların sayısı ve niteliği; gösterinin tipine(çeşidine), kapsamına(küçük-büyük), konusuna ve katılımcıların sayı ve özelliklerine göre değişir.

ÖRNEK

- 10 istasyondan (parsel) oluşan 1000 kişilik bir katılımcıya yönelik olarak düzenlenen bir gösteri için gerekli personel (kadro) aşağıda verilmiştir (Tabor, 1993).

Çizelge 10.2. 1000 Kişilik Bir Gösteri İçin Gerekli Personel Sayısı

İş Konusu	Gerekli Kişi Sayısı
Etkinliğin koordinatörü	1
Gösteri parselleri gösteri	1
Ekipman görevlisi	1
Teknik yardımcı	1
Park görevlisi	1
Kabul(Resepsiyon) masası görevli ve bir yardımcısı	2
İkram alanı görevlisi ve bir yardımcısı	2
İstasyonlardaki eğitimciler	10
Toplam	19

- * **Koordinatör:** Tüm etkinliği denetler ve idare eder. Başından sonuna kadar uygulamanın düzgün bir şekilde devam etmesini sağlar. Eğer gerekirse önemli kişilerle ve basınla ilgilenir.
- * **Gösteri Parselleri Görevlisi(GPG):** Katılımcıların parsellere yönlendirilmesini sağlar. Gruplar arasındaki uzaklığı, onları yavaşlatarak ve hızlandırarak ayarlar. GPG parsellerdeki eğitimcilere de yardım etmekle görevlidir. GPG Kabul masası ile ilişki halinde olup parsellere yeni bir grubu ne zaman göndermeleri gerektiğini görevlilere bildirir.

Teknik Yardımcı (TY): Koordinatörün sağ koludur. Görevi önemli ziyaretçilerle ilgilenmek, TIM deki görevlilerin görevlerini yapmalarına yardımcı olmak ve faaliyetin devam edebilmesi için ortaya çıkan sorunları

çözmektir. TY bütün önemli ayrıntıları not eder, katılımcıların izlenimlerini almak için onlarla konuşur, ve böylece özetleme bölümünü hazırlar. Tüm bu faaliyetler sırasında her parseldeki görevliler her koşulda yerlerinden ayrılamamalıdır.

1) Tanıtma ve davet

Gösteri hakkında önceden, çiftçilerin dikkatlerini çekerek onların faaliyete katılımlarını sağlamak için gösteri konusunu ve çiftçiler için önemini anlatan, dolayısıyla gösteriyi tanıtan ve çiftçileri davet eden faaliyetler düzenlemek gereklidir.

Katılma olasılığı yüksek çiftçilerle yapılan karşılıklı konuşmalar, bu topluluğu davet etmenin mükemmel yoludur. Fakat bu yol ile sınırlı sayıda görüşme yapılabilir.

Çiftçilere yönelik çeşitli toplantılarda gösteri ile ilgili temel bilgiler verilebilir. program açıklanabilir ve katılım için ikna olmalarına yönelik mesajlar verilebilir.

Köy toplantıları ve diğer sosyal içerikli toplantılar, gösteriyi tanıtma ve çiftçileri davet etmek için iyi fırsatlardır.

Çiftçilere yazılan kişisel (özel) mektuplar davet için en iyi yöntemlerden biridir. Mektuplar her çiftçiye ayrıntılı açıklamaların ulaşmasını ve faaliyetin kendileri için yararları hakkında bilgi ulaştırılmasını sağlar. Bu davet mektuplarında basit ve doğrudan konunun özünü verecek bir yol izlenmeli, metin ikna edici özellikler taşınmalı ve ilgi çekici (içerik ve şekil olarak) bir üslupla düzenlenmelidir.

Mektubun ulaştığı çiftçilerden gösteriye katılacakların sayısı öğrenilmek isteniyorsa, katılım isteğini gösteren bir formun da mektupla gönderilmesi uygun olacaktır.

Afişler(posters) hemen hemen sürekli olarak gösterilerin duyurulmasında kullanılır. Küçük gösteriler için afişler elde hazırlanabilir. Fakat büyüklerde çok sayıda iyi basılmış afişlere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu nedenle baskı makinelerinden (matbaa) yararlanılmalıdır. Afişlerde uzun cümlelerden kaçınmak gerekir. Birkaç kelime, bir sembol veya slogandan oluşmuş ve akıllıca düzenlenmiş bir afiş, hiç kimsenin okuma zahmetine girmeyeceği uzun bir hikayeden çok daha etkilidir.

Özellikle doğrudan halka ulaşamadığı durumlarda radyo-televizyon ve yazılı basın duyuruları, büyük gösteriler ve tarla günleri için çok uygundur.

Bu duyurular kısa ve öz olmalıdır. Ancak gösteri konusu, program, gösterinin halk için anlamı-önemi, tarihi, saati, yeri ve nasıl ulaşılabileceği gibi temel ayrıntılar içeren cümlelerden oluşmalıdır.

Duyurular en az iki kez yapılmalıdır. Küçük gösteriler dışında diğerlerine radyo, televizyon ve basın davet etmek faydalıdır. Bu birimlere yazmak yerine onları ziyaret ederek davet etmek daha etkilidir.

Vali, kaymakam ve diğer üst düzey yöneticileri de davet etmek gereklidir. Bu davet özel bir davet mektubuyla yapılmalıdır. Ayrıca çiftçilere yazılan genel davet mektuplarından birer tane bu özel mektuba eklenebilir.

10.2.1.3. Gösterinin Hazırlanması

1. Ön Hazırlık

Birçok gösteride bitkilerin bazı özel gelişme dönemlerinde sergilenmeleri zorunlu olur. Örneğin gösteri bitkilerin seyreltme ve ilaçlama dönemleriyle veya sulamaya ihtiyaç duydukları dönemle ilgili ise bu durumda gösteri tarihinde bitkilerin gösteriye uygun gelişme döneminde bulunması gereklidir. Gösteride istenilen gelişme düzeyinden farklı olan bitkilerle çalışmak gösterinin etkisini ve ikna etme özelliğini azaltır. Bu nedenle gösteri tarihi dikkate alınarak bitkilerin ekimi veya dikimi yapılmalıdır.

Ayrıca üreticilerin sahip oldukları koşullara uygun araçlar kullanmak gereklidir. Üreticilerin sahip olmadıkları veya olamayacakları araçları kullanmak gösteri ile amaçlananlara ulaşmayı engeller.

2. Gösteri yerini hazırlamak

Gösteriye giriş ve çıkış yolları temiz olmalıdır. Taşlar ve otlar temizlenmeli, bakımlı olmalıdır. Anayoldan farkedilecek şekilde gösteriye giriş yolu işaretlenmelidir. Gösteriye ulaşmayı engelleme endişesi duyulan kavşak ve yol ayrımlarına işaretler konulmalıdır.

Araç park girişi ve çıkışı tek yönlü düzenlenmelidir. Aynı yoldan giriş çıkış karşılık oluşturur. Park yeri temiz ve düzenli olmalı, alan toprak ise toz kalkışını önlemek için arada bir ıslatılmalıdır.

Bir gösterinin girişinde katılımcının edindiği ilk izlenim, onun neyi ve ne kadar öğreneceğini etkiler. Temiz ve düzgün yollar, çitler ve beklerken güneşten korumak amacıyla yapılmış

tenteler(gölgelikler), etkileyici slogan gibi faktörler faaliyetin etkinliği ve başarısına katkıda bulunurlar.

Kabul masası giriş yakınında ve gösteri parsellerinden en az 30 m. uzağa kurulmalıdır. Burada bir masa, sandalyeler olabilir. Bir hoporlör, basılı yayınlar, kağıt ve olağan büro malzemeleri olmalıdır. Kabul masası yakınına ek bir gölgelik daha kuralabilir. Böylelikle ilk istasyon meşgul olduğunda katılımcılar burada bekleyebilir.

Burada bekleyenleri sıkmamak için devamlı video gösterisi veya gösteri ile ilgili bir sergi düzenlenebilir.

Gösteri küçük kapsamlı ise katılımcıların fazla yorulma acıkma ve susama gibi ihtiyaçları genellikle söz konusu olmaz. Ancak yine de serinletici ikramlar (su,meyve suyu,ayran vb) yararlıdır. Eğer gösteri yolu uzun ise ikram masası ikiye çıkarılmalıdır ve uygun noktalarda serinletici ikramlarda bulunulmalıdır.

Büyük gösterilerde kuşkusuz gösteri süresi ve güzargahın uzun olması katılımcıların bu ihtiyaçlarının mutlaka karşılanmasını gerektirecektir. Katılımcıların kendilerini gösteriye verebilmeleri için bu konunun dikkate alınması gereklidir.

Sunuş ve bilgilendirme alanı gösteri yolunun başlangıcına yakın olmalıdır. Burada konuşmacı için küçük bir masa, yazı tahtası ve gerekli görülüyorsa çeşitli posterler bulundurulur. Eğer iki paralel yol planlanmışsa, mutlaka iki farklı açıklama yeri gerekmez. Her iki grupta 40 kişiyi aşmadığı sürece tek bir sunuş alana yeterlidir. Aynı gösteri giriş ve park alanında olduğu gibi gösteri alanında da bütün yollar temiz ve düzenli olmalı, yürüme yolu işaretlenmelidir (kireçle, plastik band, ip vb.).

Bazı durumlarda ziyaretçiler daha iyi duymak ve görmek için, parsel ve eğiticiye çok yaklaşırlar. Bu durumda arkada kalan bazı katılımcıların ilgilerini kesmemeleri, eğiticiyi dinlemeleri ve parseli görmelerini sağlamak için katılımcıların çok yaklaşmalarını önleyecek bir çite (ip, şerit vb.) ihtiyaç vardır.

- 3. Ekipman ve araçlar

⇒ Bir gösteride gerekli olabilecek ekipman ve araçlar aşağıda verilmiştir(Tabor,1993).

- ◇ Gösterinin yürütülebilmesi için gerekli aletler, sergiler ve diğerleri.
- ◇ Uygulamanın özlü olarak açıklanması için gerekli işaretler, yazılar.
- ◇ Ziyaretçilere izleyecekleri yolu gösterecek işaretler.
- ◇ Elektrikli araçlar (tepegöz, slayt makinası, video, bilgisayar vb.)
- ◇ Hava koşullarına önlem olarak çadır, kulübe, tente (gölgelik).
- ◇ Büyük gösteriler için bayraklar, flamalar, posterler ve çeşitli süsler.
- ◇ Yangından korunma ve ilk yardım ekipmanları
- ◇ Ücretli veya ücretsiz dağıtılacak basılı materyaller (broşürler, kitaplar vb).
- ◇ Her bir grubu diğerinden ayırmak için farklı düzenlenmiş kartlar, yazı tahtaları, sıralar, kağıt bardaklar ve çalışmanın özelliğine göre ihtiyaç duyulabilecek diğer unsurlar.

- 4. Genel deneme (Prova)

⇒ Tüm hazırlıkların tamamlanmasından sonra görevli tüm peresonelin(TİM) katıldığı “genel bir deneme” yapılmalıdır. Bu tekrar, mutlaka yapılmalıdır. Bu tekrar sırasında;

- 1- Planlamadaki hataları
- 2- Zamanlamadaki uygunsuzlukları
- 3- Görevliler arasındaki yanlış anlamaları ve bunlara benzer diğer aksaklıkları saptamak mümkün olur.

⇒ Gösteri tarihinden en az 1 gün önce tüm kadro (TİM) toplanmalı yapılacak faaliyet özetlemeli ve sırayla istasyon istasyon dolaşarak kontrol edilmelidir. Gösterinin denemesi sırasında tüm uygulamalar tek tek yapılmalıdır.

⇒ Çiftçilere duyurulmak istenen herşeyin, tüm grup elemanları tarafından duyması sağlanmalıdır. Bu şekilde herşeyin düşünüldüğü gibi olup olmadığını, tam ve açık olarak anlaşılıp anlaşılmadığını, zamanlamanın doğru olup olmadığı belirlenebilir. Tüm grup elemanlarının katılımı aksaklıkları gözleme, uygun yolları bulma ve sonuç çıkarma bakımından önemlidir.

- 5. Son dakika hazırlıkları

⇒ Gösterinin yapılacağı gün ziyaretçiler gelmeden önce tüm ayrıntılar kontrol edilmelidir. İşaretlerin yerinde olup olmadığı, kabul alanındaki gerekli ekipmanlar, ikram alanındaki düzenlemeler gözden geçirilmeli ve elektrikle ilgili uygulamalarda ise aletlerin bir kez çalıştırarak denenmesi gereklidir. Son olarak gösteri alanı baştan sona kadar(işaretler, çitler ve diğer süsler) gözden geçirilmelidir.

10.2.1.4. Gösterinin Uygulanması

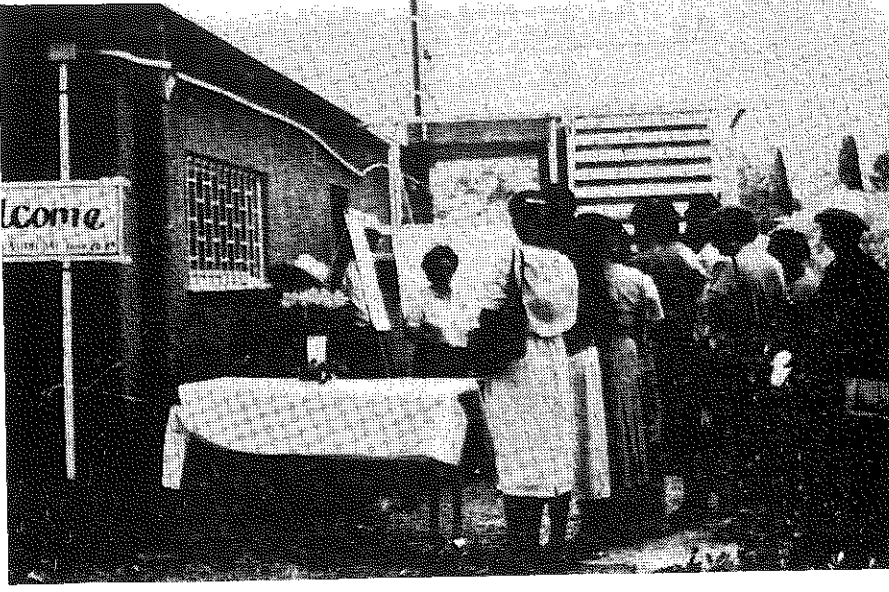
- 1. **Varış:**

• Öncelikle park yerinin en uzağındaki sıraların doldurulması gereklidir. Daha sonra park görevlisi ziyaretçilere kabul masasını gösterir.

- 2. **Kabul:**

⇒ Küçük kapsamlı gösterilerde eğitimci doğrudan ziyaretçileri karşılar, onlarla ilgilenir, uygun bir sunuş yapar ve çalışma konusuna geçer.

⇒ Büyük kapsamlı gösterilerde kabul masası görevlisi ziyaretçileri karşılar, basılı materyaller dağıtır, ziyaretçileri gruplara böler ve onları grup halinde gösteri güzergahına gönderir.



Şekil 10.3. Kabul Masası Görevlisi Katılımcıları Bilgilendiriyor

⇒ Çoğunlukla faaliyeti düzenleyenler daha sonraki faaliyetlere yardımcı olması için veri toplamak isterler. Bu veriler katılımcıların kayıtlarının tutulmasıyla elde edilir. Bu nedenle kayıt için ayrıca eleman gerekir. Hatta her katılımcı ile ilgili ayrıntılı bilgiler kaydedilmek isteniyorsa iki kişi bile gerekli olabilir.

⇒ Ziyaretçiler 15-20 kişiden oluşan gruplara ayrılmalıdır (Tabor, 1993). Böylece herşeyi kolayca görebilmeleri ve duyabilmeleri sağlanır. Her ziyaretçi dahil olduğu gruba ait numara yazılı yaka kartını üzerine tutturmalıdır. Bu uygulama görevlilere kolaylık sağlar. Kabul masasındaki yardımcı görevli grup numarası (bazen kimlik bilgisi de) bulunan kartı ziyaretçilerin yakasına (veya boynuna) takar ve sunuş ve bilgilendirme masasına ulaşmaları için yol gösterir.

• **3. Konuşma:**

⇒ Konuşma süresi 15-20 dakikadan daha fazla olmamalıdır (Tabor, 1993). Bu süre iyi planlanmalı ve hazırlanmalıdır.

⇒ Küçük gösterilerde genellikle eğitimci sunuş konuşmasını kendisi yapar. Bazen sunuş için uzman bir kişi de davet edilebilir.

Büyük kapsamlı gösterilerde ise bu iş görevli bir kişi veya bir grup eğitimcisi tarafından yapılır



Şekil 10.4. Bir İstasyonda Görevliler ve Katılımcılar

• **4. Gösteri:**

⇒ Gösteri parsellerinde konuların değişik yanları sunulur ve anlatılır. Sunuş ve anlatım şekli üzerinde gösteri konusu, ziyaretçilerin sayısı ve özellikleri, görevli personel sayısı ve nitelikleri ve diğer teknik koşullar etkilidir.

⇒ Bir grubun bir istasyona gelişinde, her ziyaretçinin anlatılanı işittiğinden ve gösterileri izlediğinden emin olmak gerekir. Grubun yarım çember şeklinde, kısa boylular önde olacak şekilde düzenlenmesi gereklidir.

⇒ Ziyaretçilerin yüzlerinin güneşle karşı karşıya gelmemelerine dikkat edilmeli, güneşin grup üyelerinin arkalarında kalmaları sağlanmalıdır. Eğitimcinin yüzü gruba dönük olmalıdır,

parsele(sergiye) değil gruba bakmalıdır. Aksi halde eğitimcinin sesi duyulmayabilir.

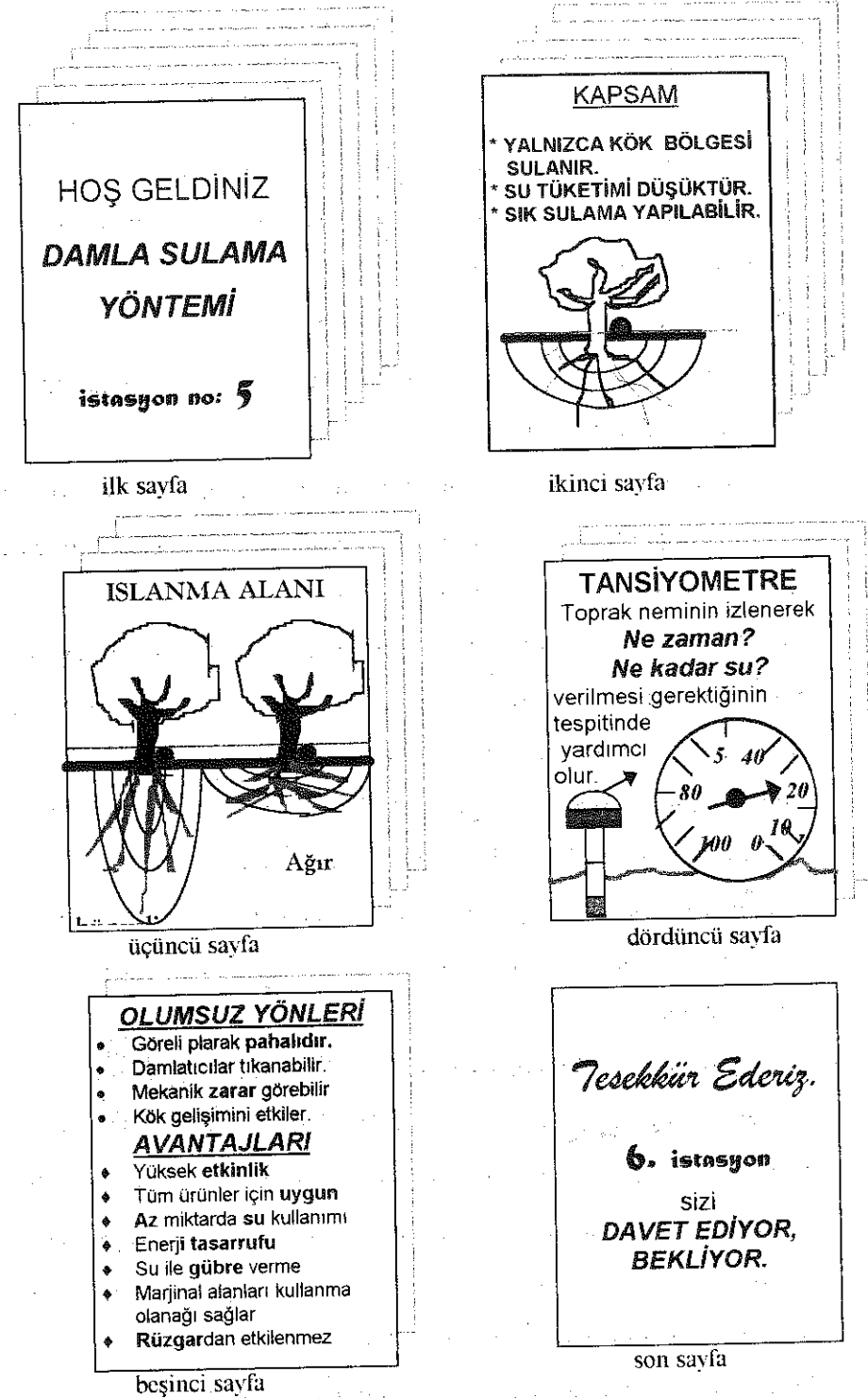
⇒ Konuşmaya bütün grup üyeleri katılıncaya kadar başlanmamalıdır.

⇒ Parselde makine veya gürültülü çalışan bir araç varsa, konuşmak istenildiğinde (makinelerin gürültüsünü bastırarak şekilde yüksek sesle konuşmak yerine) makineler kapatılmalı, gerekiyorsa tekrar açılmalıdır. Eğer makineleri durdurmamak gerekiyorsa ses yükseltmeyi sağlayan yardımcı araçlar (hoparlör, megafon gibi) kullanılmalıdır.

⇒ Gruptaki hiçbir üyenin önü kapatılmamalı, görüş alanının kapatılmamasına dikkat edilmelidir.

⇒ Sergideki bazı ayrıntıları göstermek için çubuk kullanılmalı, dikkatin ilgili alanlara çekilmesi sağlanmalıdır.

⇒ Açıklamalar açık ve öz olmalı, her koşulda mümkün olduğunca uygun görsel araçlar kullanılmalıdır.



Şekil 10.5. Bir istasyona Ait Görsel Araç (Series of Charts) Örneği

⇒ Katılımcılara rahat ve hoş bir ortamda buldukları hissi eğitimcinin davranış ve anlatım şekliyle verilmelidir. Bu hoş ortamın devamı için eğitimcinin rahat hareket etmesi, kendisine yönelen tüm soruları nazikçe cevaplandırması ve katılımcılara ilgi gösterdiğini hissettirmesi gereklidir.

• 5. Özetleme

⇒ Özetleme konuşması, sunuş ve bilgilendirme konuşmasında olduğu gibi zamanla kısıtlı değildir.

⇒ İstasyonlardaki gezilerini tamamlayan her grup, diğer grubun özetleme alanını terketmesini beklemeksizin, hemen özetleme alanındaki başka bir bölüme alınmalıdır.

⇒ Özetlemenin bir konferans havasında yapılması gerekmez. Özetleme daha çok ziyaretçilerin konuşma olanağı bulduğu bir tartışma ortamı olabilir. Tartışma lideri çiftlik koşullarını yakından bilmeli, çabuk kavrama yeteneği ile çiftçinin çeşitli sorunlarını hemen anlayabilmelidir. Bazı durumlarda küçük bir sınav sonunda ödülde dağıtılabilir ise yararlı olur. Özetleme tamamlandığında, ziyaretçiler park yerine götürülmeli ve hoş sözcüklerle uğurlanmalıdır.

• 6. Gazeteciler ve Önemli Kişiler

⇒ Büyük kapsamlı gösterilerde genellikle ilgi gösterilmesi gereken kamu yöneticileri ve gazeteciler gibi seçkin misafirler bulunur. Bu kişilerle ya koordinatör ilgilenmelidir veya bu işi yapabilecek konuyu çok iyi bilen ve uygun hitap ve davranışı gerçekleştirebilecek bir kişi görevlendirilmelidir.

⇒ Gazeteci ve önemli kişilerin oluşturduğu grup önce ikram masasına götürülerek, orada bazı ikramlarda bulunurken kısa bir açıklama

yapılmalıdır. Ayrıca çiftçiler için hazırlanan broşür ve varsa diğer basılı materyallerden verilmelidir. Görülmesinde yarar olduğuna inanılan en ilginç parselleri görmeleri sağlanmalıdır. Misafirlerin eğitimcilerle serbestçe ilişki kurmaları için uygun ortam hazırlanmalıdır. Belirli bir sırayla misafirlerin gösterinin önemli noktalarına dikkat etmelerini sağlamak gereklidir. Gazetecilerin, faaliyeti düzenleyen ve düzenlenmesine yardımcı olan kurumların isimlerinin alınıp alınmadığı kontrol edilmelidir. Yazılı ve görsel basın kullanılması ana amacın genel teknik ayrıntıları vermek değil, gelecekteki projeler için uygun ortam hazırlamak olduğu unutulmamalıdır.

• 7. Tamamlama:

⇒ Gösteri alanı son ziyaretçi gider gitmez toplanmaya başlanmalıdır. Ancak bu ilan edilen gösteri bitiş saatinden önce olmamalıdır.

⇒ Gösteriden hemen sonra tüm personel bir "Değerlendirme Toplantısı" yapabilir. Personelin hatalar ve başarılar konularında görüşlerini açıkça belirtmesine izin verilmelidir. Bu değerlendirmeler dikkatlice not edilmelidir. Toplantı, personelin yorgunluğu dikkate alınarak kısa ve konu dışına taşmayı önleyecek şekilde yürütülmelidir. Ancak toplantı başka bir güne ertelenmemeli, mutlaka aynı gün yapılmalıdır. Toplantı tüm personele hizmetlerinden dolayı teşekkür konuşması ile tamamlanmalıdır.

⇒ Gösteriden sonraki gün, faaliyetin başarıyla sonuçlanmasında katkısı olan herkese teşekkür ifadesi içeren, kendi isimlerine yazılmış birer özel mektup gönderilmelidir.

- ⇒ Koordinatör gösteri için yapılan harcamalara ait hesapları kapatmalıdır. Hata olmadığını açıkça ortaya koymalı ve ödenmesi gerekli diğer borçları hemen ödemelidir.
- ⇒ Değerlendirme Toplantısı tutanakları çoğaltılarak düzenleme komitesi üyelerine gönderilmelidir. Ayrıca kamite üyeleri gösteri tarihini izleyen ilk üç hafta içinde toplantıya çağırılmalıdır.
- ⇒ Toplantı gündemine faaliyetin planlama, hazırlama ve uygulama aşamasının teknik ve orgnaizasyonel analizini ortaya koyacak bir çalışma ve ayrıca gelecekteki çalışmalarda dikkate alınması gereken konuları da içeren bilgilerin eklenmesi uygun olacaktır.
- ⇒ Gösteriye katılan çiftçilerin, gösteri tarihinden kısa bir süre sonra köylerinde ziyaret edilmesi ve onlarla görüşmeler yapılması gösterinin etkisini anlama ve bu etkinin hala devam edip etmediğini görme bakımından önemlidir.
- ⇒ Ayrıca çiftçilerin katıldıkları faaliyetle ilgili olarak ziyaret edildiklerinin anlaşılması, çiftçilerin söz konusu faaliyetle ilgili bilgilerini tazelemeye ve yeni bilgi ve uygulamaları uygulayıp uygulamama konusunda henüz karar vermemişlerse tekrar konu üzerinde düşünmelerine yardımcı olunacaktır.
- ⇒ Ayrıca katılma çiftçilere diğer yayımcıların ne ölçüde gösteride verilen konular üzerinde durduklarını sormak gereklidir. Gelecekte düzenlenecek gösterilerle ilgili katılma istemleri de öğrenilmeye çalışılmalıdır.
- ⇒ Bu gezi sonrası bulgular özetlenmeli, elde edilen sonuçlar belirtmeli ve ilgili herkese rapor halinde gönderilmelidir.

10.2.2. Tarla Günleri ve Gezileri

Tarla günleri (the field days) ve tarla gezileri (the field trip) üreticilerin tarımsal yenilikleri yerinde gezip görmeleri için düzenlenir. Eğer tarla günü tartışma ve demonstrasyonlarla kombine edilirse çok yararlı olur. Özellikle bu faaliyetler yayım projelerinde yer almalıdır.

Tarla gezileri çoğu zaman günü birlik olur. Fakat çok azda olsa birkaç günlük gezilerin düzenlendiğine de rastlanmaktadır. Bu gezileri düzenlemek oldukça zor ve masraflıdır.

Tarla gezileri düzenlenirken bazı konulara dikkat edilmelidir. Bunlar;

- Gezi için uygun zamanın belirlenmesi çok önemlidir. Konunun özelliğine göre, bitkilerin çeşitli gelişme dönemlerinde geziler düzenlenebilir. Ancak hasat dönemine yakın zamanlar geziler için daha fazla kullanılabilir. Çünkü çiftçiler bitkilerin gelişmelerini en iyi şekilde bu zamanlarda görürler. Böylece yeni tarım tekniklerinin eskilerle karşılaştırması daha iyi bir şekilde yapılır. Gezi konusu yeni bir çeşit tohumluğun verim yüksekliğini göstermek ise, gezi tarihi olarak hasat zamanının belirlenmesi daha etkili olabilir. Zaten bu gezilerden amaç, çiftçilere yeni yöntemlerin faydalarını göstererek, bilgilenmelerini sağlamaktır.
- Gezi, konuya sahip çıkacak ve ilgi duyacak kişiler için düzenlenmelidir. Gezi konuyla ilgili kimseleri kapsamalıdır.
- Geziye mahalli düzeyde bilinen ve etkili olabilecek biri de davet edilmelidir. Bu kişi yörenin tanınmış bir üreticisi olabilir.
- Bunun yanında vali, kaymakam veya tarım il-ilçe müdürleri gibi yöneticilerin de davet edilmesi uygun olacaktır.

- Geziler üreticilerin kendi arazilerinin çok yakınındaki yerlere düzenlenmemelidir. Çünkü üreticiler zaten yakındaki yenilikleri her an görebilirler. Mümkünse kendi olanaklarıyla göremeyecekleri bir başka yöreye düzenlenmelidir.
- Gezi programı sırasında üreticilere rahatlatıcı veya serinletici içecekler ve yiyecekler ikram edilmelidir. Ancak mümkünse bunların masrafları organize eden yayım kuruluşu veya komitece karşılanmalıdır.

Geziden sonra, faaliyetin bir değerlendirmesi yapılmalı ve mümkünse çiftçilerle ilişki kurularak, gezi konusunu tamamlayıcı bilgiler gönderilmelidir.

10.2.3. Çiftçi Kursları

Üreticilerin bilgilendirilmesi amacıyla düzenlenen kurslar bölge, il, ilçe ve köy düzeyinde olabilir. Bu kurslar için en gerekli unsurlar eğitim ve konaklama mekanları, öğretim araçları ve yetişmiş personel varlığıdır.

ÖRNEK

Bölge düzeyinde seracılık konusunda 5.000 kişiye yönelik 5 gün süreli bir kurs düzenlenmesi planlanmıştır.

Olanaklar bir kurs dönemi için 100 kişiye barınma ve eğitim vermeye yeterlidir. Bu durumda 5.000 kişinin kurstan geçirilmesi için 50 kurs dönemine ihtiyaç vardır. Dolayısıyla 5 bin kişinin eğitimi için yaklaşık 1 yıllık süre gereklidir. İki kurs noktası oluşturulabilse dahi bu süre 25 haftaya düşebilir. Kursa alınacak kişi sayısının 5 bin değilde 20 bin hatta 50 bin olacağını düşünürsek, bölge ve il düzeyinde çiftçi kursları düzenlemenin hem masraf, hem de fiziksel donanım ve yetişmiş personel bakımından ne kadar zor olduğu anlaşılabilir.

Ayrıca kurslara katılacak olan üreticilerin eğitim düzeylerinin de düşük olabileceği düşünüldüğünde, kurslarda kurs konusu yanında, bazı pratik bilgilerin de verilmesi gerekecektir. Böyle bir eğitimden sonra kursa katılanlar, yeni tarım tekniklerini daha iyi anlayabilirler.

Bu tür kurslara olabildiğince sorunları birbirine benzer olan üreticilerin katılmasında yarar vardır.

Üretici kurs nedeniyle 3-5 gün için de olsa ailesinden ayrı kalmak istemez. Bu nedenle bu tür kurslara üreticilerin önemli bir kısmı ilgi duymazlar.

Kursların başarılı olabilmesi için, üreticiler üzerinde etkinliği olan kişilerin kursa katılmaları yada kursa ilgi göstermelerinde yarar vardır. Bu nedenle kurs düzenlenirken bu kişilerin, kursta görünmesi sağlanmalıdır. Bunların dışında köy öğretmeni, imam ve küçük esnaf gibi daha fazla eğitim düzeyine sahip kişilere, kursun amacı açıklanmalı ve bunlardan destek istenmelidir. Bu kişilerin yapacağı olumlu propagandalar, kursun başarısını etkileyebilecektir.

Eğitim merkezlerinde kurs düzenlemenin zor ve masraflı oluşu nedeniyle bu tür kursların köyde, köy okulunda veya köy odasında veya kahvehanesinde düzenlenmesi daha uygun olur. Bu uygulama, il veya ilçelerde eğitim merkezlerinde kurs vermeye göre daha az masrafla gerçekleşir. Ancak bu kurslar yarım gün dolu, yarım gün boş gün olarak düzenlenirse, üreticinin zamanını daha iyi değerlendirmesine yardımcı olunur(Payr ve ark.,1982).

Kurs sırasında konu dışındaki eğlence ve gezilere de yer verilmelidir. Zira bu tür faaliyetler kursiyerlerin, kursu yönetenlerle

daha iyi kaynaşmasına sebep olduğu gibi, teorik bilgilerin uygulanmış şekillerini de yerinde göstermeye fırsat verir

Kurslar tamamlandıca bir değerlendirme yapılır ve bu konuyla ilgili olarak düzenlenecek bir rapor, yayım merkezindeki sorunlulara sunulmalıdır

10.2.4 Yarışmalar

Yarışmalar, üreticiler arasında rekabet oluşturarak, üreticilerin tarımsal becerilerini yükseltmek ve böylece etkinliklerini arttırmak için yapılır. Özellikle genç üreticilerin özel konulara yoğunlaşmalarını ve yeniliklere açık olmalarını sağlanada etkin bir yöntemdir

Yarışmalar, hayvan yetiştirme belirli bir ürünü en iyi yetiştirme veya en iyi traktör kullanma gibi çok çeşitli alanlarda düzenlenir. Yayımcılar bu tür yarışmaların organizasyonunda ve yönetiminde önemli rol oynarlar. Yarışma sonucu, üreticilere çeşitli dereceler için ödüller verilir. Ülkemizde son yıllarda yaygınlaşmaya başlamış etkin bir grupsal yayım yöntemidir

10.2.5 Toplantılar

Toplantılar, genellikle bir konuda karar almak veya bilgi vermek amacıyla yapılır. Yapılış biçimlerine ve kapsamlarına göre çeşitli şekilde gruplandırılır ve çeşitli adlar alır. Bu nedenle günümüzde en çok gerçekleştirilen birkaç toplantı çeşidi ele alınacaktır. Fakat toplantıların çeşitlerine geçmeden önce toplantılarda dikkat edilmesi gereken belli başlı konular kısaca açıklanacaktır

10.2.5.1. Toplantılarda Dikkat Edilecek Konular

Toplantılarda **dikkat noksanlığını** asgariye indirmek gerekir. Dikkat noksanlığı, dikkatin konuya tam olarak verilememesi veya dikkatin sapmalara uğramasıdır.

Örneğin, bir toplantıda veya bir yerde tanıştığınız bir kişinin ismini, bir hafta sonra karşılaştığınızda hatırlamıyorsanız, bunun altında yatan esas neden, tanıştığınız anda dikkatin kişiye veya konuya iyi verilmemesidir.

Dikkatin kişiye ve konuya verilmesi, nehrin kaynağından çıkışından denize dökülünceye kadar izlemiş olduğu yola benzer. Çünkü nehir kendine en az karşı koyan yolu tercih eder. Dikkatte aynen nehrin akışı gibi kıvraktır. Haberleşmede bulunurken, kişinin dikkati de kendisi için en kolay yöne yönelir. Bunun için dikkatin belirli bir konuya verilmesi çok zordur. Fakat dikkatin bu sapmalarını önleyebilmek için alınması gerekli bazı önlemler de vardır. Dikkat noksanlığını önlemede alınabilecek önlemlerden başlıcaları şunlardır;

- **a) Dinlemeye hazırlanma:** Bu hazırlık bedenlen ve zihnen olmalıdır. Örneğin bir toplantıya katılacak ve bir konuşma yapacaksınız. Konuşma metninin oluşturulması için yapılan düşünsel hazırlık, konunun zihinde kurgulanması, kapsamı, katılacak grubun özelliklerinin dikkate alınması, metin hazırlığı için geçecek sürenin ayrılması, kendini konuşmaya hazır görme gibi konuşma anına kadar geçen süredeki tüm zihinsel faaliyetler zihinsel hazırlık olarak ifade edilebilir. Bunu dışında fiziksel çabaların tamamı (bilet alma, bagaj hazırlığı, malzemelerin düzenli olarak yerleştirilmesi, iyi bir kahvaltı vb) bedenlen yapılan hazırlığı ifade etmektedir. İşte herhangi bir haberleşmede dikkatin

konuya verilmesi örnekteki gibi, o konuya bedenlen ve zihnen hazır olmayı gerektirmektedir.

- **b) Hislerin Kontrolü:** Kişilerin hissi bakımdan tam anlamıyla sakin olması güçtür. Fakat konuşmacı ile dinleyici arasında hissi engeller büyük ölçüde kaldırılabilir. Bunun için tarafsız ve ön yargısız bir şekilde hareket etmek gerekir. Konuşmacının giydiği elbiseye, fiziki görünümüne, konuşmasına bakıp, ilginçlikler yakalamaya çalışmak, konuşmacı ile kişi arasında diyalog kopukluğuna neden olacaktır. Bunun için konuşmacının davranışlarını incelemek veya eleştirmek yerine kişinin kendini konuya vermesi gerekir. Böylece haberleşme yönünden hissi engeller önemli ölçüde aşılmış olunur.
- **c) Dinlerken Anafikirler Yakanmalı:** Bir konu, ana fikir ve bunu destekleyen 2 veya 3 yardımcı fikirden oluşur. Konuşmacı dinlenirken esas anafikir ve bunları destekleyen yardımcı fikirler yakanmalıdır. Bunun için konuşmacının anlattıklarını kişi bir defa da kendi zihninde canlandırmalıdır. Bunun için kişi kendi kendine, aşağıda belirtilen türde sorular sormalıdır; "-Konuşmacı anafikri vurguladı mı, vurgulamadı mı?", "-Anafikri sonra mı söyleyecek, yoksa detaylı bilgi verip anafikri en sonunda mı belirtecek?" Başkasının konuşmalarını ve karmaşık fikirlerini bir kamerayla izler gibi izlemek kolay değildir. Bunları yapabilmek için biraz da yetenek ve deneyim gereklidir. Bu nedenle bu yeteneklerin geliştirilmesi ve deneyim kazandırıcı faaliyetler üzerinde durmak gereklidir.
- **d) Zihinsel Çabukluk:** Kişi kendini konuya verirse, düşünme ve aynı zamanda konuşmayı izleme hızı artar. Bu izleme hızı

konuşmacının konuşmasını sözlü olarak dinleyiciye iletmek için kullandığı hızdan daha fazladır. Bunun için konuşmacının söylediklerinin ve bunların anlamlarının zihinde canlandırılması ve aynı anda önceden tahminler yapılması gerekir. Zira zihnin konuya adaptasyonu ve bunlar hakkında tahminler yapabilmek gücü, haberleşme hızından daha fazladır.

10.2.5.2. Toplantı Çeşitleri

a) Konferanslar

Konferanslar yaşamımızda çok önemli bir yer tutar. Özel ve kamu kuruluşları sorunlarını çözmek, ilerde yapılacak işleri planlamak ve gelecekteki liderlerini yetiştirmek gibi çok çeşitli amaçlar için konferanslar düzenlerler. Bir idareci veya yetkili sorun çözmede, ne kadar yetenekli olursa olsun, aynı konuda yetenekli diğer kimselerle yapacağı görüşme ve bilgi alışverişinden sonra sorunu daha iyi ve kolay çözebilir. Atalarımız "*Akıl akıldan üstündür.*", sözü ile bir sorunun çözümünde kişiler arasında bilgi alışverişinin önemin vurgulamışlardır. İşte konferanslar sorun çözme bakımından önemli bir araçtır.

Konferansta hazırlık önemli bir aşamadır. Konferansı başlamadan önce konferansı verecek olan kişinin iyi bir hazırlık yapması ve yazılı metin haline getirdiği metinde çözüm önerilerinin bir listesini de vermesi gereklidir.

Katılımcıların mümkünse kurumları, eğitim ve deneyim düzeyleri bilinmelidir. Konferansı sunan, önceden bu bilgilere sahip olursa mesajlarını onu göre düzenleyebilir ve kendisine yöneltilen eleştiri ve katkıları da önceden tahmin ederek, hazırlık yapabilir.

Konferansın başarılı bir şekilde geçmesi için gerekli fiziki koşulların sağlanması da konferansı düzenleyene aittir. Masa ve sandalyelerin temini, ses, ışık ve sıcaklık düzenlemesi önceden ayarlanmalıdır.

Konferans sırasında birbiriyle uyuşmayan öneriler yapılabilir. Bu tür uyuşmayan öneriler gerekçelerdeki farklılıktan veya seçilen sözcüklerden ileri gelebilir. Bunun neden kaynaklandığı bilinmelidir. Ayrıca konferans sırasında amaçlı eleştirilerle konferansı belli bir yöne (ideolojik vd) çekmek isteyen kişiler çıkabilir. Bu kişilerin davranışlarına engel olunmalıdır. Daha çok objektif eleştiri ve önerilerde bulunan kişilere daha çok fırsat verilmelidir.

Konferans hareketli ve çok tartışmalı bir ortamda geçiyorsa, heyecanın yatışması için 5-10 dakika ara verip, katılımcıların dışarıya çıkması sağlanmalıdır. Bir çay veya kahve molası bahane edilip, verilecek aradan sonra konferansa devam edilirse, katılanlar sorunlara daha objektif bakabilme fırsatını bulabilirler.

Konferansta tam bir görüş birliğinin sağlanması için zorlayıcı uygulamalardan sakınılmalıdır. Böyle toplantılarda tutarlı gerekçelere dayanan farklı görüşler ortaya konulabilir ve görüş ayrılıkları olabilir. Bir konu hakkında herkes tam bir görüş birliğine varırsa, bu bazan hiç kimsenin o sorun üzerinde layıkıyla düşünmediğini gösterir. Bu nedenle bu tür görüş ayrılıklarının olması bazen çok daha yararlı olabilir.

b) Sempozyum

Bilimsel ve teknik konuların uzmanlarca birkaç gün içinde açıklığa kavuşturulması için yaptıkları toplantılardır. Konular genellikle önceden belirlenir ve yazılı metinler halinde sempozyumu

düzenleyen kişi veya kuruluşa gönderilir. Metinlerin, sempozyumun konu ve amacı doğrultusunda ele alınıp alınmadığı kontrol edilir. Gerekli görülürse düzeltilmesi için tekrar uzmana geri gönderilir. Bu düzeltmeler yapıldıktan sonra, mümkünse sempozyumdan önce metinler topluca bir yazılı metin halinde getirilir. Aynı şekilde sempozyumla ilgili program da mutlaka yazılı metin haline getirilmelidir. Bu programlar sempozyumdan en az 15 gün önce, sempozyuma katılması istenen kişilere gönderilmelidir. Aslında sempozyumda tartışılacak bildirileri içeren yazılı metnin de önceden katılması istenen kişilerin eline geçmesinde yarar vardır. Fakat uygulamada genellikle sempozyumun başladığı ilk gün dağıtmakta veya konuşmacının bildirisini sunmaya başlamasından birkaç dakika önce dağıtmaktadır. Böyle durumlarda katılanlar, bildirileri önceden okuma ve inceleme fırsatı bulamamakta ve sempozyum için yararlı olacak eleştirilerde de bulunamamaktadır. Bu nedenle sempozyumda tartışılacak bildirilerin, davet edilecek kişilere programla birlikte önceden gönderilmesinde yarar vardır.

Sempozyuma katılanlar bildiri sahibine soru yöneltebilirler. Oturum başkanı, bu soruları dilerse her konuşmacının bildirisini bitirdikten sonra veya oturumun sonundaki tartışma bölümünde cevaplandırmasını isteyebilir.

Dinleyiciler tarafından konuşmacılara sorulacak soruların, önceden bu amaçla hazırlanmış soru kağıtlarına yazılarak yöneltilmesi, karışıklıkların önlenmesi bakımından çok yararlı olur.

Sempozyumun sonunda oluşturulacak bir komite, sempozyumun bir değerlendirmesini yapar. Bu değerlendirme dinleyicilere açık olarak yapılır.

Sempozyum konferanstan farklı olarak, sorunun çok çeşitli yönlerinin, konusunda uzman kimselerce açıklığa kavuşturulması amacıyla düzenlenir. Konferans gibi kısa süreli olmayıp 3-5 gün devam edebilir.

c) Panel (Açık oturum)

Panel, dinleyiciler önünde bir konuşmacı grubu tarafından genellikle sosyal, ekonomik ve politik bir konuyu tartışmak amacıyla düzenlenen toplantılardır. Konuşmacılar sohbet ediyormuş gibi konuşabilirler. Ancak, konu dışına çıkan konuşmacıya panel yöneticisi müdahale edebilir. Panel yöneticisinin dikkat etmesi gereken en önemli husus, konuların iyi anlaşılmayan yönlerini not edip, panel sona ermeden, bu konuları ilgili kimselere yöneltmesidir. Ayrıca panel yöneticisi, paneli tarafsız bir tutumla yönetmeye azami özen göstermelidir.

d) Yenilikçi Toplantı Biçimleri

Bu tür toplantıların diğerlerinden farkı, dinleyicilerin aktif bir şekilde katılımının sağlanmasıdır. Bu katılım iki şekilde olabilir. Birinci türde dinleyicilere hiçbir kısıtlama getirilmeksizin ve verecekleri önerilerin pratikte uygulama olanağı bulunup bulunmayacağı düşünülmeyen görüşleri ileri sürmeleri sağlanır. Böylece kişilerin çok çeşitli görüşlerle toplantıya aktif bir şekilde katılımı sağlanmış olur.

İkincisi vaka yöntemidir. Gerçek hayatta karşılaşılabilecek olan olaylar senaryo edilir ve vakayı tartışan dinleyiciler, vaka ile ilgili olarak somut kararlar alırlar. Böylece katılanlara gerçek yaşamdaki benzeri durumlarla ilgili deneyimler kazandırılmaktadır. Her iki teknikten de günümüzde önemli ölçüde yararlanılmaktadır.

10.2.6. Yayın Kampanyaları

Kampanya, genellikle çalışma dönemi anlamında kullanılmaktadır. Örneğin, “Şeker fabrikaları kampanyaya başladı”, dendiğinde, sezonluk işlerin başlama dönemi anlaşılır.

Tarımsal yayım da ise kampanya, dikkat ve ilgiyi belli süre ile herhangi bir konu üzerine çekebilmek amacıyla girişilen faaliyetlerdir.

ÖRNEK:

Beyaz sinek veya süne ile mücadele konusunda bir kampanya başlatılmış olsun. Belli bir sürede görsel ve işitsel haberleşme araçlarından yararlanarak beyaz sineğin veya süne zararlısının fizyolojik yapısı, çoğalması, çoğalmasını artıran koşullar ve tarımsal savaş yöntemleri gibi konular, radyo, televizyon, film, slayt gibi araçlarla ilgili kitleye tanıtılır ve öğretilirse, tüm yapılan bu işler kampanya kapsamında ele alınır.

Kampanyanın başlatılabilmesi için sorunun, geniş bir kitleyi ilgilendirmesi ve sorunun çözümünün, çiftçilerin başarabileceği nitelikte olması gerekir. Sorunun önemine göre kampanya ulusal, bölgesel ve yöresel olabilir. Örneğin soya ekiminin yaygınlaşması için Çukurova bölgesindeki başlatılan kampanya bölgesel niteliktedir.

Kampanyanın başarılı olabilmesi için kampanyanın belli bir zaman süreci içinde belirli aşamalar halinde uygulanması gerekir (Şenocak,1967). Bu aşamaların neler olduğu ve bu aşamalarda dikkat edilmesi gereken konular kısaca belirtilecektir.

a) Kampanyayı planlama aşaması

Kampanyanın başlama zamanını iyi saptamak gerekir. Geniş bir kitleyi ilgilendiren bir sorunun çözülmesinin zorunlu hale geldiği bir zamanı seçmekte yarar vardır. Yayın kampanyaları 1 hafta veya 15

gün devam edebileceği gibi bazen süre daha da fazla (2 ay kadar) olabilir. Bu nedenle kampanyanın ne zaman başlayacağı planlanırken, kampanyanın devam edeceği süreyi de dikkate almak gerekir.

Kampanyanın başarılı olabilmesi için kampanya sırasında yararlanılacak haberleşme araçlarının da planlanması zorunludur. Hangi haberleşme araçlarından ne zaman, nasıl yararlanılacağı bu aşamada belirlenmelidir.

Bunların belirlenmesinde sorunun içerik ve önemi etkili olduğu kadar, kampanyayı başlatacak kuruluşun finansman kaynaklarının durumu da etkili olabilmektedir. Örneğin bütçesinde yeterli ölçüde ödeneği bulunan kuruluş, kampanya sırasında televizyon ve filmlerden de geniş ölçüde yararlanabilir. Bu nedenle yayım kampanyası için yapılacak masraflarla ilgili olarak bir bütçenin de önceden planlanması gerekir.

Bunların dışında, yayım kampanyası ile ilgili konu hakkında özet bilgileri içeren bir el kitabının da hazırlanmasında yarar vardır. Bu el kitabında yer verilebilecek bilgiler şunlar olabilir:

- 1- Sorunun önemi ve çözümüne ilişkin bilgiler
- 2- Çiftçilere önerilebilecek pratik bilgiler
- 3- Kampanyanın başarıya ulaşmasıyla elde edilecek yararlar
- 4- Kampanya sırasında işbirliği yapılacak kuruluşlar
- 5- Kampanya sırasında yararlanılacak araçların listesi

Yukarıdaki bilgilerden de anlaşıldığı gibi el kitabı, kampanya ile ilgili faaliyetlerin esaslarını içermekte ve koordinasyonu kolaylaştırmaktadır.

Kampanyanın başarılı olabilmesi için, çeşitli uzmanlardan oluşan bir komite kurulması ve işlerin bu komiteye üstlenilmesinde yarar vardır.

b) Personeli hazırlama aşaması

Kampanyanın başarılı olabilmesi için yetiştirilmiş bir kadro ve etkin bir işbirliğinin sağlanması gereklidir. Bu nedenle kampanyada yararlanılacak personelin belirlenmesi sırasında personelin seçimi üzerinde özenle durulmalıdır.

Seçilecek personel, üst düzeyde uzmanlar, teknisyenler ve önder çiftçiler olabilir. Bunları kampanyadan önce kampanyanın içeriği, önemi, uygulamalar hakkında bilgilendirmek gerekir. Çünkü kampanyanın amaçları ve sorunlar iyi bilinmedikçe, kampanya başarılı olamaz. Bu nedenle kampanyaya başlamadan önce gerekli görülen personelin kampanya için hazırlanması gerekir.

c) Yayım araç ve materyalini hazırlama aşaması

Kampanya sırasında yararlanılacak fotoğraflar, resimler, pankartlar, filmler ve slaytlar belirlenir. Ayrıca bunların kampanyanın hangi aşamasında ve nasıl kullanılacağı da saptanır. Ancak hazırlanan materyallerin daha sonraki kampanyalarda kullanılma olasılığı var ise, materyaller bunu da göz önüne alarak hazırlanmalıdır. Böylece zaman, emek ve para tasarrufu sağlanmış olunur.

d) Kampanyayı başlatma aşaması

Kampanya başlatılırken ilgi kampanyanın açılışı üzerine yönlendirilmelidir. Bunun için açılışa basın, radyo ve televizyon kurumlarının elemanları özel olarak davet edilmelidir. Ayrıca kampanyanın başladığı yörede üst düzeydeki yöneticilerin kampanyaya

katılmaları da sağlanmaya çalışılmalıdır. Kampanyanın açılışında bir bakan, milletvekili, vali veya bir belediye başkanının hazır bulunması ve kampanyayı başlatması, kitlenin dikkatini kampanyanın açılışına çekmede etkili olur. Kampanya için hazırlanmış olan yazılı materyale bir üst yöneticinin veya sevilen ve tanınan birisinin resminin basılması da kampanyanın başlangıcında ilgi uyandırabilir.

Kampanyanın açılışından sonra kampanya ile amaçlanan konular, çiftçilere benimsetilmeye çalışılır. Bunun için kampanyada amaçlanan konuların uygulanmasına yönelinmelidir. Bu konuda çiftçilere yeterli bilgi ve ilgili diğer materyaller sağlanmalıdır.

Kampanya süresince, herkesin anlayabileceği bir dil kullanılmalı ve teknik terimlerden kaçınılmalıdır. Mümkün olduğunca faaliyetler esas konu üzerine yoğunlaştırılmalıdır. Kampanya ile verilmek istenen önemli bilgiler sık sık tekrar edilip, üzerinde önemle durulmalıdır. Konuların daha iyi anlaşılabilmesi için, o yörede uygulanabilen örnekler verilmelidir. Kampanyayı üstlenen kişi veya kişiler, samimi ve içten görünmeye özen göstermelidirler.

e) Değerlendirme aşaması

Bu aşama, kampanyanın başarılı olup olmadığı konusunda yapılan çalışmaları içerir. Başarı değerlendirmesi, kampanyayı izleyenlere yöneltilen sorulardan alınacak cevaplarla kampanyayı organize eden birim veya tarafsız elemanlardan oluşturulan bir komisyon tarafından da yapılabilir. Kampanya sonrası yapılacak objektif değerlendirme ile ilgili olarak dikkate alınması gerekli bazı esaslar üzerinde durmakta yarar vardır.

- Her şeyden önce kampanya değerlendirilirken, istenen değişikliğin sağlanıp sağlanmadığı üzerinde durulmalıdır. Ayrıca kampanyaya ilginin az olması halinde, çiftçilerin ilgi duymadığı gibi bir sonuç çıkarılmamalıdır. Çünkü mesajlar çiftçiler için uygun olmamış olabilir. Yada iletilmek istenen yenilikler çiftçilerce iyi anlaşılmamış olabilir. Bu nedenle daha başlangıçta çiftçilerin ilgileri, değerlendirmede esas kriter olarak alınmamalıdır.
- Kampanyanın değerlendirilmesi yapılırken konuya yalnız fiziksel hedeflere ulaşıp ulaşılmadığı açısından bakılmamalı, faaliyetlerin genel bir değerlendirilmesi yapılmalıdır. Örneğin Çukurova bölgesinde sulanabilir alanlarda buğdaydan sonra ikinci ürün olarak soyanın yetiştirilmesi için kampanya başlatıldığını varsayalım. İlk iki yılda buğday ekili alanların %60'ında soya ekiminin gerçekleşmesi planlanmış ve bu fiziki miktarlara da ulaşılmış olsun. Bu fiziki değerlerin verdiği olumlu mesajlar yanında, çiftçiler üzerinde etkili olan yayım yöntemleri (demonstrasyon, tarla günleri, toplantılar vb), başarılı olan ve olamayan görevlilerin belirlenmesi gibi konuların da dikkate alınması gerekir. Böylece bu değerlendirme ile gelecekteki kampanyalara da ışık tutulmuş olmaktadır.

10.3. Kitlesele Öğretim Teknikleri

Dünya'da, tarımsal yayım faaliyetleri kapsamında kullanılan, üçüncü önemli öğretim tekniği (% 16) kitlesele öğretim teknikleridir. Bu kapsamda önemli teknikler aşağıda verilmiştir.

1. Televizyon yayıncılığı
2. Radyo yayıncılığı
3. Yazılı yayıncılık (basılı yayınlar: gazete, sirküler mektuplar, çiftçi broşürleri vd)

Bilgi ve fikirlerin büyük ve dağınık bir kitleye iletilmesinde yararlanılan kitlesele tekniklerden özellikle yeniliklerin dağınık kitlelere ulaştırılmasında ve duyurulmasında çokça yararlanır. Bu teknikler görsel ve işitsel özellikte olup bilgiyi aynı anda çok büyük kitlelere hızlı ve kolay bir şekilde ve düşük maliyetle ulaştırma avantajı sağlar. Ancak etkinlikleri, bilgi akışının tek yönlü olması ve geri beslemenin (feed-back) gecikmeli olarak sağlanması nedeniyle sınırlıdır (Taluğ,1981; Behrens ve Evans,1984; Gürgen,1989a.;Oakley ve Garforth,1988). Özellikle bu yöntemin tarımsal yeniliklerden üreticileri haberdar etmede etkinliğinin yüksek ve yayım elemanları tarafından ulaştırılan bilgilerin desteklenmesinde kullanılabileceği unutulmamalıdır.

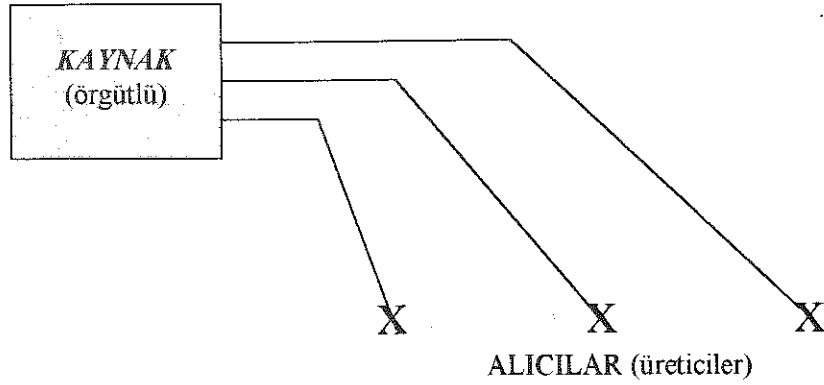
Haberleşme olanaklarının gelişmesi insan kültüründe önemli değişikliklere yol açmakta, ilerlemeyi hızlandırabilmekte, yaşam tarzının değişmesine yol açmaktadır (Mc Luhan,1967;akt:Oskay,1978). Ancak tek başına kitle haberleşmesi, varolan toplumsal yapı (1) değişmediği sürece ve yenileşme-gelişmeyi sağlayıcı diğer etmenlerle biraraya getirilemediği sürece yalnızca halk kitlelerine yeni istekler

(1) Yani az gelişmişliğin yapısal sınırlamalarının (üretim ilişkileri, sosyal ilişkiler, yerleşme biçimi, sosyal örgütlenme düzeyi, kültürel yapı vb.) kırılıp atılmadığı süreç.

uyandırmada (yeniliklerden haberdar etmede) etkili olmaktadır. Bu nedenle kitle haberleşme araçları kalkınma planlarındaki işlerin gerçekleştirilmesinde toplumu değiştirememekte ve harekete geçirememektedir(Oskay,1978).

Buna göre toplum yapısına ilişilmediği sürece kitle haberleşme araçları, kitledeki tutumları değiştirmekten, çok onların yenilikler hakkında bilgi edinmelerine yardımcı olur. Bu nedenle az gelişmişlik özelliğine sahip toplumlarda kitle haberleşme araçları topluma yeni tutum ve beceriler kazandırmanın dışında, toplumu yeniliklerden haberdar etmek ve diğer araçlarla ulaştırılan bilgilerin pekiştirilmesinde kullanılır.

Kitlesele tekniklerde kaynak, diğerlerinden farklı olarak birden fazla kişiden oluşabilir. Böyle bir grup genellikle örgütlenmiş bir gruptur. Çünkü, grubu oluşturan çok sayıdaki kişi, bu bilgileri çok çeşitli kaynaklardan toplar, inceler, ayıklar, düzenler ve alıcıya iletirler. Gazetelerde veya televizyonlarda olduğu gibi kaynak çok sayıda gazeteci veya televizyon yayıncısından meydana gelmiştir. Görüldüğü gibi bunlar gazete veya televizyonların bünyesinde örgütlenmişlerdir. Dolayısıyla kitle yayım araçlarında kaynak örgütlenmiştir, denilebilir. Bu durum Şekil 10.6'da görülmektedir.

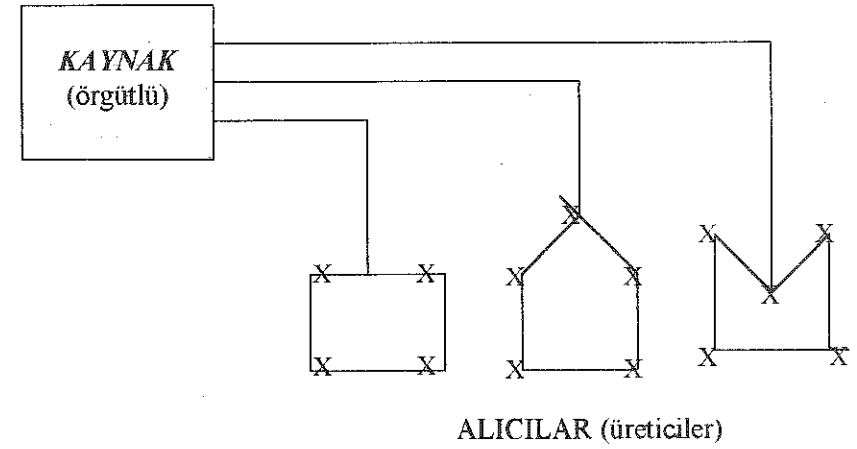


Şekil 10.6. Kitle Haberleşmesi

Şekilde görüldüğü gibi örgütlü kaynaktan çıkan mesajlar, birçok alıcıya ulaşmaktadır. Şayet mesaj örgütlenmemiş bir kaynaktan çıksaydı. Alıcı da sosyal, ekonomik ve doğal ortamda yaşayan ve bu ortamların etkisi ile farklı yorumlar yapmamış olsaydı. Alıcı ile verici arasında, yukarıda belirtilen sakıncalardan arındırılmış ortamda bir haberleşme olabilirdi. Ancak kitle yayım aracından çıkan mesaj alıcıya ulaşınca, alıcı belki bu mesajı kişisel yapısına göre yorumlayacaktı. Ancak grubun etkisinde kalınca mesajın farklı yorumlama olasılığı da vardır.

ÖRNEK

İlan edilen buğday taban fiyatından üretici çok memnun kaldığı halde, ait olduğu grup elemanları hükümete karşı bir tutum içine girmişlerse, bu üreticinin de grup üyelerinin gösterdiği reaksiyonu gösterdiği görülmüştür. Dolayısıyla üretici, ait olduğu grubun etkisiyle kendisine ulaşan mesajı tek başına ve bağımsız olarak yorumlayamamıştır.



Şekil 10.7. Grup Üyeleri Aracılığı ile Kitle Haberleşmesi

Şekilde görüldüğü gibi üretici A kendisine ulaşan mesajı, E,D,C ve B'nin etkisiyle bağımsız bir şekilde yorumlayamıyor ve iletilemiyor. Bu nedenle kitle iletişim araçlarından yararlanırken, iletilecek mesajların grup elemanları ve özellikle grup liderleri tarafından kontrol altında tutulacağı ve grubun inanış ve çıkarları doğrultusunda yorumlar yapılacağı bilinmelidir.

10.3.1. Kitleysel Tekniklerin Etkinlikleri

Bu tekniklerin etkinlikleri, hedef alınan kitlelerin özelliklerine, iletilecek mesajların içeriklerine, mesajları sunacakların kapasiteleri ve özelliklerine ve diğer bazı nedenlere bağlıdır. Heflenen kitlenin özelliklerine göre TV, radyo veya gazete gibi araçlardan biri veya birkaçı seçilebilir. Bilindiği gibi eğitim düzeyi düştükçe görsel ve işitsel araçlara önem verilmesi daha akılcıdır. Eğitim düzeyi yüksek olan Kuzey Avrupa ülkelerinde ise çiftçiler için basılı yayınlardan çokça yararlanılmaktadır.

Bunların dışında tarımsal yayım hizmetini üstlenecek personel sayısı ile araç ve gereçler kısıtlı ise yine kitlesel tekniklerden yararlanılır.

Kitlesel teknikler ile iletilen mesajların, alıcı gruplarca iyi anlaşılıp anlaşılmadığının kontrolü ve dolayısıyla haberleşmenin ne kadar etkin olduğunun belirlenmesi güçtür. Ancak kamuoyu yoklamaları ile geç ve güçte olsa zamanla kitlenin düşünceleri öğrenilebilir. Oysa bireysel öğretim tekniklerinde, yansıma nedeniyle iletilen mesajların anlaşılıp anlaşılmadığı anında anlaşılabilir.

Kitlesel tekniklerde çeşitli alıcılara göre mesajların güçlendirerek tekrar iletilmesi çok güçtür. Oysa bir toplantıda iletilen bir mesajı dinleyicilerden bazıları anlamamışsa, onlar için bu mesaj yeniden ve çeşitli örneklerle zenginleştirilerek tekrar edilir.

Kitle haberleşme ve yayım araçlarından radyo veya televizyonla iletilen mesaj alıcı tarafından anlaşılmamışsa tekrar etme olanağı yoktur(video ve teyp ile tekrar etme olanağı da yoksa). Oysaki aynı mesaj yazılı araçlarla alıcılara ulaştırılacak olsa, mesajlar istenildiği kadar tekrarlanabilir, tekrar tekrar okunabilir.

Bu konuyu bitirmeden önce özellikle bir konuyu vurgulamakta yarar vardır. Alıcı kitlenin çok geniş ve dağınık olduğu durumlarda mesaj ne olursa olsun, kitle haberleşme vasıtalarının kullanılması uygun yoldur.

10.3.1.1. Televizyon Yayıncılığı

Ülkemizde televizyon yayıncılığı radyo yayıncılığına göre geç başlamıştır. İlk televizyon yayımı Amerika Birleşik Devletleri'nde 1927 yılında radyodan hemen sonra başlamıştır Ülkemizde ise 31 Ocak 1968

tarihinde haftada 3 günlük deneme yayınları ile başlamıştır (Oskay,1978).

Ses ve görüntüyü birleştirerek, doğrudan büyük kitlelere mesajların ulaştırılmasını sağlayan TV yayıncılığı, tarımsal yayım çalışmaları açısından büyük kitlelere ulaşmada çok önemlidir. Televizyon yayınları ile kırsal alanda yaşayan bireylere ulaşım, radyoda da olduğu gibi TV vericilerinin gücüne, etki alanlarına ve TV alıcılarının sayısına, yaygınlığına bağlıdır. Özellikle okuma-yazma oranının düşük olduğu ve okuma alışkanlığının olmadığı bölgelerde televizyon ve radyo gibi araçların etkinliği, yazılı araçlara oranla daha yüksektir.

Tarımsal programın yayın saati de önemli olup, üreticilerin çoğunluğunun televizyon izlediği zamanlara programların denk getirilmesi uygundur.

ÖRNEK

GAP bölgesinde(Şanlıurfa) yapılan bir araştırmada (Özçatalbaş,1994) üreticilerin çoğunluğu (% 75.1) TV izleme için günün akşam saatlerini uygun saat olarak belirtmişlerdir. Üreticilerin % 42.9'u TV izlemek için uygun zaman olarak saat 20.00 ve 22.00 arasını, % 32.7'si 18.00 ve 20.00 saatleri arasını ve %7.1'i ise 13.00 ve 16.30 saatleri arasını belirtmişlerdir. Bunun yanında sabah saatlerinin TV izlemek için uygun zaman olmadığı belirtilmektedir. Buna göre çalışmada TV'den verilecek tarımsal konulu programların, özellikle akşam saatlerinde 18.00'den sonra yayınlanmasının uygun olduğu belirtilmektedir.

Yayım açısından TV yayınlarını üç grup altında toplamak mümkündür: Geniş bir coğrafi bölgeye yayın yapan ulusal TV

yayımları; sınırlı bir yöreye yönelik yayın yapan yerel TV yayınlar ve belli bir amaca yönelik kapalı devre yayın yapan TV yayınlarıdır.

Televizyon hem göze, hem de kulağa hitap ettiğinden bilginin kalıcı özelliği vardır. Ancak televizyonda tek yönlü bilgi akışı olduğundan, tekrar soru sorma olanağı yoktur. Bu nedenle televizyon programlarının etkili olabilmesi için, programların açık ve net ifadelerle yüklü olması gereklidir. Televizyon programları amaca uygun şekilde hazırlanırken televizyon kuruluşlarının yetkilileriyle işbirliği yapılır. Bu aşamada programın kimin sunacağı ve program şekli belirlenir. Sonra bir defa prova yapılarak görülen aksaklıklar giderilir.

Televizyon programlarının başarılı olup olmadığını değerlendirmek çok zor ve zaman isteyen bir konudur. Çünkü dinleyici çok farklıdır. Ayrıca, program etkilerinin yansımaları belirli bir süre sonra olur. Tüm bu güçlüklerle rağmen anket yoluyla veya gözlemlere dayanarak yapılacak bir değerlendirme, bir fikir verebilir. Ayrıca yayınlanan programların sonradan yetersiz yönlerini belirleyerek genel bir değerlendirme de yapılabilir.

10.3.1.2. Radyo Yayıncılığı

Kitlesele öğretimde kullanılan araçlar içinde radyonun Türkiye açısından özel bir yeri vardır. Çünkü ülkemizde radyo yayıncılığı 1927 yılında başlamıştır. Diğer birçok buluşlardakinin tersine, Dünyada radyo yayınları başladıktan sonra radyo yayıncılığının başlamış olması(Oskay,1978), bu aracın büyük kitlelere ulaşmada önemli işlevler gördüğünü açıklamaktadır.

Kırsal alanda yaşayanlara yönelik radyo ile eğitim çalışmaları ilk olarak "*Ziraat Takvimi Saati*" adıyla 1941 yılında yapılmıştır(Oskay, 1978). Daha sonraları bu programlar çeşitlendirilmiştir.

Radyonun Türkiye'de sosyal, kültürel ve ekonomik alanlardaki etkilerini sınırlayan ve bütün kesimlere ulaşmasını engelleyen faktörler arasında radyo vericilerinin gücü, etki alanı ve radyo alıcılarının sayısı sayılabilir. Örneğin 1966 yılında ülke yüzölçümünün ancak % 36.8'i bu yayınları alabilmiştir. Belirtilen gelişmelerin öncelikli olarak kırsal alanlarda başlaması gerekirken, radyo alıcısının yetersizliği ve yayın alanlarının sınırlı olması nedeniyle uzun yıllar kırsal alanlara etkin olarak radyo yayınları ulaştırılamamıştır. Frey'in 1966 yılında yaptığı bir çalışmada Güneydoğu Anadolu köylerinin %49'unda radyo alıcısı bulunduğu belirlenmiştir(Oskay,1978). Bugün bu yapı tamamen değişmiştir.

Radyo ile verilen bilgiler genellikle yetkili ve uzman kişilerce verildiğinden dolayı, onların anlattıklarına dinleyiciler güven duyarlar ve dolayısıyla yeniliklerin benimsenmesi kolaylaşır. Ayrıca, bu bilgiler devlet radyosu aracılığı ile olduğunda güven duygusu daha da artar. Bunlardan başka bilgiler, dinleyiciyi sıkmayacak sohbet, skeçler röportaj ve açık oturum şeklinde verildiğinden daha iyi anlaşılır. Tüm bu nedenlerden dolayı radyo, etkili haberleşme aracıdır.

Genellikle üreticiye uyarı mahiyetteki bilgiler haber niteliğinde yayınlattırılmalıdır. Örneğin hava durumundaki önemli değişiklikler haber niteliğinde iletilir. Aynı şekilde tarımsal faaliyetlerle ilgili yeni bir ilaç, tohum vb. gibi bilgiler de başlangıçta haber olarak verilebilir. Bu tür konular haber olarak iletilirken aşık ifadeler ve basit cümleler kullanılmalıdır. İstatistiksel veri ve rakamlardan kaçınılmalıdır.

Şayet tarımsal yeniliklerle ilgili olarak çiftçiye bilgi kazandırmak veya uygulanması için teşvik etmek isteniyorsa, sohbet şeklinde bir radyo programı yararlı olur. Bir sohbet programı hazırlanırken, içeriğinin gayet akıcı olmasına dikkat etmelidir. Bunun için ilginç bir giriş cümlesi ile programa başlanmalıdır. Bu bir ata sözü veya bir devlet büyüğünün bir sözü olabilir. Dinleyicilerin soracağı ilginç bir soru ile de sohbete başlanabilir.

Bundan sonra esas benimsetilmek istenen yeniliğin esaslarının anlatımına geçilir. Bunun için mümkünse yer, zaman ve somut olaylar aktarmanın bu bölümde çok faydası vardır. Sonuçta konunun ana fikri özetlenerek sohbet bitirilir. Bu arada çiftçiler bu yenilgiyi uygularsa, kazançları ne olabilir? Bunu belirtmek gerekir.

Konunun çeşitli yönleri tartışılmak isteniyorsa, o zaman açık oturum şeklinde bir kaç uzmanca radyo programı yapılır. Konu ile ilgili bilgiler daha önce verildiğinden, burada tekrar ele alınmayacaktır.

Özellikle daha önce duyurulmuş veya en azından büyük bir kitle tarafından bilinen bir yeniğin duyurulması isteniyorsa, onu skeçler şeklinde dramatize etmekte yarar vardır. Bunun için günlük hayatta sıkça rastlanılan konularla bu yenilikler dramatize edilir. Konunun doğal, sade ve ilginç işlenmesi başarıyı artırır. Bu da iki yönlü bilgiyi gerektirir. Birincisi tiyatro ile ilgili bilgi ve beceri; ikincisi ise konuyu kaleme alacak kişinin tarımsal konuları iyi bilmesidir.

Radyo programları röportaj şeklinde de hazırlanabilir. Röportajda iki kişi karşılıklı soru-cevap şeklinde konuşur. Kısa soru ve cevap şeklinde bir yöntem izlenir. Özellikle röportajda konuşmacılardan biri köylü olursa, röportaj daha da ilginç olabilir.

Ayrıca röportajda irticalen (doğaçlama) konuşmalar daha ilginç olmaktadır.

Tarımsal programın yayın saati de önemli olup, üreticilerin çoğunluğunun radyo dinlediği zamanlara denk getirmek uygundur.

ÖRNEK

GAP bölgesinde yapılan bir çalışmada(Özçatalbaş,1994), üreticilerin önemli bir bölümü için uygun radyo dinleme saatlerinin sabah saat 6.00-7.00 ve akşam 18.00-20.00 saatleri olduğu belirlenmiştir.

10.3.1.3. Yazılı Yayıncılık

Kitle haberleşme araçlarıyla üreticilere ulaşmanın yollarından birisi de gazete ve dergilerle olmaktadır. Gazeteler mahalli, bölgesel veya ulusal düzeyde hazırlanırlar. Tarımla ilgili olarak çıkarılan gazete ve dergiler, sirküler mektuplar tarımsal konularda üreticilere bilgi taşıma işlevini yürütür.

Yazılı haberleşme araçlarında kelime, resim ve şekiller birarada kullanarak konu daha anlaşılır hale getirilebilir. Ayrıca üreticilerin verilen mesajı tekrar tekrar okuyabilme olanağı bu araçlarla öne çıkmaktadır(Oakley ve Garforth,1988). Ancak basılı araçların etkinliğini belirleyen en önemli faktör üreticilerin okuma-yazma oranı ve okuma alışkanlığıdır.

c.1) Gazeteler

Üreticilere ulaşmanın bir diğer yolu da gazetelerdir. Ulusal düzeyde çıkan gazeteler tarımsal konulara yeterince yer vermediklerindenve bu nedenle üreticilere ulaşamadıklarından bunlar üzerinde durulmayacaktır.

Tarımsal konulara yer veren kamu, özel ve çiftçi kuruluşlarının çıkardığı tarımsal içerikli gazeteler üzerinde durulacaktır. Gazete yer alacak haberler mümkünse yeni olmalıdır. Yenilikten amaç, haber olarak yayınlanacak olayın, gazetenin çıktığı tarihe yakın oluşudur. Yoksa, daha önce bir çok yayın organında defalarca yayınlanmış olay yeni olamaz.

Gazetede yer alacak haberlerle ilgili olaylar arasında üreticiye yakın olanı seçilmelidir. Örneğin Adana'daki üreticiyi hedef alan bir olay, Adana üreticisi için çok önemli olabilir. Aynı olay Trabzon üreticisi için önemli olmayabilir. Bu nedenle gazetede yer alacak haberdeki olaylar, gazete ile ulaşılacak istenen kitleyi yakından ilgilendirmelidir.

Ayrıca haberler yalnızca bir üretici grubunu ilgilendirmemelidir. Örneğin Karataş dalyanının ihalesi ile ilgili bir haber belirli bir kitleyi ilgilendirdiği halde, Tarım Bakanının tarımsal vergiler üzerine yaptığı açıklama, çok daha geniş bir üretici kitlesini ilgilendirir. Bu nedenle gazetede yer alacak haberler, mümkün olduğu kadar geniş bir kitleyi ilgilendirmelidir.

Bu çerçeve içinde tarımsal faaliyetlerle ilgili gazete haberleri, hayvan ve bitkilere zarar veren hastalıklar, bunlara karşı alınacak önlemler, hava ve iklim koşulları gibi araştırma ve gözlem sonuçlarını içermelidir. Bu temel konulardan başka yine tarımı dolaylı ve doğrudan ilgilendiren yeni üretim yöntemleri ve araçlarla ilgili haberler de gazete konusu olabilir. Üreticilerin ilginç sayabileceği olaylar da yer alabilir.

Gazetede yer alacak bu tür haberler, üreticinin gereksinim duyduğu zamanlarda yayınlanmalıdır. Örneğin yeni bir buğday tohumu

ile ilgili haber, ekim öncesinde yayınlanmalıdır. İlgisiz aylarda yayınlanırsa, daha az ilgi çeker ve yapacağı etkide az olur.

Eğer gazete mahalli çıkıyor ve belirli bir bölgedeki üretiyici hedefliyorsa, bölge ile ilgili haberler, ilk sayfada ve büyük puntolarla yazılı bir başlık altında ve mümkünse resimle zenginleştirilmiş olarak yayınlanmalıdır.

Yukarıdaki açıklamalara göre gazetede yer alacak bilgiler sadece düz haber şeklinde yazılmayabilir. Bu bilgiler gerektiğinde makale, hikaye veya teknik bir rapor şeklinde de yazılabilir.

Gazetenin etkinliğinin artırılması, gazetenin ilgi ile okunup okunmadığının belirlenebilmesi için gazete hakkında üreticilerin değerlendirmeleri anket uygulanarak alınır.

c.2) Sirküler Mektuplar

Bu mektuplar, daha çok yeni bir teknik veya önemli bir tarımsal faaliyetten üreticileri haberdar etmek için yazılır. Genellikle ziyaret olanaklarının kısıtlı olduğu zamanlar bu mektuplara başvurulur. Diğer taraftan yukarıdaki konularda haberdar edeceğimiz üretici sayısı fazla ise özel mektup yerine sirküler mektup tercih edilir. Sirküler mektuplar çeşitli tekniklerle çoğaltılıp, her üreticiye aynı mektup gönderilir. Bu nedenle sirküler mektupta yer alan konular üreticilerin ortak sorunlarına cevap veren bilgiler olmalıdır.

İyi bir sirküler mektup hazırlarken dikkatli bir planlama yapmak gerekir. Bunun için amacın ve hedefin ne olduğu belirlenmelidir.

Ayrıca mektuba ilgi çekici bir başlık bulunmalıdır. Mektubun gönderilen üreticilerde ilgi uyandırması için ilgi çekici bir kelime cümle veya slogan kullanılmalıdır.

Mektuba ilginç bir cümle ile başlanmalıdır. Öyleki bu ilginç cümle okuyucuda arzu uyandırmalı, onun içgüdüsüne ve beşeri isteklerine hitabetmelidir.

Bunlardan başka, mektubun içeriğinde konunun önemi açıkça belirtilmelidir. Mümkünse bir konu üzerinde durulmalı ve bu konu, üreticinin çıkarlarını okşayarak ve onu uygulamaya yöneltecek şekilde işlenmelidir. Bunun için konu sağlam bilgilere dayalı ve dolayısıyla inandırıcı olmalıdır.

Mektubun içeriği kadar şekline de özen gösterilmelidir. Bu nedenle mektup şekil bakımından yazım kurallarına uygun boyut ve aralıklarda yazılmalıdır.

Ayrıca, mektupta uzun cümlelerden sakınılmalı ve mümkünse kısa cümleler kullanılmalıdır. Diğer taraftan, mektup da samanlı kağıt yerine beyaz kağıt kullanılmalıdır. Baskıda kirlenmiş mektuplar üreticilere gönderilmemelidir.

Nihayet mektup üreticinin eline zamanında geçmelidir. Bunun için üreticilerin adres listeleri bulunmalı, mektubun en kısa sürede ve emniyetli bir şekilde üreticinin eline geçmesini sağlayacak bir yol seçilmelidir. Yukarıda verilen bilgilerin önemli bir kısmını içeren bir sirküler mektup örneği aşağıda verilmiştir(Şenocak,1967).

ON MİSLİ KAZANÇ !..

**Evet yerli bir kovan 5 kilo bal verirse;
Fenni bir kovan 50 kilo bal verir!..**

Arıcılığa uygun yerlerde, modern tekniği kullanan arıcılar, bazı kovanlardan, 120 kilo bal alırlar, ama bu her yıl olmaz. Çarşıda pazarda satılan, tutulan, aranan, ballar, fenni kovanlardan elde edilenlerdir.

Fenni kovan ediniş, yerli kovandaki arıları buraya aktarmak zor değildir. Teknisyeniğimize başvurursanız size en ucuz ve uygun kovanları satın almanız için gerekeni yaparız. Fenni bir kovan en fazla 10 milyon liradır. Ama **bir fenni kovandan bir yılda alacağınız bal, size 50 milyon lira gelir getirebilir.**

Yerli kovanları, fenni kovana aktarma işi, en iyi, bademlerin çiçek açtığı sıralarda yapılır. Bu işe teknisyeniğimiz önderlik edeceği gibi deneyimli bir arıcı da bu işi kolayca yapabilir. Eğer yerli kovanlarınız varsa, şimdiden fenni kovan edinmek ve aktarma işini görüşmek üzere dairemize uğramanız menfaatiniz icabıdır.

Yerli kovanınız yoksa, çevreden para ile satın almak mümkündür. 3-5 kovan alarak, bunları fenni kovana aktarmak suretiyle de arıcılığa başlayabiliriz.

Bal, şifalı, vitaminli, üstün bir besindir. Yuvanızın ihtiyacını sağlamak, fazlasını satarak gelir temin etmek elinizdedir.

Az bir masraf ve emekle **yüksek kazanç arıcılıktadır.** Çevremiz arıcılığa çok uygundur. Yarından tezi yok, teknisyeniğimize başvurun. **Size yardımcı olmak, bizim için en zevkli görevdir.**

Saygılarımla,

Ahmet Öztürk

Ziraat Teknisyeni

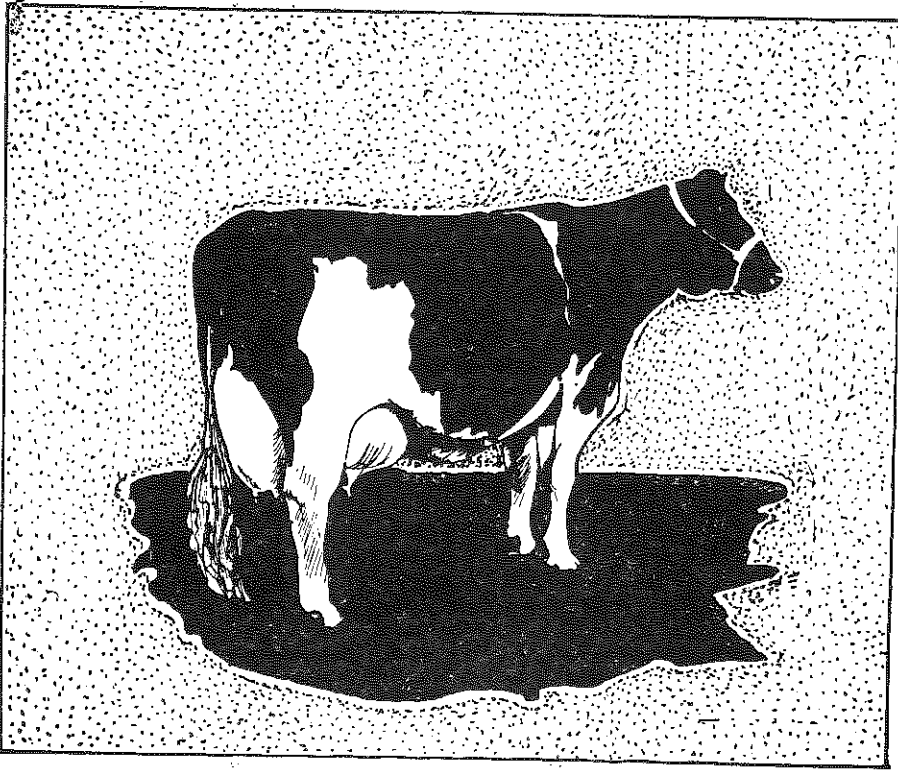
Adres:.....

.....

SÜT SİĞİRCİLİĞİNDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN PRATİK BİLGİLER

1 — SÜT SİĞİRLARININ BAKIM VE BESLENMESİ :

Süt siğirlerinin beslenmelerinde buğdaygil (Buğday, arpa, yulaf vs.) ve baklagillere (Yonca, fiğ, korunga, sudanotu vs.) ağırlık verilmelidir. Pratikte 2-3 litre süt için 1 kg kesif yem verilmelidir, kış aylarında silaj yemlere ağırlık verilmelidir (günde hayvan başına 10 - 15 kg kadar).



Hayvanların önünde sürekli temiz ve taze su bulundurulmalıdır, verilen yemlerin kuruluğu ve sıcak yaz günleri ineklerin suya olan ihtiyacını artırır. Unutmayınızki sütün % 87'si sudur ve fazla sütlü ineklerin su ihtiyaçları süt nisbetinde artar. Bunun yanı sıra hayvanın kendi vücudu içinde ayrıca suya ihtiyacı vardır, yeterli su içemiyen ineklerin süt verim-

c.3) Çiftçi Broşürleri

Sirküler mektupta olduğu gibi geniş bir kitleye ulaşmak isteniyorsa, yararlanabilecek araçlardan biri de çiftçi broşürleridir.

Üreticilere, çok çeşitli tarımsal konuların yanında özellikle bazı yeniliklerin öğretilmesinde broşürlerden de yararlanır. Bunlar, gazete ve sirküler mektuptan farklıdır. Zira broşürler, herşeyden önce resimlerle, çizelge veya şekillerle desteklenmiştir. Ayrıca bazı kuruluşlar, kuruluşlarını tanıtmak amacıyla broşürler hazırlayabilirler. Bunları hem çiftçilere gönderirler, hem de işletmeye yeni katılan elemanlara ve işletmeyi ziyaret edenlere vermektedirler. Böylece işletmenin de iyi bir tanıtımı yapılmış olunmaktadır.

Broşür hazırlanırken ana bölümler, kısımlar ve başlıklar, mantıklı ve tutarlı bir şekilde düzenlenir. Sonra açıklanmaları güçlendirecek ve basitleştirecek resim çizelge ve şekiller yerleştirilir. Resimlemenin konuyu açıklamaya yardımcı olduğunun akıldan çıkarılmaması gerekir. Bu nedenle resim, fotoğraf, çizelge veya şekillerin açıklamayı ilginç kılacak yerlere konulmasına özellikle dikkat edilmelidir.

Şekil 10.8. Farklı Bir Sirküler Çiftçi Mektubu Örneği

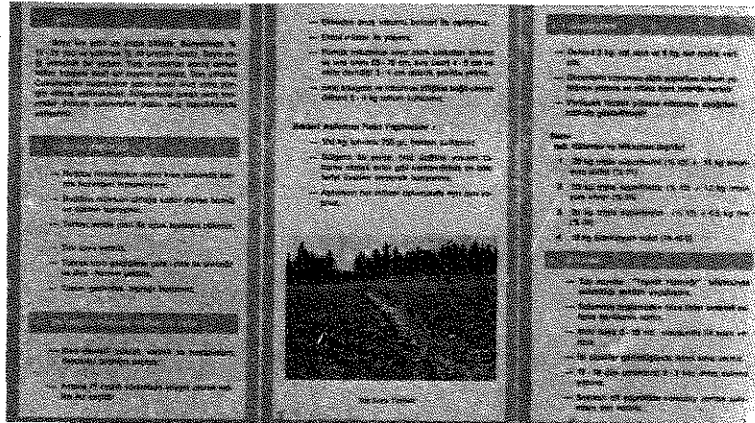
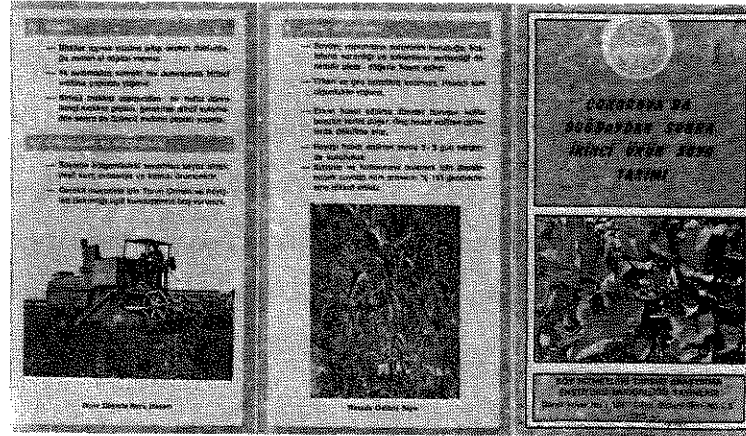
11.

HABERLEŞME VE YAYIM ARAÇLARI

Öğretim teknikleri(yayım yöntemleri), davranış değişikliğini gerçekleştirmede, yeniliklerin benimsetilmesi ve yayılmasında seçilen tekniklerdir. Bunlar bireysel, grupsal ve kitlesel teknikler olarak Bölüm 10'da incelenmiştir. Haberleşme ve yayımda kullanılan araçlar görsel ve işitsel araçlar olarak adlandırılmaktadır. Bu araçların özelliklerine ilişkin bilgilerin önemli bir bölümü bir önceki bölümde verildi. Görsel ve işitsel (odiyö-vizüel) araçlar seçilen yöntemin uygulamasını kolaylaştıran araçlardır.

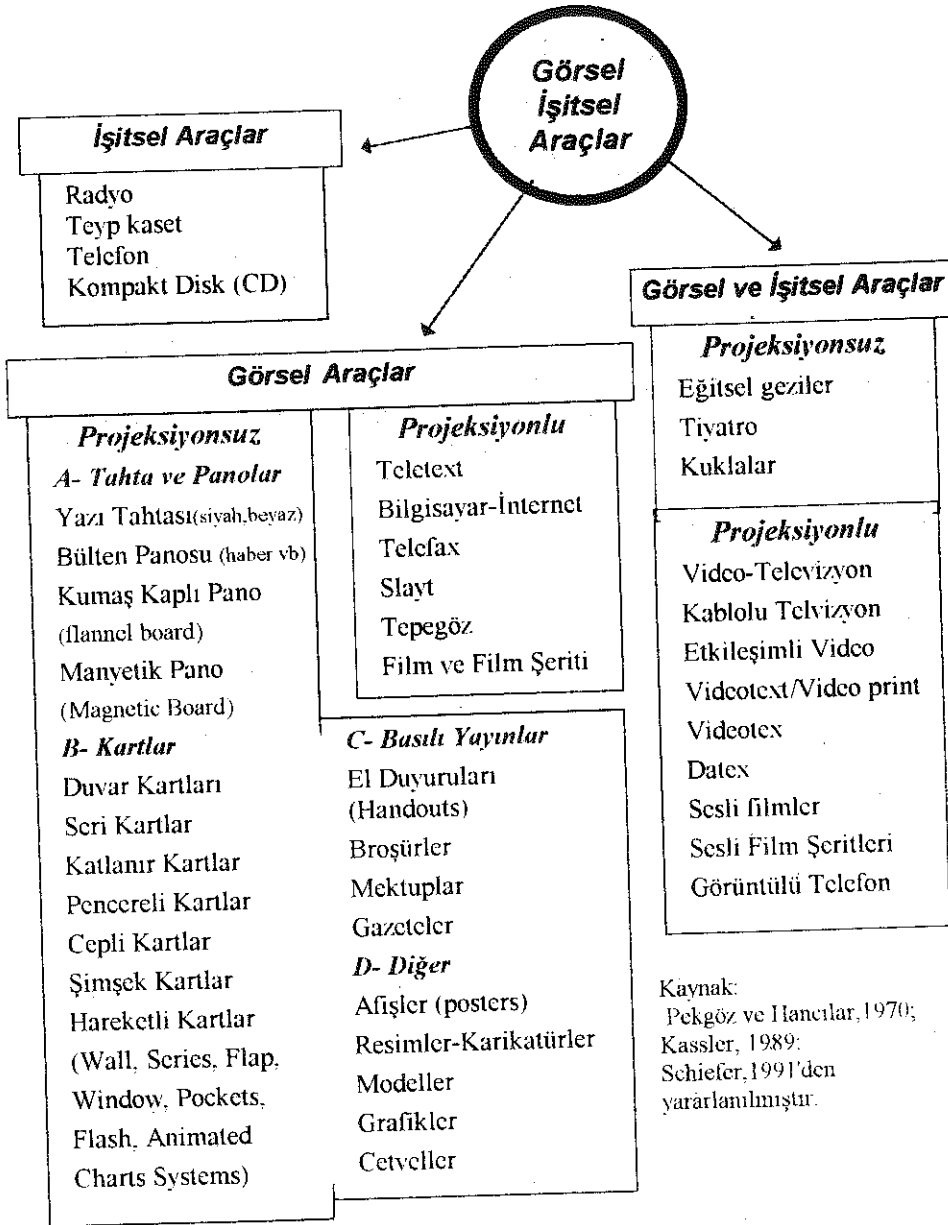
Bir bireye ne öğretilirse öğretilsin, bunların öğretimi için bir aracın yardımına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu araçların tümü, eğitim ve öğretim faaliyetlerinin daha verimli olmasını sağlamak için eğitimcilerle en büyük yardımcıdır. Ancak araçların en mükemmelinin bile öğretmenin yerini tutamadığı söylenebilir. Ayrıca araçlar ne kadar mükemmel olursa olsun uygun olarak kullanılmadığı zaman faydalı olamaz(Pekgöz ve Hancılar,1970).

Görsel ve işitsel araçlar, farklı kriterlere göre farklı şekillerde gruplandırılabilir. Burada; 1-İşitsel; 2-Görsel; 3-Görsel ve İşitsel olarak ele alınmıştır. Bu gruplar içinde dikkate alınan araçlardan önemli görülen bazıları hakkında özlü bilgiler verilmiştir.



Şekil 10.9. Bir Çiftçi Broşürü Örneği

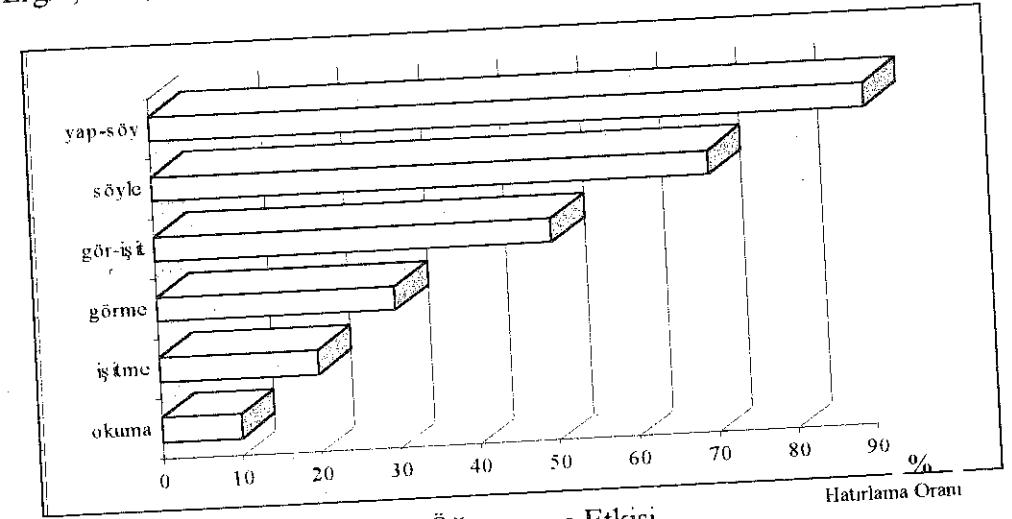
Çizelge 11.1. Görsel ve İşitsel Araçların Sınıflandırılması



11.1. Araçların Etkinlikleri

Haberleşme ve öğretim konusunda yapılan araştırmalar, göze ve kulağa hitabeden öğretim araçları kullanıldığı takdirde, öğrenimin daha çabuk olduğu ve öğrenilen konunun daha uzun süre hatırdta tutulduğu yönünde bulgular sunmaktadır. Bunlardan bazıları şöyledir:

Zaman sabit tutulduğunda insanlar okuduklarının %10'nunu; işittiklerinin %20'sini; gördüklerinin %30'unu; hem görüp hem işittiklerinin %50'sini; söylediklerinin %70'ini; hem yapıp hemde söylediklerinin %90'nını (Şekil 11.2) hatırlamaktadırlar (Kassler, 1988; Ergin, 1995).



Şekil 11.2. Yaşantıların Öğrenmeye Etkisi

Öğrenme işlemine katılan duyu organlarının sayısı ne kadar çok olursa öğrenme o kadar iyi olur. Dolayısıyla öğrendiklerimizin %83'ünü görme; %11'ini işitme; %3.5'ini koklama; %1.5'ini dokunma ve %1'ini ise tatma duyularımızla (Şekil 11.3) edindiğimiz yaşantılar yoluyla öğreniriz (Ergin, 1995).

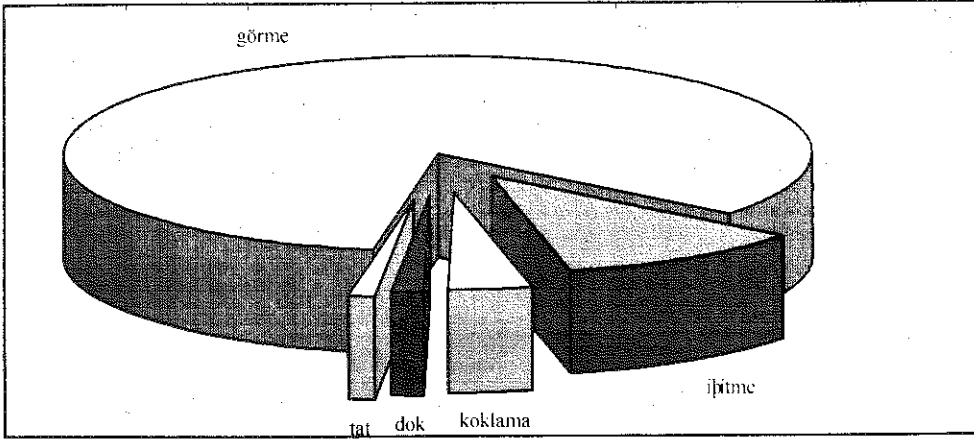
11.2. Kullanımda Dikkat Edilecek Konular

Bu araçları kullanırken bazı hususlara dikkat etmek gerekir. Öncelikle anlatılacak konu ile seçilecek araç arasında bir uyum olmalıdır. Örneğin uzun ve kapalı bir salonda, öne konulacak bir pano, arkadaki izleyiciler tarafından iyi görünmeyebilir. Bunun iyi görünmesi için ya çok iyi ışıklandırılması veya yazıların çok büyük yazılması gerekir.

Konunun önemi ve grubun özelliklerine göre seçilecek araçların çeşitliliği, monotonluğu azaltır ve yayımın etkinliğini artırır. Örneğin gruba iletilen bilgiler çizelgelerle verilirken, bu bilgilerle ilgili slayt ve filmlerin de gösterilmesi monotonluğu azaltır, ilgiyi ve yayımın etkinliğini artırır. Bu nedenle mümkünse bu tür araçlarla grubu monotonluktan kurtarmaya çalışmak gerekir.

Bu araçların etkinliği bir bakıma konuyu sunacak olan kişinin iyi hazırlanmasına bağlıdır. Eğer sunucu, gerek anlatacağı konuya ve gerekse bu araçları nerelerde ve nasıl kullanacağına önceden hazırlıklı değilse, ortaya çıkabilecek en ufak duraklamalar veya hatalar dinleyicilerin ilgisini azaltabilir. Bu nedenle sunucu, konuyu önceden kendi kendine tekrar etmeli, konuşmanın hangi bölümünde araç kullanacağını denemelidir.

Araçları acelecilik içinde kullanma, izleyenlerde gereksizlüzumsuz heyecanlar uyandırır. Bu heyecan, konunun anlaşılmasına engel olur. Ağır gösteri ise fazla zaman alacağından bıkkınlık doğurur ve ilginin dağılmasına neden olur. Aracı kullanırken durdurup grubun görüşü sorulabilir, ama bu, aracın özelliğine bağlıdır. İdeal olanı, grubun ilgisini dağıtmadan faaliyete katılmasını



Şekil 11.3. Duyu Organlarının Öğrenmeye Etkisi

Yapılan bir çalışmada TV ve radyodan öğrenilen(kazanılan) bilginin zaman içinde ne ölçüde kalıcı olduğu ortaya konulmuştur. Buna göre TV'den alınan bilgiler daha kalıcı olmaktadır.

Çizelge 11.4. TV ve Radyodan Kazanılan Bilgi

Bilgi Kaynağı	Hemen sonra	15 gün sonra	30 gün sonra	Kazanılan ortalama bilgi
TV (n=28)	23.4	18.0	14.4	18.63
Radyo (n=28)	14.0	10.4	7.3	10.65

Kaynak: Dey,P.K, 1968:akt:Crouch ve Chamala,1981.

Çizelge 11.5'te ise ele alınan araçların etkili olma dereceleri verilmiştir. Buna göre en etkili araçlar film şeridi(yaklaşık 30-40 resim yada yazıyı içeren 35mm'lik film parçaları), slayt ve fotoğraf olarak sıralanmaktadır.

Çizelge 11.5. Görsel ve İşitsel Araçların Etkinlikleri

	Film Şeridi	Slayt	Fotoğraf	Şimşek Kart	Bez Pano	Film Gösterisi
Ortalama	20.75	15.30	14.85	10.65	8.95	6.80

Kaynak: Sing,S.N ve Sing,K.N, 1971:akt:Crouch ve Chamala,1981.

sağlamaktır. Bir slayt veya film şeridi kullanırken, gösteriyi kesip tartışma yapılabilir. Bu, grubun etkinliğe katıldığını gösterir. Film gösterilirken kesilip tartışmaya girme ilgiyi dağıtır. Seyredenlerin ilk bölüm ile son bölüm arasında ilişki kurmasını güçleştirebilir, izlenecek yol koşullara göre değişebilir(Pekgöz ve Hancılar,1970).

Konunun sunuşuna başlamadan önce, kullanılacak araçlar mutlaka belirlenmelidir.

Sunucu, bu araçları kullanırken, dikkati gösterilen şekil veya resim üzerine çekebilmelidir.

Sunucu (mümkün olduğu kadar) arkasını dinleyicilere dönmemelidir. Böylece hem dinleyicilerle göz temasını devam ettirmeli ve hem de görüntüyü de kapamamalıdır. Bu nedenle bu araçlar kullanılırken mümkün olduğunca kenarda durulmalıdır.

Bütün araçları mümkün olduğu kadar kendimiz kullanabilmeliyiz. Gösteride yardımcı kullanılmıca haberleşme güçlüğü, gösterinin akışını aksatır. Bu, zaman kaybına neden olur ve konunun etkililiğini azaltır; seyredenlerde bir isteksizlik yaratabilir. Halbuki bir aracın düzgün olarak kullanılması, gereksiz duraklamaları önler. Bu ise zaman kaybını ve faaliyete katılanların ilgilerinin dağılmasını önler. (Pekgöz ve Hancılar,1970).

11.2.1. Öğretim Faaliyetlerine Uygun Araçların Kullanımı

Bütün çalışmalar için dışarıdan araç gerekmez. Yapılacak bir eğitsel gezi için veya aracı kendimiz yapmak istediğimiz zaman dışarıdan araç aramaya gerek yoktur. Araçlar arasından amacımıza en uygun olanını seçmek, kolay bir iş değildir. Çoğu zaman seçeceğimiz araçların bizim amacımıza tam olarak hizmet etmesi mümkün olmaz.

Maddi olanaklarda bazen istediğimiz aracı seçmemize engel olabilir(Pekgöz ve Hancılar,1970). Kullanılacak aracın üretilmesi bazen seçim yapmaktan daha kolaydır.

11.2.2. Amaca ve Gruba Uygun Olan Aracın Seçilmesi

Araçların seçiminde aranılacak hususlar nelerdir? Ses mi, yoksa gösterilecek olan şekil mi daha önemlidir? Her ikisi de aynı derecede önemli midir? Bu, üzerinde durulacak konunun özelliğine göre değişir. Eğer bir kimsenin veya bir grubun düşüncelerini öğrenmek istiyorsak, banda alınmış sesini dinlemek yeterlidir. Fakat, görülmesi gereken konular veya uygulamalar hakkında bilgi edinmek istersek, bu defa da slayt, film şeridi veya haritalar işimize yarayan araçlardır.

Gerçek olayları hayatta olduğu gibi göstermek istiyorsak, bu takdirde işimize yarayan en uygun araç filmdir. Filmin bulunmadığı durumlarda televizyon ve videodan yararlanarak olaylar grubun faydasına sunulabilir.

Bundan başka ele alınan konu, düşünce olarak mı, yoksa duyu organlarına dayanılarak mı, verilecektir? Her ne kadar bunları birbirinden ayırmak kolay değilse de, gruplarla çalışılırken, bunlardan birine daha çok önem verilerek başarılı sonuçlar elde edildiği görülmektedir. Eğitimden beklenen, bireyin veya grupların davranışlarında değişiklik yapmaktır. Bu durumda her iki öğeye de önem verilmesi zorunludur; çevrenin buna göre hazırlanması gerekir.

Konuyu çeşitli duyu organlarına etki ederek işlemek için de film ve TV-video gibi hem sesli hem de görüntülü araçlar en uygundur. Bunlar hem çeşitli duyu organlarını etkileme, hem de olayları, heyecan uyandırarak işleme ve ilgiyi devamlı olarak uyanık tutma bakımından

önemli olup kişiyi gerçek yaşantı havasına sokma özelliği nedeniyle en etkilisidir. Ses bantları vb. araçlar konuyu yalnızca ses olarak işlediği, resim ve şekil ile desteklemediği için soyut olmaktadır. Konu düşünceye dayalı fikre dayalı olarak işlenecekse, yani konunun düşünce yoluyla işlenmesine önem verilecekse slayt, film şeridi, diyagram gibi araçların değeri artar. Çünkü bu araçlar kullanılırken istenildiği zaman durdurulup tartışma açılabilir(Pekgöz ve Hancılar,1970).

Araçların seçiminde hedeflerimiz kadar, beraber çalışılan grubun özellikleri de etkili olmaktadır.

11.3. Bazı Araçlar

11.3.1. Filmler ve Slaytlar

Belirli eğitsel ve kültürel konularda kişilerin dikkatlerini ve ilgilerini belli bir konuda toplamak için filmlerden yararlanırlar. Filmler eğlendirici olduğu kadar, öğreticidir de. Tarımsal yeniliklerin benimsetilmesinde iyi yapılacak filmler, çok etkili olurlar.

Filmler büyük kitlelere hitap etmektedir. Yapılan uygulamalar ve hatalar hareketli olarak gösterilerek, konuların daha çabuk kavranması sağlanabilmektedir.

Slaytlar da yaygın eğitiminde çokça kullanılmaktadır. Bilindiği gibi slaytlar renkli veya siyah-beyaz pozitif filmlerin, çerçevelere geçirilmiş pozlarıdır.

Slayt(dia) 35 mm'lik fotoğraf makinalarla çekilen pozitif filmlerdir. Bunlar elle yüklemeli(tek tek elle yerleştirilir) veya kızakla yüklemeli(manuel yada otomatik) olarak çalışırlar. Slaytlar

gösterilirken bunlarla ilgili açıklayıcı bilgiler mutlaka verilmelidir. Zaman zaman perdeye aksettirilen perde üzerinde gösterilecek noktalar, ince çubuklarla veya ışıklı göstericilerle işaret edilebilir. Slayt projektöründe bulunan mercekler görüntüyü ters olarak yansıtıklarından slaytların bulunduğu kızaklara başaşağı ve ışık yönünde okunabilir olarak yerleştirilmelidir

Önemli bir konu da, her slaytın perde üzerinde yeterli süre ile tutulmasıdır. Yansıtma süresi izleyenlerin algılama hızları dikkate alarak ayarlanmalıdır. Bu nedenle yeterli açıklama bitmeden başka bir slayta geçilmemeli ve okuyucuya anlayabilecek ve yorum yapabilecek bir süre tanınmalıdır.

11.3.2. Tepegöz

Özellikle görüntülerin ve yazıların, tahtaya çizilmesine ve yazılmasına gerek kalmaksızın yansıtılmasını sağlayan bir araçtır. Ayrıca yazı tahtası gibi de kullanılabilir. Tepegöz(overhead) ışık, mercek ve aynalar yardımıyla saydam(asetat) adı verilen şeffaf bir özel kağıt üzerine yazılan, çizilen ve resmedilen unsurları perdeye yansıtarak gösterir. 25x25 cm'lik yansıtma alanı vardır. Saydamın hazırlanması kolaydır. En önemli avantajı, sunucunun dinleyici ile göz temasını devamlı sürdürmesine olanak tanınmasıdır. Ortamı karartmaya gerek kalmadan da kullanılabilir. Bir kez hazırlanan saydam çok kez kullanılabilir.

11.3.3. Afişler

Afiş(poster), kağıt veya karton üzerine bir mesajın dikkat çekici bir şekilde yansıtılmasıdır.

Afişten beklenen amaç, yeni düşünceleri teşvik etmek, yeni teknikleri göstermek, katılım için motivasyon sağlamak ve eğitmektir (Pekgöz ve Hancılar, 1970). Bunun için posterler, yanından geçip giden birinin dikkatini çekecek nitelikte olmalıdır. Kısa ifadelerle çok şey anlatabilmelidir.

Kullanılacak afişler 40x60 cm'den küçük olmamalıdır. Afişte üç özellik aranmalıdır. Bunlar; amacın anlatılması, koşulların belirtilmesi ve yapılacak işin gösterilmesidir. Afişin etkileyici olabilmesi için: 1. Yerel konularla ilgili olmalı; 2. Anlatım açık ve basit olmalı; 3. Az ve basit sözcükler seçilmelidir; 4. Yazı kolayca okunabilmelidir; 5. Etki bırakacak şekilde düzenlenmelidir. Ayrıca (Pekgöz ve Hancılar, 1970).

Posterler hazırlanırken izleyicilerin kim olabileceği tahmin edilebilmelidir. Bu belirlemeden sonra bu izleyicileri en çok etkileyebilecek kelime veya şekiller seçilmelidir. Ayrıca izleyicilerin çizmeyi düşündüğümüz poster karşısında ne yapabileceği de öngörülmelidir.

Postere kesin şekil vermeden hazırlanan şekil ve kelimeler, esas karton üzerine konmalı ve nasıl durduğu kontrol edilmelidir.

Karton üzerinde şekil ve kelimeler yerleştirilirken mesajla verilmek isteneni, kartonun merkezi yerine ve mümkünse resimle verilmelidir.

Posterin dikkati çekebilmesi için dikkat edilmesi gereken bir başka konu da poster üzerinde kalın fakat düz çizgiler kullanılmasına özen gösterilmelidir.

11.3.4. Video ve Televizyon

Video latince "görüyorum" anlamına gelmekte hırp "görüntü işaretleri" ile ilgili bir terimdir. Video önceden kayıt edilen ses ve görüntüyü bir alıcıya ileten elektro-mekanik bir araçtır.

Televizyonun en güçlü yanı olgu ve olayların olduğu anda, olduğu gibi verilmesidir.

Video, televizyonla bütünleşen bir ortam olarak öğrenmede yeni yöntemler oluşturmakta; uzaktan öğretim ve bireysel öğrenme süreçlerinde büyük potansiyele sahip bulunmaktadır. Yararları şöyle sıralanabilir: Cisim, olgu, olay ve işlemlerin kolayca gözlenmesini sağlar. Mikro, yani ayrıntılı öğretim olanağı verir. Öğrenenlerin tepkilerini gözleme olanağı sağlar. Kısaca sınırlılıklarından da bahsetmek gerekirse, tek yönlü iletişim vardır. Program üretme güç ve ekip çalışması gerektirir. Kaliteli program bulmada güçlük vardır. Önceden izlenerek ayrıntılı notların çıkarılması gerekir. İzleyiciler izleme sırasında film yapımcısının denetimine geçerler (Ergin 1995).

11.3.5. Bilgisayar

Bilgisayar kullanımının tüm sektörlerde hakim olduğu günümüzde, bilgisayar eğitimde de çok fazla kullanılmaktadır. Özellikle son yıllarda bu kullanım oranı çok yükselmiştir. Amaca uygun olarak hazırlanmış sunum yazılımları (örneğin powerpoint gibi) ve yazım programları çok önemli olanaklar sağlamaktadır. Monitördeki görüntünün perdeye projektör veya diğer şekillerde aktarılması sunuşlarda büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Ayrıca bilgisayarlarla öğretim araçları (grafikler, posterler, broşür vd.) da çok kolaylıkla hazırlanmaktadır. Bilgisayar ile aynı birim içinde, aynı il.

aynı ülke ve ülkeler arasında bilgi aktarımı (internet gibi) sağlanabilmektedir.

Yapılan çeşitli araştırmalar, bilgisayarların öğrenme üzerindeki olumlu etkilerini ortaya koymaktadır. Örneğin bilgisayar destekli öğretimin, geleneksel öğretime oranla, %10 ile %18 daha etkili olduğu belirlenmiştir(Heinich ve ark; akt: Ergin, 1995).

11.3.6. Etkileşimli Video

Etkileşimli video, video ile bilgisayarın tümleşik olarak kullanıldığı öğretim-öğrenme ortamıdır. Bilgisayarın esnekliği, etkileşimli ve ulaşılabilir olması ve de videonun iyi nitelikli görsel ve işitsel özelliklerinin bir araya getirilmesi amaçlanarak etkileşimli video sistemi oluşturulmuştur(Percival ve Ellington,akt:Ergin,1995).

Bu sistem bireysel öğretim-öğrenme bakımından etkinliği nedeniyle günümüzde hızla yaygınlaşmaktadır.

12.

HABERLEŞME

Haberleşme (communication) geçmişten bugüne üzerinde çokca durulmuş konulardan biridir. Haberleşme konusuna günümüzdeki tutucu ve değişimci kuramlar hakkında kısa bilgiler verilerek başlanacaktır.

Tutucu İletişim Kuramları: Tutucu iletişim kuramcılarına göre *"iletişim, mesajların aktarılması, gönderilmesi ve yayınlanması"* olarak görülmektedir. Mesaj göndericilerin ve alıcıların nasıl kodlandığı ve kodu çözümlendiği ve kaynağın iletişim araçlarını nasıl kullandığı üzerinde durmaktadır. İletişim bir tarafın öteki tarafın davranışını istenen yönde etkileme veya değiştirme sürecidir. Eğer beklenen etki ortaya çıkmazsa veya farklı çıkarsa, ya da beklenenden az ise tutucu aydınlar bunu iletişim başarısızlığı olarak nitelerler ve başarısızlığın nedenlerini kaynak (gönderici), mesaj ve alıcı sürecinde ararlar. İletişim mesajlar yoluyla olan toplumsal ilişkidir(Erdoğan ve Alemdar,1990).

Değişimci İletişim Kuramları: Değişimci iletişim kuramcılarına göre iletişim insan etkinliklerinin tamamlayıcı bir parçasıdır. Nerede bir insan etkinliği varsa, orada iletişim vardır. İletişim insan ilişkilerinin bir zorunluluğu, ayrıcalığı, önceliğidir. İletişim kısaca mesaj(ileti) alışverişi ise de mesaj, malların üretimi ve dağıtımı, paranın dolaşımı, pazar ilişkileri aynı zamanda düşüncenin ve deneyimin üretimi, dağıtımı ve alışverişi iletişim demektir. İletişim toplumsal bir olgudur. Bu nedenle onu toplumsal, ekonomik, siyasal ve tarihsel koşullar içinde anlamaya çalışmak gereklidir.

12.1. Haberleşmenin Tanımı

Türkçede bildirişim ve iletişim sözcükleri, haberleşme ile aynı anlamda kullanılmaktadır. Ancak aşağıda haberleşme ile ilgili olarak verilen tanımlardan sonra, haberleşmenin iletişimde kapsayan daha geniş bir kavram olduğu görülür. Fakat günümüzde iletişim sözcüğü de haberleşme anlamında çokça kullanıldığından bu eserde de yer yer haberleşme anlamında iletişim sözcüğüne yer verilmiştir. Bu önemli konuya dikkat çektikten sonra haberleşme ile ilgili bazı tanımlar üzerinde duralım.

Bazı kimseler haberleşmeyi, yalnızca insanlar arasındaki bilgi alış-verişi olarak tanımlarlar ve haberleşme işlemini basitleştirirler. Buna benzer başka bir tanıma göre de haberleşme "bilginin bir şahıstan diğerine geçmesi ve anlaşılmasıdır (Tosun ve Gümüşer,1967).

Yukarıdaki tanımlar üzerinde durulursa, haberleşmenin insanlar arasında bilgi, düşünce veya his alışverişi şeklinde tanımlandığı ve yanlış olmamakla beraber son derece basite indirgendiği görülür. Zira, bilgi alış verişinin ötesinde haberleşme de bulunan kişilerin birbirini etkilemeleri de söz konusudur. Şayet bilgi alış-verişi ile bu etkileme gerçekleşmiyorsa, haberleşme de tam olmaz. Bu nedenle haberleşmede işin psikolojik, sosyolojik ve kültürel yönlerini dikkate almak gerekir. Böyle olunca, haberleşme sadece bilgi, düşünce ve his alış-verişinden ibaret olmayıp, psikolojik, sosyolojik ve kültürel cepheleri de olan karmaşık bir işlemdir.

Berolso ve Steiner, haberleşmeyi bir süreç olarak vurgulamışlar ve sözcüklerin, resimlerin, figürlerin grafiklerin vb sembollerin

kullanılarak bilgi, düşünce, duygu ve becerilerin aktarılması, olarak tanımlamışlardır. Andersen ise haberleşmeyi bizim başkalarını, başkalarının da bizi anlamalarına yarayan süreç", olarak tanımlamıştır (Ergin,1995).

Görüldüğü gibi çok sayıda tanım söz konusudur. Kısa ve hepsini kapsayan bir tanım olarak, **haberleşmeyi "manaları insanlar arasında müşterek kılma işlemidir"** yada anlamların ortak paylaşımıdır(Hadsell,1967) şeklinde tanımlayabiliriz..

Bu konuda şunları da belirtmek gerekir ki, otokratik yönetimin hakim olduğu toplumlarda kişi davranışlarının bu yönü üzerinde pek düşünülmez ve kararlar tek taraflı olarak alt düzeydeki kişilere kadar ulaştırılır. Bu nedenle haberleşmenin basitleştirilmiş tanımı belki bu toplumlar için geçerli olabilir.

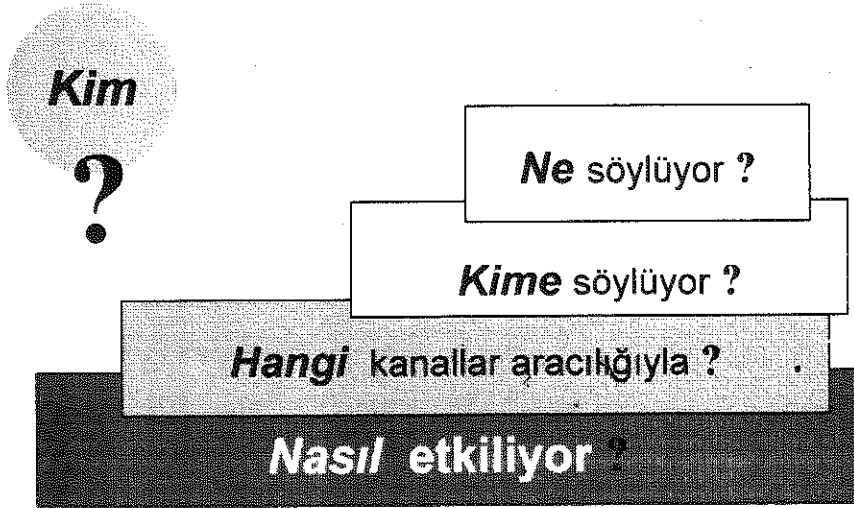
Halbuki demokratik toplumlarda, haberleşme ile kişi davranışlarının öğrenilmesi için daha çok çaba harcanır. Nitekim Fransız psikolog Flament, bir grubun hayatının tüm belirtilerinin grupta ceryan eden haberleşmelerle incelenebileceğini, aksine onlar arasında geçen bu haberleşmeleri dikkate almadan grubun hayatının belirtilerinin tam olarak incelenemeyeceğini savunmaktadır (Flament,1965).

Haberleşme konusunda dikkat edilecek bir başka husus da, bu işlemin insanlar arasında ceryan etmesidir. Bununla beraber bazı yazarlar, insanla makine arasında haberleşme olabileceği görüşünü paylaşmaktadırlar (Koçer,1964). Oysa makinayı kullanan insan olduğu gibi daha önce makineye bilgi depolayan da yine insandır. Bu nedenle makina olsa olsa, haberleşmede bir vasıta olabilir.

Ayrıca hayvanlarda insanlar gibi kendi aralarında haberleşebilirler. Ancak bu haberleşme çok sınırlıdır. Çünkü iletilen mesajlar o anla ilgilidir. Hayvanlarda geçmişteki yaşantılarla ilgili tepkiler alınmamakta ve geleceğe yönelik planlamalarda yapamamaktadırlar (Taluğ ve Tatlıdil,1993).

12.2. Haberleşme Süreci ve Unsurları

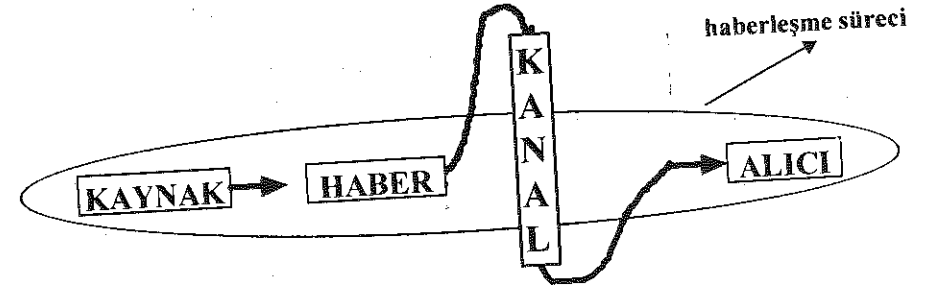
Haberleşme işlemi bir süreci gerektirmektedir. Bu süreçte aşağıda verildiği gibi çeşitli soruların cevapları vardır. Sorulara cevaplar bulunduğunda bu süreç açıklanır.



Şekil 12.1 . Haberleşme Sürecini Açıklayıcı Sorular

Dolayısıyla haberleşme süreci yenilik veya mesajların bir kaynaktan çok sayıdaki kullanıcıya, alıcıların davranışlarının arzu edilen yönde değiştirilmesi için geçen süre (Crouch ve Chamala,1981) olarak tanımlanabilir.

Haberleşmenin tanımı analiz edilirse, bu işlemin dört unsuru (ögesi) olduğu görülür. Bunlar kaynak, haber (mesaj) kanal ve alıcıdır. Haberleşmenin tam olabilmesi için bu dört unsurdan yararlanmak gerekir. Bunlardan kaynak ve alıcının insan olduğu, bu haberin iletileceği bir vasıtanın (kanal) bulunması gerekir. Bu açıklamaları aşağıdaki şekilde gösterebiliriz.

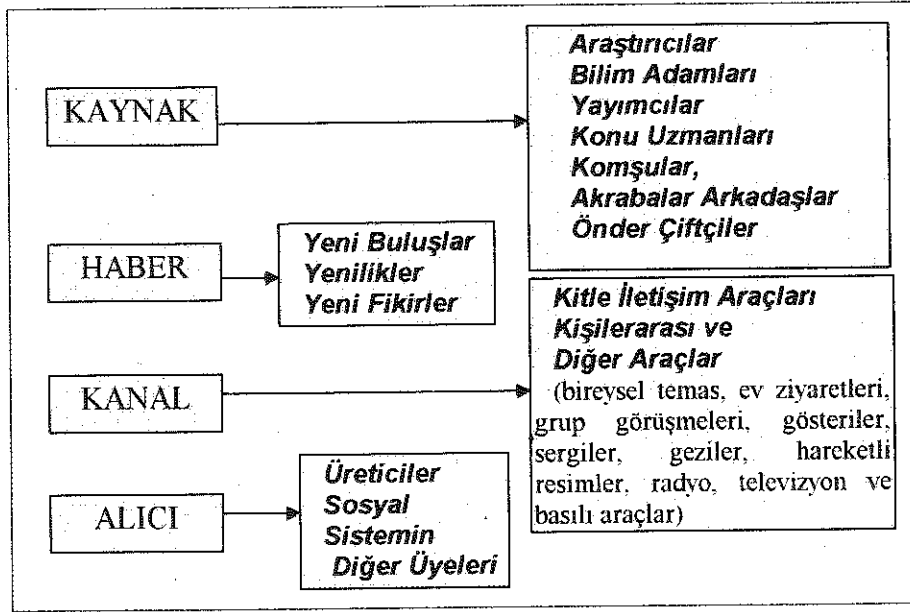


Şekil 12.2. Haberleşmenin Unsurları ve Haberleşme Süreci

Bunu ile ilgili bazı yazılarda ise, kodlama ve kodun çözümü, haberleşme unsurları olarak gösterilmektedir. Böylece haberleşme unsurlarının sayısı, altıya çıkarılmış bulunmaktadır (Tosun ve Gümüşer, 1967). Kanaatimizce kodlama, kaynağın bir işlevi olup, onun içinde incelenmesi gerekir. Kodun çözümü ise alıcının yapacağı bir işlemdir. Bunun için de haberleşmenin unsurları altı değil, dört olması gerekir.

Bu konuda şunu önemle belirtmek gerekir ki; bu dört unsur, bütün haberleşme işlemlerinde mevcut olup, bir tanesinin dikkate alınmaması halinde, haberleşmenin eksik olmasına neden olunur. Yani haberleşme denilen işlem bu dört unsuru içeren belli bir süreçten oluşur. Haberleşmenin daha iyi anlaşılabilmesi için, bu unsurların da iyi anlaşılmasında yarar vardır. Bunun için, bunların her birinin

özelliklerine kısaca değinmek faydalı olacaktır. Ayrıca haberleşme unsurlarına yayımla ilgili çeşitli örnekler Şekil 12.3'te verilmiştir.



Şekil 12.3. Haberleşme Unsurlarına Yayımla İlgili Örnekler

12.2.1. Kaynak ve Özellikleri

Haberleşme sürecini başlatan bir bireydir. Tarımsal yayım açısından bunlar araştırmacılar, bilim adamları, yayımcılar, konu uzmanları, komşular, akraba ve arkadaşlar, önder çiftçiler olabilir (Crouch ve Chamala, 1981).

Kaynak (verici), haberi ileten insan veya insan gruplarıdır. Buna bazı eserlerde gönderici veya vericide denilmektedir. Her üç kavram da haberleşmede, aşağı-yukarı aynı anlamda kullanılmaktadır. Vericinin yapacağı ilk iş, alıcıya göndereceği mesajı saptamaktır.

Verici, mesajı saptarken alıcının yaşını, kültür seviyesini ve statü durumunu göz önüne getirmelidir. Yani, verici ileteceği mesajı, alıcının anlayabileceği şekilde hazırlamalıdır.

Vericinin normal bir haberleşmede bulunabilmesi için bir takım özelliklere sahip olması gerekir. Bu özellikler şunlardır:

- A) Vericinin haberleşmede yeteneği yönünden özelliği: Verici için söylenecek özellikler çok ise de bunların başlıcaları, amacın tespiti, açık ve düzgün konuşma ile iyi yazmadır. Vericinin bunları istenilen şekilde yapabilmesi için kendisinin normal insan olması gerekir. Her insanın normal olabilmesi için onun, "bilinçli varlığı ile, bilinç altı varlığı arasında bir sarsıntının, uyumsuzluğun olmaması gerekir (Aydın, 1967). Şayet verici, iki varlığı arasında normal bir bağıntı kuramazsa, her türlü akli ve hissi dengesizlikten birine sahiptir. İşte bu durumlardan birine sahip bir insandan da normal bir haberleşme de bulunması beklenemez. Özellikle, yönetimin yukarı basamaklarındaki bir vericide, bu dengesizliklerden biri varsa, kendisine verilen mesajı iyi anlayamayacağından veya ani reaksiyon gösterebileceğinden, mesaj iletilmesi uygun olan şekilde hazırlanamayacak veya iletemeyecek, dolayısıyla haberleşmeyi engelliyecektir. Verici durumunda olanların bilinç altı varlığı ile bilinçli varlığı arasında en yüksek uyumu sağlayan insanlar olmasına dikkat etmek gerekir.
- B) Vericinin haberleşmedeki tutumu yönünden özelliği: Burada bahis konusu olan husus, şahsın kendi kendini değerlendirmesi ve bu değerlendirme sonucunda sahip olacağı kendine güven hissidir. Eğer bir kişi, bilinçli varlığı ile bilinç altı varlığı arasında asgari tatmini sağlayamıyorsa, ya kendine inancı yoktur ya da kendine

güveni çoktur. Güvensiz, çekimser ve zayıf davranışlı tipler haberleşmeyi çoğu zaman başarısızlığa uğrattılar. Böylece onlarla yenilik götüreceği kişi arasında iyi iş ilişkilerinin kurulmasını engeller ve dolayısıyla da yayım hizmetini de başarısızlığa uğrattılar. Kendine güveni çok olan da başkalarının fikirlerini önemsemez ve dolayısıyla manaları müşterek kılamaz.

- C) Konuya olan tutumu yönünden özelliği: Vericinin sunmak istediği konuyu kendinin de benimsemesi, yani onun geçerliliğine kendisinin de inanması lazımdır. Aksi takdirde, haberleşmeleri pek tatminkar olamaz. Diğer bir ifadeyle haberleşme aksar.

D) Alıcıya karşı olan tutumu yönünden özelliği: Verici ve alıcının karşılıklı olarak birbirlerini sevmesi ve sayması lazımdır. İkisi arasındaki karşılıklı güven iyiniyet, etkili bir haberleşme için zorunludur. Özellikle, işletmenin yönetiminden sorumlu olanlarda, bu özelliklerin bulunması zorunludur. Aksi halde, hem işletmede çalışanlar, hem de işveren bu özelliklere sahip olmayan yöneticilerden çok zarar görürler. Nitekim, egoist işletme idarecileri, despot ruhlu amirler, mağrur kumandanlar ve sevk- idareciler, her devrin en büyük sorunlarını oluşturmuşlardır. Bu nedenle bu konuya tüm kuruluşlarda olduğu gibi tarıma yönelik hizmet veren kamu kuruluşlarında da dikkat etmek gerekir. Yani kamu kuruluşlarında haberleşmeyi etkileyecek önemli pozisyondaki kimselerin bu özelliklere sahip olmayan kişiler olmasına özen gösterilmelidir.

12.2.2. Haber

Haber bir bilgi olup, vericinin dinleyicilere anlatmak ve kabul ettirmek için kullandığı bir araçtır. Örnek olarak yeni buluşlar, yenilikler ve yeni fikirler sayılabilir(Crouch ve Chamala,1981).

Haberin (mesaj veya ileti) iyi anlaşılabilmesi için iletilen şahıs veya grubun anlayabileceği bir dille hazırlanması gerekir. Aksi halde iletilen mesaj, kişi ve kişiler tarafından alınsa da manasının iyi anlaşılmaması yüzünden, normal bir haberleşme olamaz. Aşağıdaki örnek olay konunun daha iyi anlaşılmasına yardımcı olabilir.

ÖRNEK OLAY

Okur-yazar bir hoca, bir köye imam olmak için gelir. Orada da okuma yazması olmayan başka bir hoca imamlık yapmaktadır. Birincisi köy imamlığına talip olur. Köy muhtarı ve idare heyeti bu kişiyi imamlığa uygun görürler.

Fakat köy halkının iznini almak için her iki hocayı, köyülerin karşısında bir sınava tabi tutup, bu kararı onlara da kabul ettirmek isterler. Köylüler toplanır, ortaya bir kara tahta ve tebeşir getirirler. İdare heyetinden biri okumuş hocaya tahtaya bir öküz yazmasını söyler. Okumuş hoca, rahatlıkla istenileni yazar.

Sıra okuma yazması olmayan hocaya gelir. Hoca, okuma yazma bilmemektedir. Şöyle düşünür: "Ben cahilim, okumam yazmam yok. Ama sınavı kaybedersem işimden olacağım. Fakat, bu cemaati tanıyorum; onlar da benim gibi okuma yazma bilmezler, öyleyse onların anlayabileceği bir şey yapmalıyım. Çünkü onlar da bu tahtaya yazılı şeyin ne olduğunu bilmezler" Bunun üzerine hoca karatahtaya bir öküz resmi çizer ve cemaate şöyle der; "Ey Cemaat bakın bunlardan hangisi öküze benziyor?"

Sonuçta cemaat, hocanın çizdiğinin öküze benzediğini, yazıların ise benzer yeri olmadığını söylerler. Böylece hoca, sınavı kazanmış ve yerinde kalmıştır (Kuntbay ve Onaran,1967).

Bu hikaye haberleşme konusunda çok önemli bir hususu belirtmektedir. Yani vericinin, alıcı veya alıcıların anlayabileceği

şekilde mesajı hazırlaması, iletmesi ve onlara uygun bir davranışta bulunması gerekir. Özellikle az gelişmiş ülkelerde sanayileşmenin beraberinde getirdiği bir takım terimlerin tam karşılıklarının bulunmayışı veya henüz herkesce anlamların iyice bilinmemesinden dolayı, çoğu zaman hazırlanan mesajların anlaşılmasında güçlük çekilmektedir. Gerek yukarıdaki sebeplerden, gerekse terminolojik yetersizlikten dolayı, mesajın manasının iyi anlaşılması, haberleşmenin de eksik olmasına neden olmaktadır.

12.2.3. Kanal

Kanal, mesajı bir kaynaktan alıp, bir alıcıya verir. Haberleşme kanalı kaynak ve mesajın alıcısı arasında fiziksel bir köprü olarak hizmet eder. Yayın çalışmalarında kullanılan ortak kanallara örnek olarak bireysel temas, ev ziyaretleri, grup görüşmeleri, gösteriler, sergiler, geziler, hareketli resimler, radyo, televizyon ve basılı araçlar (bülten, gazete, broşür vd) sıralanabilir (Crouch ve Chamala, 1981).

Mesajımızı karşı tarafa iletirken kullanılacak kanal (vasıta) ne olmalıdır? Telefon, sirküler mektup, rapor, film ve sesli vasıtalarda hangileri kullanılmalıdır ki, haberleşme tam ve etkili olabilsin. Çünkü, çoğu zaman fikirlerimizi karşı tarafa iletirken en etkili kanalı seçememizden dolayı, haberleşmeden de istenilen sonucu elde edemeyiz. Bu nedenle kişinin hiyerarşik pozisyonunu ve kültür seviyesini, ayrıca iletilecek haberlerin önemini düşünmek gerekir.

Maddi koşulların önemi, özellikle alıcı ile verici arasında mesafe olduğu zaman daha belirgindir. Örneğin telefon ve radyo ile haberleşmede, maddi vasıtaların bu mesajın iletilmesindeki rolü

açıktır. Yahut bir gruba sözlü haberin iletilmesinde kullanılması gereken maddi vasıtaların önemi büyüktür.

Diğer taraftan, haberin iletileceği kimsenin pozisyonunu da gözönünde bulundurmak ve ona göre bir kanal seçmek gerekir. Örneğin bir şef bir teknik haberi, üst yöneticiye iletirken, telefon yerine bizzat onun yanına gitmekle daha büyük yarar sağlamış olur.

Ayrıca, haber önemli ve acil ise, dolayısıyla alıcıya çabuk veya hızla iletilmesi gerekiyorsa mektup ve telgraf yerine, fax, telefon, elektronik posta gibi araçların tercih edilmesi, etkili bir haberleşme için zorunludur.

Bütün bu açıklamalardan anlaşılıyor ki, haberleşmenin etkili olabilmesi için, iyi bir kanalın seçilmesi gerekir. Bunun için de haberin içeriğini (mahiyetini), taşıdığı önemi, iletilecek kimsenin pozisyonunu ve kültür seviyesini, maddi olanaklarını göz önünde bulundurmak gerekir.

12.2.4. Alıcı

Verici için söz konusu olan özellikler, alıcı için de söz konusudur. Bunlardan başka alıcı iyi bir dinleyici olmalıdır. Alıcının iyi bir dinleyici olması özelliği, haberleşmenin etkili olarak yapılabilmesi için çok önemlidir. Bunun için alıcının, başkalarının ilettilerini dinlemeye daha fazla zaman ayırması gerekir. Dolayısıyla alıcı daha az konuşmalı, daha çok dinlemelidir.

Mesaj, alıcıya bir kanal vasıtasıyla ulaştıktan sonra o, bu mesajı anlayışının, sorumluluk duygusunun, menfaatinin (çıkarlarının) süzgeçlerinden geçirerek kendi şahsi amaçlarına göre çözer.

12.3. Sözlü ve Sözsüz Haberleşme

12.3.1. Sözlü Haberleşme

Sözlü iletişim insanlar arası iletişimde yüzyıllardan beri temel iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. Bireyler sözcüklere yükledikleri anlamları karşındakilere konuşarak aktarırlar. Dolayısıyla konuşma ve dinleme becerilerinin geliştirilmesi önem kazanmaktadır.

12.3.1.1. Konuşma

Konuşma bir takım anlamlı seslerin gırtlak ve ağız aracılığı ile dışarı çıkarılması değildir. Konuşma duygu, düşünce ve dileklerimiz görsel ve işitsel öğeler aracılığıyla karşımızdakine iletmektir (Taşer, 1987; akt.Ergin,1995). İyi bir konuşmacıda aranan nitelikler aşağıda sıralanmıştır (Ergin, 1995).

⇒ 1. İyi bir konuşmacı, konuşma eylemini oluşturan fiziksel öğelerin önemini bilir. Yalnızca değerli bilgilere (düşüncelere) sahip olmanın yeterli olmadığını, aynı zamanda bu düşüncelerin dinleyiciye etkili bir biçimde iletilmesi zorunluluğunu da kabul etmelidir. Konuşma eylemi **görsel davranış, ses, dil ve zihinsel etkinlik** öğelerinden oluşmaktadır.

- **Görsel davranış:** Konuşmacının, dinleyicinin, duygu ve düşüncelerini etkilemek amacıyla güden her türlü görünür davranıştır. Bu davranışlar hareketler, duruş, genel bedensel hareket, jestler, mimiklerdir. Konuşmacı bedensel hareketlerinden yararlanmalıdır. Eğer yararlanamıyorsa, konuşmacının duygu derinliğinden yoksun, güvensiz, hasta ya da utangaç olduğu düşünülür (Ergin, 1995). Bedensel hareket doğal

olmalı, söylenen sözcüklerin anlamlarıyla uyumlu olmalıdır. Jestler ve mimikler konunun ikinci plana düşmesine neden olacak şekilde abartılı olmamalı, konuyu destekleyici olmalıdır.

- **Ses:** Ses, gülümseme gibi kas ve duyguların bir bileşeni olarak şekillenir (Ailes ve Kraushar, 1996). Konuşma sırasında boğumlanan (telaffuz edilen) ve işitilen öğedir. Sesin şiddeti bulunulan ortamın özelliğine göre çok zayıf ve yüksek olmalıdır. İyi bir konuşmacıda tekdüze olmayan, gereğinde alçalabilen, yükselebilen bir ses aranır. Dolayısıyla dinleyiciyi rahatsız etmeyecek, konudan kopmalarını önleyecek bir yöntem izlenmelidir.
- **Dil:** Konuşma dili basılı harflerin seslendirilme biçimidir. Bu hecelerden, sözcüklerden ve cümle parçacıklarından oluşur. Karşındaki dinleyici grubun anlamadığı sözcüklerin ayıklanması, dinleyicilerin rahatlıkla anlayabileceği kelimelerin özellikle seçilmesine dikkat edilmelidir.
- Buna dinleyicilerle göz teması kurmayı da eklemek gerekir. Gözler özümlemek, ayrıntıları saptamak ve iletişimi uygun olarak ayarlama yardımcı olması için kullanılmalıdır. Eğer sürekli metinden okunuyorsa dinleyiciler etkilenmez. Odanın arkasındaki bir noktaya boş gözlerle bakıyorsanız onlara ulaştığınız hissedilmez. Yapılması gereken dinleyici kitlesini parçalara bölerek onlara bireyler toplamı olarak bakmaktır. Konuşurken bireysel olarak bakılmalıdır.
- Konuşmanın başında dostça ve sıcak yüzlü görünen birine bakıldığında, bu konuşmacıda rahatlatıcı etki yapacaktır. Konuşma ilerledikçe herbir gruba mini sohbet yapılmış gibi

konusmalı, bir gruptan diğerine geçerken birkaç saniye duraksanmalıdır. Gözler büyük bir grupla konuşurken de, küçük bir grupla konuşulduğundaki gibi kullanılmalıdır. Yani 4-5 kişiyle bir odada konuşurken zaman zaman öteki kişiye bakıp, sohbetin bir bölümünün o kişiyle sürdürüldüğü izlenimi nasıl veriliyorsa, büyük gruplara da aynı şekilde davranılmalıdır (Ailes ve Kraushar, 1996).

• **Zihinsel Etkinlik:** Konuşmanın ortaya çıkması zihinsel süreçlerin etkisiyledir ve bu süreç beyinde gerçekleşmektedir. Konuşmacı sunacağı konunun uzmanı olduğunu düşünmelidir. Kendini konuya vermelidir. Böylece zihinsel bir rahatlığa kavuşabilir ve kaygıları azalır. Dinleyici karşısında heyecanlanan konuşmacının casareti kırılmamalıdır. Konuşmacı, hem kendisine hemde dinleyicisine karşı normal düzeyde bir heyecan gösteriyorsa, bu durum dinleyicinin konuşmaya olan ilgisini artırır (Ergin, 1995). Başarısızlığa karşı en büyük güvence konuşmaya hazırlanmaktır.

⇒ 2. Konuşma öncesinde ve kendisini ve konusunu iyi hazırlar. Konuşma için yapılacak hazırlık esnek ve kapsamlı olmalıdır. Hazırlık yaparken; kendi niteliklerini, dinleyicilerin ihtiyaç ve niteliklerini, konuşma için ayrılan süreyi dikkate almalıdır. Ayrıca konuşma ile neyi, amaçladığını ve hangi tepkileri beklediğini önceden düşünmeli açıklığa kavuşturmalıdır.

⇒ 3. Konuşmada tanımlamalara, örneklerle, açıklamalara, karşılaştırmalara, kanıtlara, istatistiki bilgilere, gerekli tekrarlara ve görsel yardımlara yer vermelidir.

⇒ 4. Gözlem gücünü geliştirmiştir. Bulunulan çevredeki ve dış dünyadaki varlıklarla ilgili ve olaylara duyarlı olma, gözlem gücünü artırır. Bu ise konuşmanın anlamca zengin olmasını sağlar.

⇒ 5. Konuşma alanında geniş bilgi birikiminin varlığından yararlanır. Kazandığı bilgileri sürekli kıyaslar ve bilgilerini yeniler.

⇒ 6. Amacına uygun yönde ve mantıki bir akış içinde düşünme yeteneğini geliştirmiştir. Bu nedenle düşüncelerini uygun bir akış sırasıyla sunabilir.

⇒ 7. Konuşma hızını ayarlamasını bilir. Tekdüze konuşmaz, duraklamaları özenle seçer, vurguları yerinde yapar.

⇒ 8. Kendi yeteneklerini değerlendirmeyi, sınırlarını saptamayı bilir. İleri sürdüğü düşüncelerde aşırı derecede katı ve kesin bir dil kullanmamaya dikkat eder. Yerine göre "benim düşünceme göre", gibi anlatımları kullanarak dinleyicileri baskı altına almaz.

⇒ 9. Dinleyicisini yakından tanır. Sunulan konunun dinleyiciler tarafından benimsenmesini, paylaşılmasını sağlamak için konuşmasının biçimsel ve öz olarak değerlendirmesini yapar (Ergin, 1995). Dolayısıyla konuşmacı dinleyicisini tanımalı, onların ne hissettiklerini anlamalıdır (Ailes ve Kraushar, 1996).

⇒ 10. Konuşmada kendisinin ve dinleyicilerin kişilgin önemini dikkate alır, saygı duyar.

⇒ 11. Dinleyicileri ile yüzyüze iletişim kurar. Bu göz teması ve dinleyicilerin yüzüne bakarak sağlanır.

⇒ 12. Kendisinin titiz bir elıştırıcisidir. Kendisinin başarılı ve başarısız yönlerini ortaya koymaya çalışır.

13. Ahlaksal sorumlulukları bulunduğunu hatırdan çıkarmaz. Bu nedenle konuşma dinleyicilerin kafalarını karıştıracak demogojik öğelerle süslü olmamalıdır. Bilgilendirmeyi, yardım etmeyi, bir konuyu açıklığa kavuşturmayı amaçlamalıdır.

12.3.1.2. Dinleme

Bazı kişiler, başkalarını anlama yeteneğini hiç geliştirememişlerdir. Bunlar genellikle aşırı oranda kendilerine odaklanmışlardır. İyi iletişimciler konuşma dinleme oranlarını duruma göre ayarlayabilirler. Bir temel kural olarak dinleyicinin toplam sürenin %60'ını dinlemek, %40'ını konuşarak geçirmesi uygundur(Ailes ve Kraushar, 1996).

Dinleyici, bir konuşmada söylenenlerin anlamlarını gözleri ve kulaklarıyla alır. Dolayısıyla dinleme görsel algılamayı da içerir. Dinleyici konuşmacının söylediklerini dinlerken, aynı zamanda konuşmaya katkıda bulunan görsel davranışları da dikkatle izler ve gözler. İşitme fizyolojik, dinleme ise psikolojik bir süreçtir. Her ikisi birbiriyle ilişkilidir. Ancak dinlemek işitmek değildir. **Gerçekte kulağımızla işitir, zihnimize dinleriz.** Dolayısıyla dinleme, konuşmada ileri sürülen düşünceleri anlamak, değerlendirmek, organize etmek, aralarındaki ilişkileri saptamak, bu düşünceler içinden belleğimizde saklamaya değer bulduklarımızı seçip ayırmak demektir. Her zaman konuşanla dinleyen arasında bilgi, beceri, tutum ve davranış yönünden bir etkileşim vardır. Eğer konuşanla dinleyenden birinde bir eksiklik, bir yetersizlik ortaya çıkarsa iletişim sağlanamaz. Bunun sonucu olarak konuşanda dinleyen de ilişkisiz kalmak yüzünden ilgisiz hale gelir. Oysa iletişimin etkili ve başarılı olabilmesi için alıcı ve vericinin kendi benliklerinin üstüne çıkmaları,

iletişim sürecinde mümkün olduğunca birbirini anlamaları zorunludur (Ergin, 1995).

İyi dinlemeyi etkileyen, iyi bir dinleyici olmayı etkileyen faktörler (Ailes ve Kraushar, 1996).

- ⇒ 1. Konuşanın söylediklerini almaya hazırlanmalıdır. Yani rahatlanmalı ve zihin boşaltılmalıdır.
- ⇒ 2. İlk birkaç sözcüğü duyunca, cümleyi zihinde tamamlayıp ikinci kısım kaçırılmamalıdır.
- ⇒ 3. Dinlemeye başlamak için ilk duyulan birkaç sözcük üzerinde yoğunlaşılmalıdır.
- ⇒ 4. Konuşmacının söz yada düşüncelerine duygusal olarak aşırı tepki verilmemeli, önce konuşmacı dinlenilmelidir.
- ⇒ 5. Konuşmacının görüşü, sesi, kıyafeti ve konuşma kusuru gibi özelliklerini dikkate almak yerine, vereceği mesajlar önemsenmelidir.
- ⇒ 6. Konuşmacı düşüncelerini tamamlayıncaya kadar konuşma ile ilgili bir sonuca varılmamalıdır.
- ⇒ 7. Dinleme, kısmen önemli olan şeylerin yazılmasıdır. Konuşmada geçen ilginç hatırlanmaya değer konular kaydedilmelidir. Bu nedenle mutlaka bir kalem ve not defteri hazır bulundurulmalıdır.
- ⇒ 8. İnsanlar bazen bir şey söylerken, başka bir şeyi kastederler. Bu nedenle konuşmacının söylediklerinin gözlerinin, bedeninin yüzünün, sesi ve sözcükleri ile tutarlılığı dikkate alınmalıdır. Tutarsızlık seziliyorsa açıklama istenilmelidir.
- ⇒ 9. Konuşma aşırı derecede analiz edilmeden dinlenilmeye çalışılmalıdır.

⇒ 10. Dinleme sırasında dikkat dağılmalarını gidermek için önceliğin dinlemeye verilmesi gerekir. Bunun için gözler konuşandan ayrılmamalı, kalem, kağıt gibi dikkat bozucu şeylerle oynanılmamalıdır.

12.3.2. Sözsüz Haberleşme

Sözlü iletişimin aksine sözsüz iletişim konusu üzerinde çok az durulmuştur. Oysaki insanlararası iletişim tek başına sözcüklerle sınırlandırılmaz. İnsanlar tüm bedenleri ile iletişim kurarlar. Bedene özgü anlam daha güvenilirdir. Bedenin sessiz diline ters düşen sözcükler çok az dikkate alınır(Ergin, 1995). Dolayısıyla sözlerle, beden dilinin uyum içinde olması gerekir. Bu uyum sağlanmadığı takdirde iletişimde eksiklik var demektir.

Beden dili denildiğinde jestler, mimikler, baş hareketleri, dokunma, el hareketleri, kaş çatma, surat asma, gibi mesaj özelliği taşıyan bedensel hareketler anlaşılmaktadır. Dolayısıyla sözcükler kullanılmadan iletişim söz konusudur. Bu nedenle beden dilinin unsurları sözsüz iletişim kapsamında incelenmektedir. Sözlü iletişimde sözcüklere yüklenen anlamların karşı tarafa aynı anlamla ulaşmasında güçlükler varken, sözsüz iletişim daha güvenilir sonuçlar vermektedir. İnsanların duygularını anlamak, kendisi anlatmadığı ölçüde zordur. Ancak hangi duygu ve düşüncede bulunduğu sözsüz iletişim unsurlarının verdiği mesajlarla değerlendirilebilir.

Bazı beden dili uzmanları, bir kimsenin gizli niyetlerinin kolların, bacakların ve gövdenin(vd) pozisyonundan anlaşılacağını öne sürmektedirler. Kısmen doğrudur. Ancak bu o kadar kolay değildir. Kişinin sesinin yüksekliği, tonu, konuşma hızı, ifade ediş

tarzı, soluk alıp veriş hatta gözlerinin büyümesi de gözönüne alınmalıdır. Böyle bir yorumlama gerçek gözlem ve içgüdüyle birlikte kullanarak yapılmalıdır. Örneğin bazı kişiler, kavuşturulmuş kolları savunucu bir tutumun işareti olarak yorumlarlar. Oysaki kollarını aslında rahatlamak için kavuşturan insanlar da vardır. Bu işaret tek başına yanıltıcı olabilir. Bu nedenle diğer davranışlarını da dikkate almak gerekir (Ailes ve Kraushar, 1996).

12.3.2.1. Yüz İfadesi

Araştırmalara göre yüzde bulunan seksen adale, yedibinden fazla farklı ifadeyi ortaya çıkarabilmektedir. Birisinin mutlu, üzüntülü olduğu veya korktuğu yüzündeki ifadelerden anlaşılabilir. Ancak diğer ince ayrıntılar üzerinde de durulmalıdır. Sözsüz iletişimde uzmanlaşılması en güç konulardan biri yüz ifadeleridir (Ailes ve Kraushar, 1996). İnsan bedeninde yüz, yüzde ise en fazla dikkat çeken gözlerdir. İki insan arasındaki gerçek iletişim göz göze gelmekle başladığından, gözlerin ve bakışın büyük bir anlamı ve önemi vardır. İnsanlar karşısındaki etkilemek için gözlerinin içine bakarak konuşurlar (Köknel,1996;akt:Ergin,1995).

12.3.2.2. Jestler ve Mimikler

Yüz kaslarının anlatım amaçlı kullanımı mimikleri; baş, el, kol, bacak ve bedenin kullanımı da jestleri oluşturur. Jest ve mimikler esas ve ikincil olarak ikiye ayrılır (Baltaş ve Baltaş, 1992,akt:Ergin,1996). Esas jest ve mimikler, düşünce ve duygularımızı destekleyen onları somutlaştıran hareketlerimizdir. Örneğin sohbet sırasında göz kırpması, baş sallama, kolları açma gibi işaret ve hareketler iletmek istediğimiz ve programladığımız bir mesajı içeren jestlerdir. Öte yandan esneme

ve hapşırma gibi kendiliğinden meydana gelen eylemler sırasında bile jest vardır. Kendiliğinden (refleksif) ortaya çıkan bu hareketlere ikincil jest ve mimik denir. Esas jest ve mimikler;

1. Biyo-psikolojik kökenli jest ve mimikler; mutluluk, korku, öfke, şaşkınlık, üzüntü, tiksinti gibi ifadeleri anlatan hareketlerdir ve temel duyguları dile getirir(Ergin, 1995). Dolayısıyla verilen mesaj karşısında alınan tepki anlaşılır. Mesaj anlayıp anlamadığı alınan şaşkınlık ifadesiyle anlaşılabilir.

2. Toplumsal jest ve mimikler; toplumsal koşullandırmanın bir ürünü olarak ortaya çıkar. Bu nedenle farklı kültürlerde farklı anlamlar taşıyabilirler. Kültürel farklılıklardan doğan farklı jestlere örnek olarak selamlaşma biçimleri verilebilir. Batı kültüründe selamlaşma için el sıkışılır. Polanezler ise karşılaştıkları arkadaşlarının yüzlerine elleriyle vurarak selamlaşırlar.

Ayrıca evet anlamına gelen baş sallama batıda başın dikey (aşağı yukarı) hareketi ile yapılırken, Hindistan'da ise başın yatay hareketi (sağa sola) ile yapılmaktadır. Tersisi ise hayır anlamını vermektedir (Taluğ ve Tatlıdil,1993).

3. Mimik jestler; tiyatro oyunlarının, pandomim sanatçılarının oyun gereği yaptıkları hareketleri, taklitleri bir olayı ya da bir eylemi anlatan şematik jestlerdir. Örneğin bir öğretmen sınıf içinde dikkat ve ilgi çekmek için bir tiyatro oyuncusu gibi oynamak durumundadır (Ergin, 1995). Bu öğrencilerin ilgisini konuya çekme amacıyladır.

12.3.2.3. Giyim Kuşam

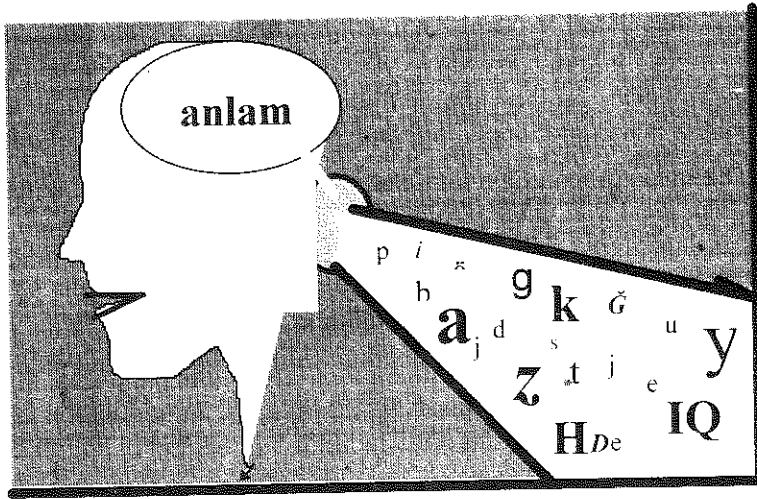
Giyim-kuşam bireyin, sözleri ve bedeni kadar beğenilerini (zevklerini), o anda içinde bulunduğu ruhsal durumu, karşısındakilere

verdiği önemi ve değeri yansıtır. Yerine zamanına uymayan giyim kuşam çok değerli nice sözün üstünkörü dinlenmesine ve yanlış olarak algılanmasına yol açabilir (Zıllıoğlu,akt:Ergin,1995). Bireyin mümkün olduğunca temiz ve düzenli giyinmesi kendisine ve çevresine olan saygısını göstermektedir.

Giyim kuşamla ilgili olarak söylenmesi gereken çok önemli bir konuda konuşmacının kıyafetinin, konuşmanın içeriğini gölgede bırakacak bir abartıda olmaması gereklidir. Dolayısıyla dinleyiciler konuşmanın içeriği yerine konuşmacının giyim-kuşamı ile ilgilenmemelidir. Buna fırsat verilmemelidir.

12.4. Algılama

Algılama duyu organlarına çarpan çevresel uyarıcıların farkına varılmasını ve yorumlanmasını ifade etmektedir (Taluğ, 1977). Ancak bu tanım analiz edilecek olunursa, dıştan gelen uyarıların mutlaka duyu organlarına çarpması anlamı çıkmaktadır. Oysa kişi bu uyarıcıları hiçbir zorlamaya gerek kalmadıkça kendiliğinden de farkedebilir. Bununla beraber algılamada esas olan bir uyarmanın olması ve bunun yorumlanması esastır.

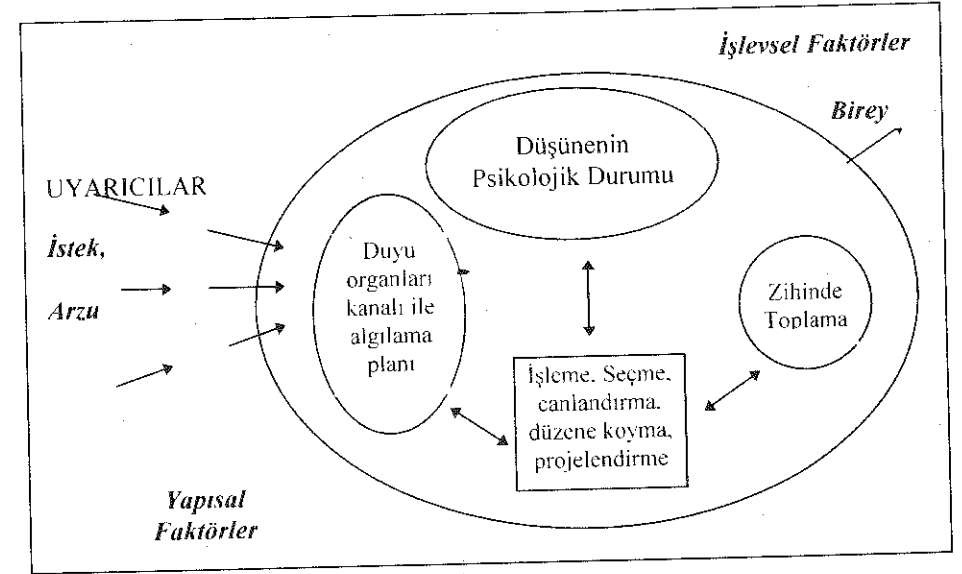


Şekil 12.4. Uyarıların Anlaşılması

Uyarı duyu organları aracılığı ile beyne ulaşır ve yorumlama ise beyinde yapılır. Yorumlama yapılırken, yani uyarıcıların ulaştığı bir şeye bir anlam verilirken, beyinde daha önce depolanan bilgilerle bir ilişki kurulur. Bu nedenle algılamanın nüvesinin deneyim (tecrübe) olduğunu hemen belirtmekte yarar vardır.

Şekilde görüldüğü gibi uyarıcılar duyu organlarını etkilemekte ve buradaki sınırlar aracılığı ile beyne ulaşmakta, burada ayıklama düzenleme anlaşılma işlemi tamamlandıktan sonra dışarıya kişisel duygular düşünceler halinde yansımaktadır. Duyu organları ile

haberdar olma ile beyinde depolanan bilgi arasındaki ilişki, kişinin psikolojik yapısına göre anlaşılır. Bütün bu işlemler çok hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir.



Şekil 12.5. Algılama Olayı

Aynı haber birden fazla kişiye ulaştırıldığında kişilerin bu haberi farklı şekilde algılamaları doğaldır. Yani farklı şekilde anlamlandırmaları yadırganmamalıdır. Zira tümüyle bir birinin aynı olan kişi bulanmadığına göre, algılamının farklı olmasından daha doğal birşey de yoktur. Öyleyse algılama kişiden kişiye değişebilmektedir. Bu değişikliğe neden olan faktörler de çok çeşitlidir. Ancak bunların önemli görülen bazıları şunlardır:

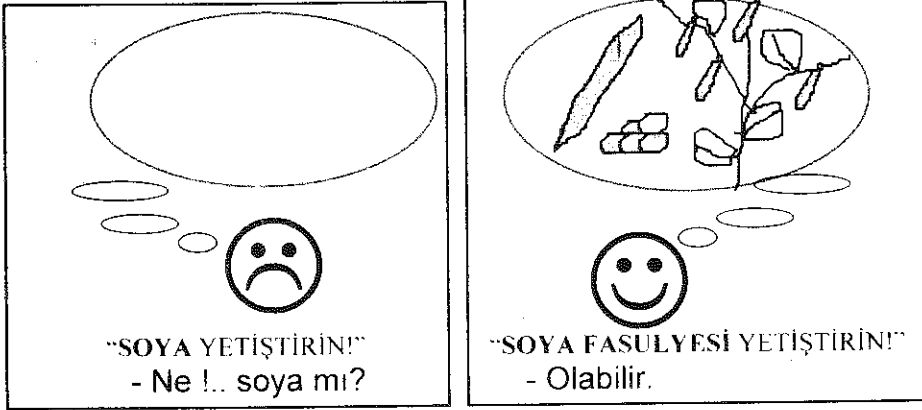
12.4.1. Algılamayı Etkileyen Etkenler

a) Kişiyeye özgü fiziki eksiklik: Kişinin duyu organlarından biri işlevini iyi bir şekilde yerine getiremeyebilir. Örneğin kulağı iyi işitmeyen bir kişinin, iyi işitene göre aynı haberi farklı algılaması doğaldır.

b) Deneyimleri: Kişi gördüğü ve duyduğu bir şeyi beyinde depolar. Kişi kendisine uyarıcılarla ulaşan bir şeye anlam verirken, daha önce beyinde depolanan bilgilerle ilişki kurar. Şayet uyarıcılarla beyne ulaşan bir şeye kişi anlam veremiyorsa, yani algılamıyorsa, beyinde o konu ile ilgili veri eksikliği vardır.

ÖRNEK

Daha önce soya bitkisini görmemiş veya tarımını yapmamış bir üreticiye "2.ürün olarak **soya yetiştirin**, bu size ek kazanç sağlar", denildiğinde üretici soya kelimesine o anda bir anlam veremez. Ancak "2.ürün olarak **soya fasulyesi** yetiştirin, bu size ek kazanç sağlar", denildiğinde ise fasulye hakkında daha önce beyinde depoladığı bilgilerle ilişki kurarak soyanın fasulye benzeri bir bitki olabileceğini algılar.



Şekil 11.6. Deneyimlerin Algılamadaki Rolü

c) Kişinin değer yargıları: Kişinin yaşam boyunca kabullendiği bazı değer yargıları vardır. Bazı kişiler dinlenmeyi, tatil yapmayı, sosyal faaliyetlerde bulunmaya tercih ederler. Ya da zengin olma yerine kıt kanaat geçinmeyi tercih ederler. Bu tür oluşmuş yargılar, kişinin çeşitli konulardaki algılamasını etkiler.

d) Gelecekle ilgili beklentileri: Kişi kendisi ile ilgili geleceği iyi veya kötü görebilir. Kötü görürse ümitsizliğe kapılır ve yeniliklere karşı ilgisiz kalır. Dolayısıyla yeniliklere karşı açık olanlara göre aynı şeyi aygılaması farklı olur.

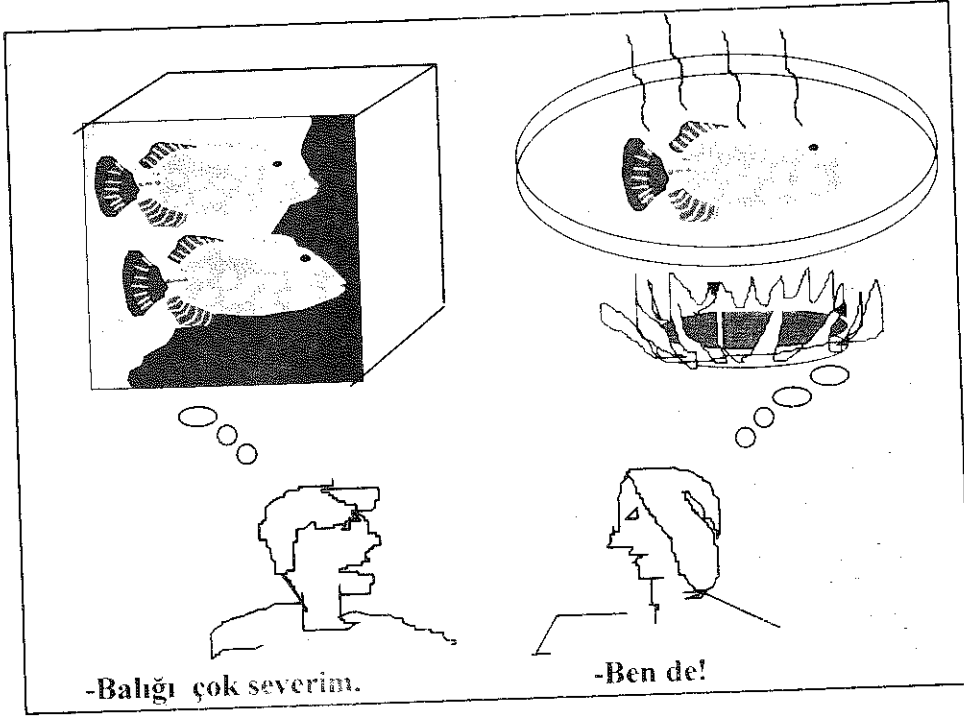


Şekil 11.7. Beklentilerin Algılamadaki Rolü

Şehir hayatının kendisi ve çocukları için, köye göre daha iyi yaşam düzeyi sağlayacağına inanan kişi, kente göç ve oradaki yaşam koşulları ile ilgili haberlere karşı daha çok duyarlıdır. Bu tür haberleri algılaması daha kolay olur. Ya da köyünde kalıp, tarımsal faaliyetlerini geliştirdiğinde daha zengin olacağını ümit eden çiftçi, bu konu ile ilgili yeniliklere daha çok açıktır ve yenilikleri daha çabuk ve kolay algılar. Demek oluyor ki kişinin gelecekle ilgili beklentileri algılamasını etkiler.

e) Kişinin ihtiyaçları: Bilindiği gibi kişinin içinde yaşadığı fiziki, sosyal, kültürel ve çalışma koşulları ile gelir düzeyi, onun ihtiyaçlarını etkileyen belli başlı etkenlerdir. Ancak teknolojik düzey ve kültür düzeyi arttıkça ihtiyaçlar da çeşit ve miktar itibarıyla artmaktadır. Nitekim, evinde televizyonu ve buzdolabı olmayan kişinin televizyon veya buzdolabı satın almak istemesi ve bunun için bir çaba sarfetmesi

bir ihtiyacın ifadesidir. Aynı şekilde tarlasını işlemek için bir traktöre sahip olmak istemesi ve bunun için gerekli girişimleri yapması yine bir ihtiyaçtan doğmaktadır.



Şekil 11.8. İhtiyaçların Algılamadaki Rolü (Ergin,1995).

İşte kişinin ihtiyaçları çeşitlendikçe ve arttıkça bu ihtiyaçlarına ilgili konuları algılaması, ihtiyacını önemli ölçüde tamalamış olanlara göre farklı olacaktır.

f) Kişinin tutumu: Kişinin çeşitli konularla ilgili tutumu farklıdır. Bu farklılık da algılamayı etkiler. Örneğin kadının ağır işlerde çalışmasına, ya da herhangi bir işte çalışmasına karşı olan bir kişinin, kadının çalışmasında sakınca görmeyen kişiye göre bu konularla ilgili konuları algılaması da farklı olur.

g) Sosyal ve kültürel kurallar: Kişi içinde yaşadığı sosyal ve kültürel ortamdan etkilenir. Bu ortam içinde oluşan bazı toplumsal

kurallar vardır. Bu kurallara uymayanlar hiç hoş karşılanmazlar. Örneğin bazı toplumlarda kadının okumasının, kaymakam veya vali olmasının hoş karşılanmaması, kadının bisiklete binmesinin ayıplanması gibi sosyal ve kültürel kurallar, kişinin algılamasını da önemli ölçüde etkiler.

12.4.2. Algılama ile İlgili Örnekler

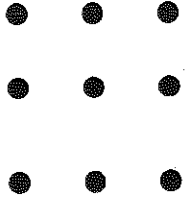
Kişilerin aynı fiziki ortam içinde kendilerine iletilen mesajları farklı şekilde algılayabilecekleri belirttikten ve bunlara etki eden etkenlerin başlıcalarını gördükten sonra konunun daha iyi anlaşılması için bazı örnekler verilecektir.



Şekil 11.9 Algılamalar Farklıdır

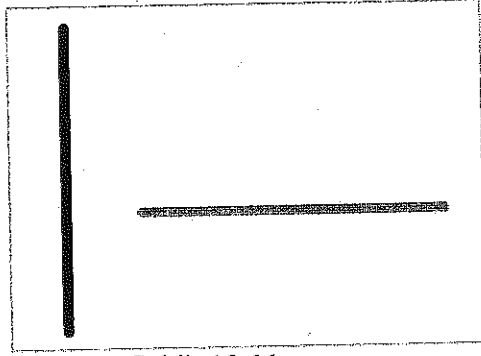
Verilen bu örneklerde kişilerin farklı yaklaşımlar, farklı çözümler getirmesi ve farklı cevaplar vermeleri doğaldır. Çünkü her kişinin algılaması bir diğerine uyamayabilir. Bu nedenle örnekler çözümlenirken ve incelenirken, *başkasının etkisi altında kalmadan, kişinin tek başına örneği çözümlemesi* gerekir.

a) Nokta örneği: her noktadan bir kez geçilmek koşuluyla 9 noktayı 3-4 çizgiyle birleştiriniz(Şekil 12.9).



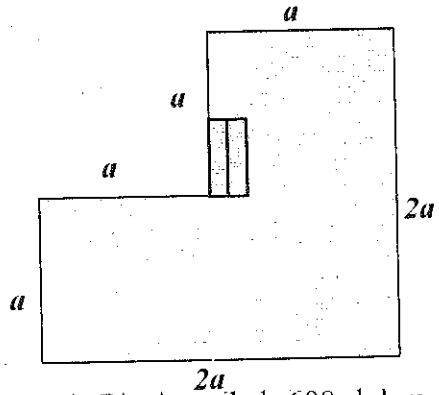
Şekil 12.10

b) Hangi çizgi daha uzun? Şekil 12.10'daki yatay çizgi mi? yoksa dikey çizgi mi? daha



Şekil 12.11

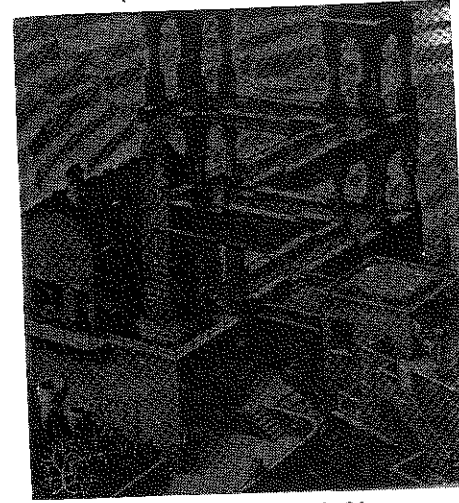
c) Bahçe örneği: Bir babanın üç oğlu vardır. Sahip olduğu bir bahçeyi de kendisi ve oğulları arasında eşit şekilde paylaşmak istemektedir. Ancak kendisi, bahçenin kapısına yakın parseli almak istemektedir. Aşağıdaki şekilde görülen bahçeyi, babaya bahçe kapısı olan parsel düşecek şekilde dört eşit parsel ayırınız.



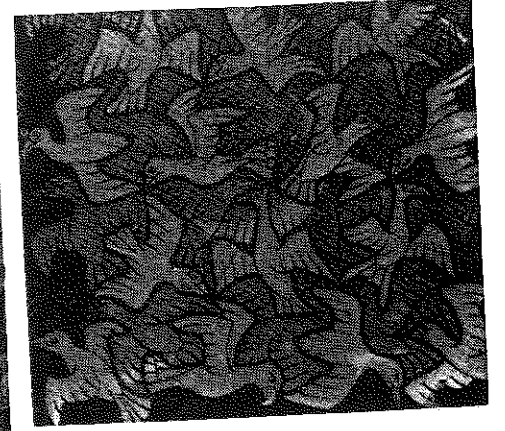
Şekil 12.12

d) Satıcı örneği: Bir Amerikalı 600 dolara bir at alır. Aldığı bu atı 700 dolara satar. Sonra sattığına pişman olur ve sattığı atı tekrar 800 dolara geri alır. Geri aldığı bu atı bu defa 900 dolara tekrar satar. At satıcısının, bu alış-verişten elde ettiği kazanç nedir?

e) Eğer gözlerinize daima inandığınızı düşünüyorsanız, aşağıda verilen resimlere baktıktan sonra bunu tekrar düşünün(Escher, 1971)



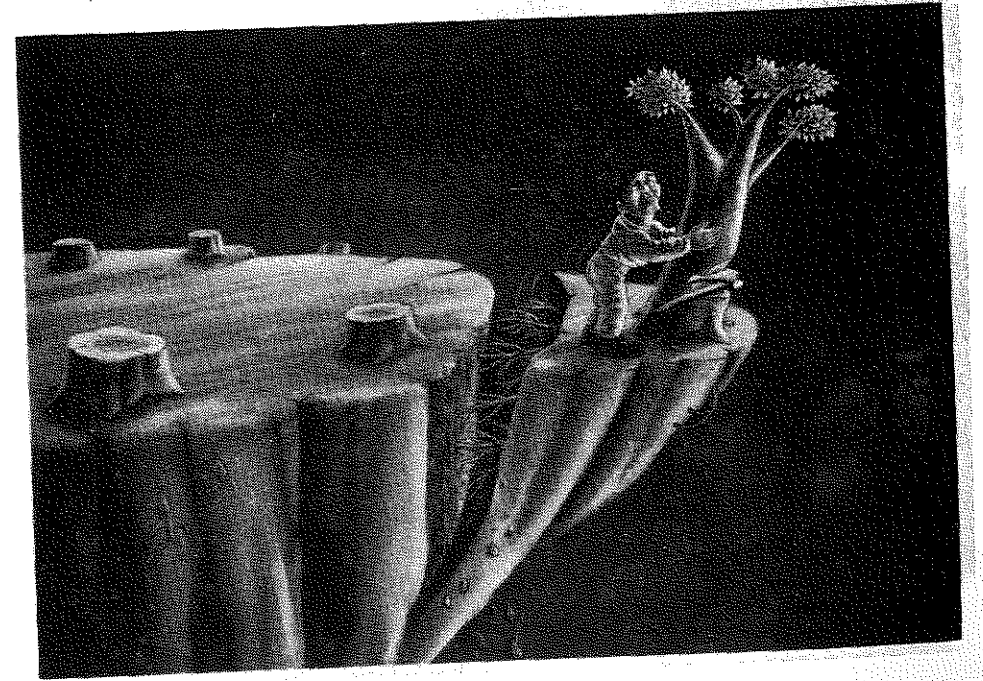
Escher, 1961 Waterwall. 50x38 cm



Escher, 1948. Sun and Moon. 23x25 cm
Şekil 12.14.

Şekil 12.13.

f) Aşağıda verilen resimde *ne görüyorsunuz?* Yorumunuzu yazınız (.....)



Koroğlu, M. Cartoon Yayıncılık
Şekil 12.15.

(Aşağıdaki seçeneklerden hangisi sizin yorumunuzla uyumludur):

- a) Çok güzel çizilmiş bir resim. Perspektif harika.
- b) Sıradan bir çizim, özelliği yok.
- c) Fena bir çizim sayılmaz.
- d) Adam korku içinde, uçuruma yuvarlanıyor.
- e) Adam ağacı kesip evine götüremediği için üzüntülü.
- f) Son ağaçta kesilmiş olsaydı, Adam bu tehlikeyi yaşamış olmayacaktı.
- g) Sadece bir ağacı kesmeye çalışan bir adam.
- h) Gölgesinde oturacak tek ağaç vardı, o da yok oldu.
- i) Son ağacın da yok olmasıyla gökyüzü artık mavi olmayacak.
- j) Ağaç varlığımız, ormanlarımız yok oluyor.
- k) Ağaçların yok olması, toprak kaybına neden olur.
- l) İnsanlar kendi geleceklerini yok ediyorlar.
- m) Ağaçsız bir dünya, insanlığın sonu olacak.
- n) Adam: "Bu son ağaçtı. bunu da kaybettim, kışın ne yakacağım."
- o) Adam: "Bu ağaç uçurumun kenarında, yağmur ve rüzgardan nasılsa yok olacaktı."
- p) Adam: "Evim aşağıda, böylece taşıma sorunu da ortadan kalktı."
- q) Adam: "Gecimimi sağladığım son ağacıda kaybettim. Çocuğumun okul masrafları ne olacak?"
- r) Adam: "Eyvah! Bütün ağaçları kestim. Şimdi cezamı çekiyorum."
- s) Adam: "Bu ağacı mutlaka kurtarmalıyım"
- t) Bu resim hayal ürünü, böyle birşey olamaz.
- u) Tema Vakfı'nın düzenlediği yarışmada derece almış bir eser.
- v) Hepsi de olabilir.

g) Önce bir köyde bitkisel ve hayvansal üretim faaliyetinde bulunan *bir çiftçi düşünün*. Sonra *Türk sanat müziğinin çok ünlü bir hanım sanatçısını düşünün*. Bu iki kişinin ortak yönleri var. Bu ortak yön her ikisinde birer köpeği olması. Şimdi aşağıdaki

1.kutuya çiftçinin,

2.kutuya ise sanatçının sahip olduğu köpeğin resimlerini çizmeye çalışın.

1. kutu

2. kutu

h) Aşağıdaki 1.kutuya bir ağaç, 2. kutuya ise bir çiçek resmi çiziniz.

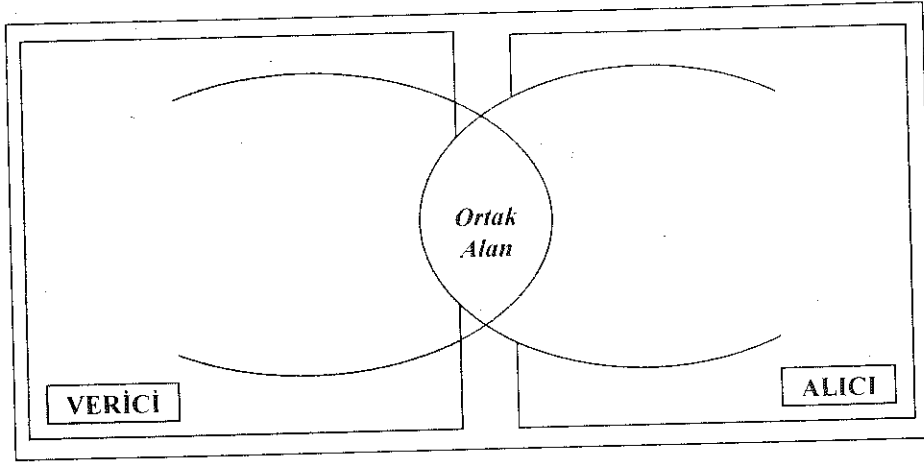
1. kutu (ağaç)	2. kutu (çiçek)
----------------	-----------------

12.4.3. Ortak Deneyim Alanı

İki kişi arasında yapılan haberleşmelerde manaların müşterek kılınabilmesi (anlamaların ortak paylaşılabilmesi) için verici ve alıcının ortak deneyim alanlarının genişliği veya darlığı önemli bir etkidir. Nasilki televizyon alıcısının verici istasyonunun programlarını alabilmesi için onun kapsam alanına girmesi gerekiyorsa, bir alıcının da vericiden gelen mesajları algılayabilmesi için onun algılama alanına girmesi gerekir.

Haberleşmede ortak deneyim alanı kaynak ve alıcının benzer veya ortak sosyo-kültürel özelliklerinin, deneyimlerinin (yaşantılarının) toplamını ifade etmektedir. Dolayısıyla kaynağın deneyim alanı ile alıcı arasındaki ortak özelliklerin oluşturduğu alana, ortak deneyim alanı veya ortak bağlılık alanı denir.

Ortak deneyim alanı etkin bir haberleşme sağlamak için kullanılır. Bu alan ne kadar geniş olursa haberleşme o kadar kolay olur. İki kişi arasında ortak alan yok ise, o zaman bunlar arasındaki haberleşme de çok güçleşir. Yani vericiden çıkan mesajlar, alıcı tarafından vericinin aktarmak istediği gibi algılanamaz. Bu durumda alıcı, verici gibi algılayamadığı için haberleşme güçleşir.



Şekil 12.16. Ortak Deneyim Alanı

Demek oluyor ki, alıcı ile verici arasında haberleşmenin sağlıklı olabilmesi için bunların ortak deneyim alanlarının geniş olması veya genişletilmesi gerekmektedir. Bunun için daha önce görülen algılamayı etkileyen etkenleri, yeniden hatırlamak gerekir. Bu etkenler için özellikle alıcı ve vericinin deneyimleri ne kadar birbirine benziyorsa, ortak alan da o derece geniş olur. Bunların dışında kalan diğer tüm konularda benzerlik arttıkça, iki kişi arasındaki haberleşme de o denli kolaylaşır.

Bu nedenle vericiye bu konuda önemli sorumluluklar düşmektedir. Herşeyden önce vericinin, alıcıyı etkileyebilecek bu etkenleri dikkate alarak mesajını iletmesi gerekir. Ayrıca, verici

mesajını, alıcının deneyimleriyle ilişki kurabilecek şekilde göndermelidir.

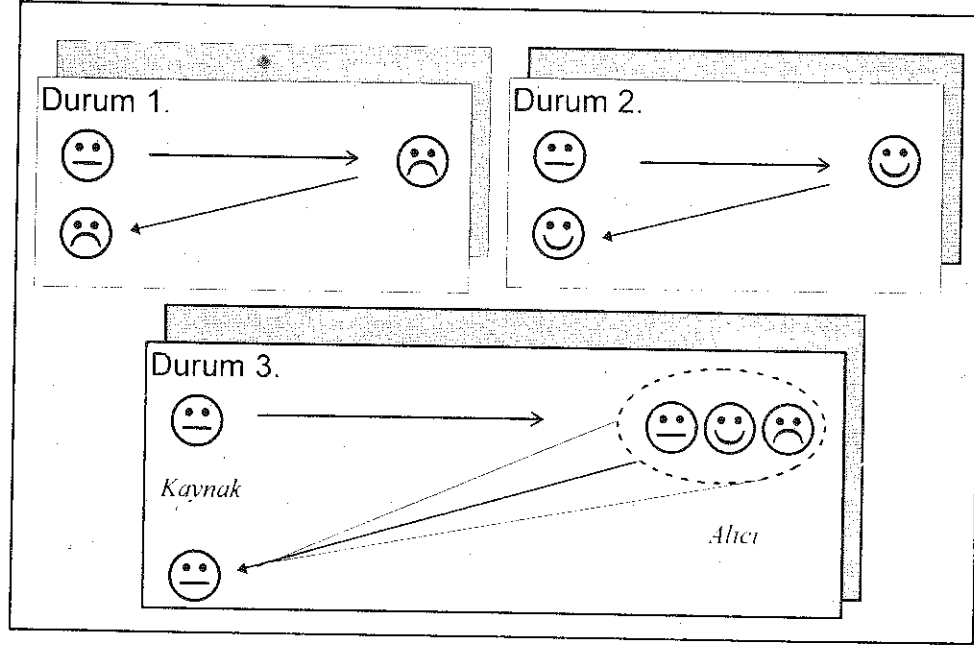
Alıcı ve verici arasında sosyal, kültürel ve statü (pozisyon) itibariyle aşırı farklılıklar var ise, bunların ortak deneyim (bağlılık) alanlarının dar olma olasılığı fazladır. Büyük kentte yaşamış, yüksek eğitim almış bir kişi ile köyde yaşayan öğrenim görmemiş kişinin, ortak alanlarının dar olması doğaldır. Fakat aynı köyde aynı kültürel ve sosyal ortam içinde yaşayan iki kişi arasındaki ortak alan, şehirde oturana göre genişir. Aynı şekilde pozisyon itibariyle işletmenin üst yöneticisi ile ustabaşı veya işçi arasındaki ortak alanın dar olma olasılığı yüksektir (aynı düzeydeki iki kişiye göre).

Bir ziraat mühendisi ile bir üreticinin ortak özellikleri az ise ortak deneyim alanı dardır. Yayım hizmeti gerçekleştirilirken, yayımcı ile üreticiler arasındaki ortak alanın farklı olabileceği kabul edilebilir. Bu durum karşısında yayımcı yenilikleri benimsetirken, üreticilerle ortak deneyim alanını genişletme olanaklarını araştırmalı veya mesajlarını onlara iletirken onların geçmiş deneyimleri ile ilişki kurabilmelerini sağlayacak biçimde davranmalıdır. Aksi takdirde yayımcı ile üretici arasında algılamalar farklı olur ve dolayısıyla haberleşme sağlıklı olmaz. Bu durumda benimsetilmek istenen yenilikler iyi anlaşılabilir ve benimsenmesi güçleşir.

12.4.4. Haberleşmede Yansıma

İnsanlararası haberleşmede yansıma veya geri besleme(feedback), mesaj gönderen konuşmacıya dinleyicinin verdiği cevaptır(Şekil 12.17'de Durum 1-2). Eğer alınan yansı pozitif ise, vericide (konuşmacıda) olumlu; negatif ise, olumsuz etki yapar. Her

iki durumda da konuşmacı yansımanın özelliğine göre kendisini ayarlar. Eğer dinleyicinin karşılık vermesi konuşmacıda hiç bir etki yapmaz ise, bu karşılık verme yansıma değildir (Şekil 12.17'de Durum 3). Yansımada alıcı iletişim davranışını, yansımanın gerektirdiği duruma göre ayarlar (Erdoğan ve Alemdar,1990).



Şekil 12.17. Yansımanın Koşulları

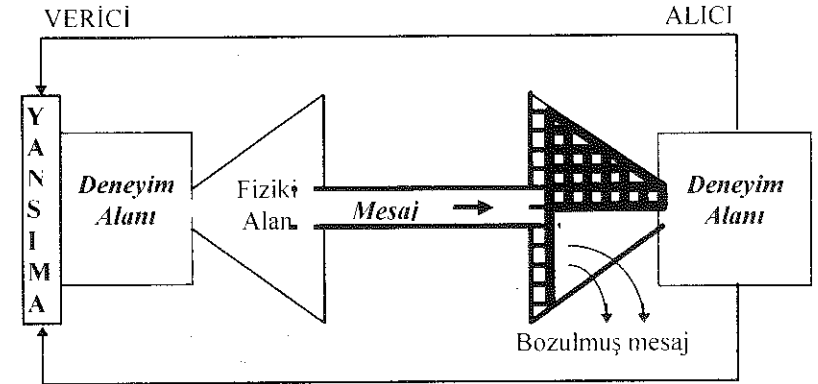
12.4.4.1 Yansıma Olayı

Yansıma olayının en önemli yararı, verici tarafından alıcıya iletilen haberlerin, vericinin düşündüğü gibi alıcı tarafından algılanıp algılanmadığı konusunda bir kontrol aracı oluşudur (Moles,1966).

Tarımsal yayım açısından yansıma olayı çok önemlidir. Çünkü yeniliklerin benimsetilmesi sırasında yayımcı, yenilik hakkındaki çiftçilerin tutum ve davranışlarını büyük ölçüde yansıma olayı ile anlar.

Ayrıca yayımcı, yenilikler hakkında üreticiye ilettiği çeşitli mesajları üreticinin yayımcının arzu ettiği şekilde anlayıp anlamadığını yine yansıma yardımıyla kontrol eder. Bu kontrol sonucu yayımcı, üreticiye aktardığı yeniliklerin üretici tarafından iyi anlaşılmadığı yargısına sahip olmuş ise, yeni bir konuya geçmeden anlattığı konuyu üreticinin anlayabileceği şekilde tekrar anlatır. Kısaca yayımcı, benimseteceği yenilikleri, üreticinin nasıl algıladığını ve neleri algılayamadığını yansıma olayı ile değerlendirir.

Yansıma olayı, haberleşme devam ettiği sürece izlenebilir. Alıcıya ulaşan mesajların alıcı üzerindeki etkileri, ulaşan mesajlara göre değişir.



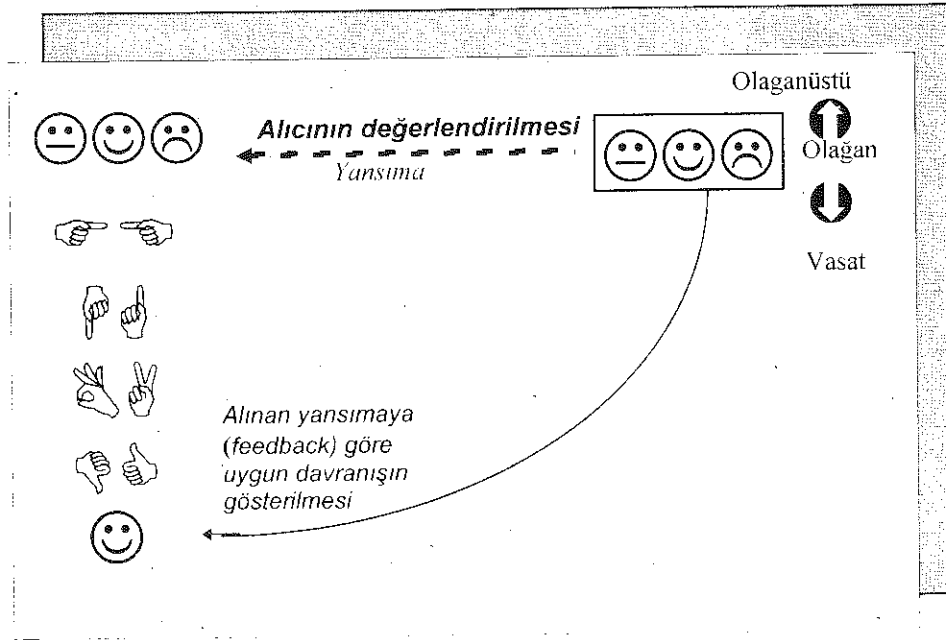
Şekil 12.18. Yansıma Olayı

Şekilde görüldüğü gibi vericinin fiziksel alanından çıkan mesajların fiziki varlığına çarpmaktadır. Algılamayı etkileyen etkenler nedeniyle daha başlangıçta anlaşılmasından (alıcının deneyim alanına ulaşmadan) bozulabilir. Bozulmaz ise bu mesajlar alıcının deneyim alanında (şuuraltı varlığında) anlaşılabilir. İşte verici, alıcıya mesaj ilettikçe, kendisinde alıcıdan

gelen bu yansımalarla devamlı beslenir. Dolayısıyla bu olay geri besleme veya yansıma olayı olarak adlandırılır. Şekile dikkat edilirse verici bir yandan alıcıya mesajlar iletirken, bir yandan da kendisi alıcıdan gelen yansımalarla beslendiğinden alıcı burada aynı zamanda vericiye kaynaklık görevi yapmaktadır.

12.4.2. Davranışın Düzenlenmesinde Yansımanın Etkisi

İnsanlararası ilişkide yansıma üç şekilde yardımcı olur. Bunlar; 1.Amaç saptama, 2.Ümit etme(umma) ve 3.Olasılıkları tanımlamadır. Değişimci iletişim kuramına göre yansıma izleyicilerin (veya okuyucuların) iletişim süreci ve koşullarına bu süreci destekleyici ve devam ettirici biçimde veya karşıt ve değişim arayan bir biçimde karşılık vermesidir(Erdoğan ve Alemdar,1990). Konuşmacılar (bazen belli olmayan) amaç, ümit ve olasılıklara dayanarak davranışını önceden alınan yansımaya göre ayarlarlar.



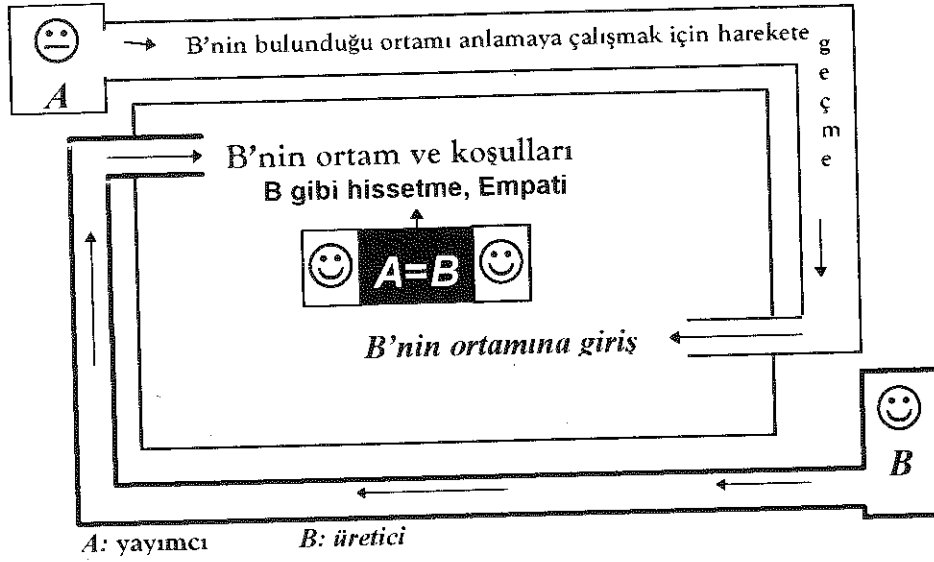
Şekil 12.19. Alınan Yansımaya Göre Davranışın Düzenlenmesi

ÖRNEK:

- 1) Bir satıcı müşteriye şapka satarken, müşterinin saçı yoksa, şapkanın soğuk almayı önleyeceğinden; saçı varsa yağmurdan koruyacağından veya mevsime göre güneşten koruyacağından söz edebilir.
- 2) Bir öğretmen anlatacağı dersi hazırlarken: "Öğrenciler dersi anlarsa sorun yok. Ancak anlamazlarsa bir örnek veririm, yine anlamazlarsa ikinci bir örnek daha veririm", diye iki örnekle kendini hazırlamış ise, örnekleri verip vermemek ilk açıklamayı öğrencilerin anlayıp anlamadıklarını gösteren yansımaya bağlıdır(Erdoğan ve Alemdar,1990).
- 3) Bir yayımcı hazırladığı yayım programında damla sulama yöntemini üreticilere öğretmeyi amaçlarken, üretici tarlasında damla sulama tesisi olduğunu belirterek, bilgili olduğu izlenimi veriyorsa, yayımcı sunmayı istediği tüm bilgilerin ne kadarını sunması gerektiğine o anda karar verebilir. Dolayısıyla davranışını aldığı yansımaya göre düzenleyebilir.

12.4.5. Haberleşmede Empati

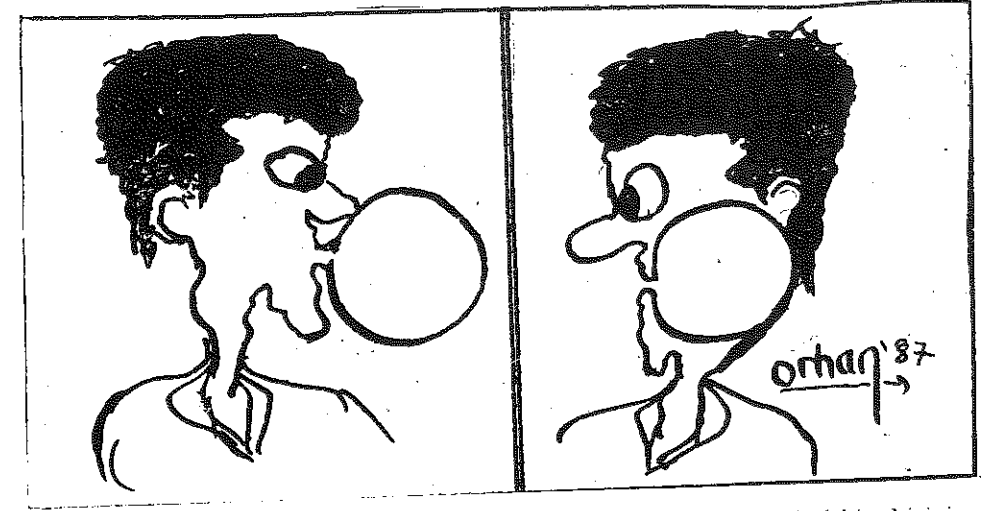
Empati (kendilenme) vericinin karşısındaki(ler)nin rolünü kendisine uyarlamayı amaçlayan, bireysel bir yetenektir. Yani bireyin karşısındaki kişinin yerine kendisini koyabilmesidir. Vericinin (yayımcının) başarısı, onun hedef grubunun üyeleri (üreticiler) yerine kendisini koyabilme yeteneğiyle ilgilidir (Rogers ve Shoemaker,1971; akt.Crouch ve Chamala,1981).



Şekil 12.20 . Karşıdaki Kişinin Yerine Kendini Koyma(Empati)

üreticinin(B) yerine kendisini koymak suretiyle, ulaştıracağı mesajın üretici üzerinde ne gibi etkiler yapacağını anlamaya çalışmaktadır. Dolayısıyla yayımcı, üreticinin koşullarını, olanaklarını, davranış özelliklerini, kişiliğini dikkate alarak, üreticinin bulunduğu durumu analiz eder ve kendisini üretici yerine koyarak üreticiyi daha iyi etkileyecek öğretim tekniklerini saptayabilir. Üreticinin hangi konulara, nasıl tepki göstereceğini tahmin edebilir.

Görüldüğü gibi empati, üreticilere yönelik faaliyetlerin, üreticiler tarafından nasıl karşılanacağı yönünde önemli bilgiler sağlamaktadır. Bu nedenle yayımcının başarısının artırılmasındaki önemi nedeniyle, yayımcıların empati yeteneklerinin geliştirilmesi üzerinde durulmalıdır.



Şekil 12.21. Empati. "Yaptığımız davranışların başkası üzerindeki etkisini düşünün." "Kendinize yapılmasını istemediğiniz şeyi, siz de başkasına yapmayın."

12.4.6. Yayında Haberleşme Davranışları

Üreticilerin, yaşadıkları ve ekonomik faaliyette buldukları kırsal toplumun içindeki (yerel iletişim özellikleri) ve dışındaki (dış dünya) birim ve bireylerle etkileşim içinde bulunmaları, yani kendi çevresi ve bunun dışında kurmuş oldukları ilişkiler, haberleşme davranışları olarak incelenmektedir. Haberleşme davranışlarına konu olan unsurlar, yeniliklerin benimsenmesi üzerindeki olası etkileri nedeniyle ve özellikle yayım birimleri tarafından kullanılan çeşitli öğretim yöntemlerinin üreticiler üzerindeki etkilerini ve daha etkin şekilde kullanım olanaklarını ortaya koymak amacıyla incelenmektedir (Özçatalbaş,1994).

12.4.6.1. Dış Kültüre Açılma

Bireyin içinde yaşadığı sosyal sistemin dışına çıkarak (yatay mobilite) diğer sosyal sistemlerle ilişki kurması, o sistemin özelliklerini

algılaması ve öğrenmesi, dış kültüre açılma süreci olarak belirtilebilir (Rogers ve Swenning, 1969; akt. Doğanca, 1983). Özellikle kırsal toplumların sosyo-ekonomik yönden gelişmesinde dış kültüre açılmanın önemi büyüktür. Ulaşım olanaklarının artması ile birey çevresindeki diğer kırsal ve kentsel sosyal sistemlerle (yerleşim merkezleri ve hizmet sunan kamu ve özel kuruluşlarla) ilişki kurar, oralardaki yaşam tarzını, yenilikleri görüp ve içinde bulunduğu koşulların ve sorunların önemini kavrar. Dış kültüre tanıma fırsatını bulan bireyler, diğer sosyal sistemlerdeki teknolojik değişim ve örgütlemeler konusundaki gelişmeleri izlerler ve kendi toplumlarında bunları uygulayacak güç haline gelirler. Böylece kendi toplumlarındaki her türlü gelişme ve örgütlenme ile ilgili girişimlere katılırlar ve görev alırlar (Doğanca, 1983). Bu nedenle üreticilerin kırsal alan dışındaki sosyal sistemlerle olan ilişkileri, il - ilçe merkezleriyle ve tarımsal kuruluşlarla olan ilişkiler şeklinde incelenebilir. Üreticilerin tarımsal kuruluşlarla olan ilişkileri, söz konusu kuruluşlarla olan yakınlıklarını ve bilgi edinme durumlarını ortaya koymak açısından önemlidir (Özçatalbaş, 1994).

12.4.6.2. Sosyal Katılım

Sosyal katılım, içinde yaşanılan sosyal sistem içindeki ve dışındaki mesleki, sosyal ve ekonomik amaçları olan kuruluşlarla ilişki kurma, onlara üye olma, düzenlenen toplantılara katılma ile oluşan sosyal bir eylemi ifade eder (Doğanca, 1983).

Kırsal alanların modernleştirilmesi ve geliştirilmesine yönelik programların başarıya ulaşması, ancak kırsal toplumun söz konusu programlara karar aşamasından, uygulama aşamasına kadar katılması ile sağlanabilir. Özellikle toplum kalkınması çalışmalarının en önemli

noktasını, yerel halkın programa katılması oluşturur (Chatran, 1970; akt. Doğanca, 1983). Kırsal toplumun içindeki veya dışındaki çeşitli organizasyonlara bireylerin katılması ile haber alış-verişi hızlanır, bireyin toplumla bütünleşmesi sağlanır ve kırsal toplumun gelişmesi konusunda yerel bazda kararlar alınır (ve sosyolojik deyimle toplumun iç dinamiği canlanır). Sosyal katılım oranının yüksek olduğu toplumlarda, yeni sosyal ve ekonomik organizasyonların kurulması kolay ve çabuk olmakta ve işlevlerini kısa sürede yerine getirebilmektedirler (Black, 1957; akt. Doğanca, 1983).

Belirtilen nedenlerle üreticilerin bu konudaki özelliklerini ortaya koymak amacıyla köy ve köy dışında üye oldukları organizasyonlar incelenebilir. Örneğin Şanlıurfa ilçelerinin % 33.3'ünde Ziraat Odası varken, bu değer Türkiye geneli için % 52.1'dir. GAP bölgesi illerinin tümü için ise bu oran % 25.4'tür (Bülbül ve Fidan, 1992).

İlgili kesimlerin örgütlenmelerini arttırmaları yanında, üreticilerin bu tür organizasyonları kurma ve üye olmalarını kolaylaştırıcı önlemlerin alınması gereklidir. Ayrıca üreticilere bu tür faaliyetlerin yararları, yayım faaliyetleri kapsamında anlatılmalı ve üreticilerin bilgilendirilmesi sağlanmalıdır.

12.4.6.3. İşbirliği ve Yardımlaşma Eğilimleri

Kırsal toplumun ekonomik yönden yetersiz oluşu nedeniyle toplumun sahip olduğu sermaye unsurları ortaklaşa kullanılır. Toprak, işgücü ve sermayenin ekstansif olarak kullanıldığı ekonomik faaliyetlerde işbirliğinde bulunmak kaçınılmaz bir zorunluktur. Yalnız tarımsal faaliyetlerde değil, doğal afetler gibi bireyin yardıma muhtaç ve güçsüz olduğu durumlarda da bireyler işbirliğinde bulunurlar.

Birbirlerini ender durumlarda rakip olarak gören üreticiler de geleneksel olarak var olan işbirliği ve yardımlaşma eğilimleri örneğin kooperatifleşmenin sağlanmasında da etkili olur (Doğanca,1983). Bu eğilimin kırsal toplumdaki varlığını incelemek, tarımsal yayım faaliyetlerini üretici veya üretici (ortak çalışma) grupları üzerinde yoğunlaştırmaya karar vermede önemli olabilir.

Köy Envanter Etütleri (1981) verilerine göre, köylerde benzer konum ve statüleri paylaşan ailelerin, geçim ve yaşam sürecinin çeşitli aşamalarında, karşılaşılan güçlüklerin ve sorunların aşılmasında güçbirliği yaparak dayanışma geleneğinin varlığı ortaya konulmuştur. Örneğin GAP bölgesi köylerinin % 63.2'sinde imece¹ uygulanmaktadır. Köy işlerinde imecenin en düşük olduğu iller Şanlıurfa(%27.4) ve Diyarbakır(%45.9)'dır. Ailelerin özel(bireysel) işlerinde yardımlaşmanın boyutları incelendiğinde imeceye oranla karşılıklı yardımlaşmanın daha yaygın olduğu görülür. Bölge köylerinde aileler arasında yardımlaşma oranı % 68.0'dir. Aileler arasında yardımlaşma Diyarbakır'dan (%48.9) sonra Şanlıurfa ilinde (% 51.4) en düşük düzeydedir(Sencer,1992-1993). Dolayısıyla adı geçen iki il köylerinde imece ve yardımlaşma geleneği diğer bölge illerine oranla düşüktür.

Bu veriler elde edildiğinde üreticilerin toprak işleme, ekim, ortak makine parkı oluşturma ve kullanma, kredi kullanımı, ürün satışı, ürün işleme tesisleri kurma konularında çevrelerindeki diğer çiftçilerle ortak işbirliği yapma konusundaki görüşleri, ortak karar alma, ortak hareket etme veya işbirliği eğilimleri öğrenilebilir (Özcatalbaş,1994).

¹ Imece: Kırsal toplumlarda köyün zorunlu ve isteğe bağlı işlerinin köylülerce çeşit şartlarda emek işbirliğiyle gerçekleştirilmesi.
Yardımlaşma: Karşılıklı yardımda bulunma (TDK, 1992).

12.4.6.4. Modernleşme Eğilimleri ve Geleneksellik

Kırsal toplumların bazı genel özellikleri dikkate alındığında kırsal-kentsel farklılıklar belirginleşir. Bu farklılıklar bir bakıma geleneksel ve modern ayrımını ifade etmektedir. Kentlerden farklı olarak köylerde gelenek, örf, adet ve sosyal normlar bireylerin yaşayış ve davranışlarını yakından etkilemekte olup, bireyler arası ilişkiler sıcaştır. Bu durum yardımlaşma ve dayanışma bakımından bir çeşit geleneksel sigortadır. Kırsal topluluklarda birey, hayatı boyunca belirli sayıdaki rollere sahiptir. Kentsel toplulukların kurumsallaşmış yapısı içinde güdümlü değişmeler daha kolaylıkla meydana gelmekte, fakat köylerde sosyal ve ekonomik değişmelerin meydana getirilmesi, köyün sosyal yapısı ve değerler sistemine bağlı olarak bireyin davranış ve karar alışlarıyla ilgilidir (Tugaç,1971).

Bu durumda bireylerin kente (modern) veya kıra ait (geleneksel) değerleri benimsemeleri, onların kırsal toplum dışından gelen unsurlara karşı duyarlılıklarını ortaya koyar. Ve geleneksel değerlerin baskın olduğu kırsal topluluklarda mevcut yapının korunmasına yönelik eğilimler güçlüdür.

Kırsal alanda yaşayan ailelerin sahip oldukları eşyalar, yaşam tarzı ve yararlandığı hizmetler yaşam düzeyinin önemli göstergelerindedir. Kırsal toplumlarda özellikle işlenen arazi genişliği (ve hayvan sayısı) yaşam düzeyini etkileyen önemli faktörlerden olup, büyük işletmeye sahip üreticilerin yaşam düzeyi genellikle küçük üreticilere kıyasla daha yüksektir(Smith ve Zoph,1973; akt:Doğanca, 1983).

Sosyo-ekonomik düzeyin bir göstergesi niteliğinde olan yaşam düzeyi (Aydın,1992), bireyin yenilikleri benimsemeye olanaklarını

göstermesi açısından önemlidir. Yüksek yaşam düzeyine sahip bireylerin yeniliklerini benimsemeleri için gerekli olanaklara sahip oldukları söylenebilir. Bu kapsamda işletmelerdeki yaşam düzeyinin ortaya konulması amacıyla, üreticinin evinde bulunan ve yaşantıyı kolaylaştırıcı unsurların varlığı da araştırılabilir(Özçatalbaş,1994).

13. YENİLİKLERİN BENİMSENMESİ VE YAYILMASI

Günümüzde ulaşılan teknolojik düzey kuşkusuz tarım sektörünü de etkilemiş, tarımsal faaliyetin yeniden şekillenmesine yol açmıştır. Ülkeler sahip oldukları tarımsal potansiyeli daha etkin kullanmak için hergün ortaya konulan teknolojileri tarımda kullanma açısından yarış içindedirler. Ancak oluşturulan teknolojilerin üreticiler tarafından uygulanmaya başlanması ülkeden ülkeye hatta ayrı ülke içinde bölgeden bölgeye ve hatta aynı köy içindeki üreticiden üreticiye farklılıklar göstermektedir.

13.1. Yenilikler ve Tarım

Yenilik kavram olarak, bireyin geçmiş yaşantısında duymadığı ve karşılaşmadığı bir fikir veya uygulamayı ilk kez algılaması olarak tanımlanabilir. Dolayısıyla bireyin ilk kez algıladığı her şey o birey için yenilik özelliği taşımaktadır. Söz konusu yenilik çok önceden başka toplumlardaki bireyler tarafından bilinse, hatta kendi yaşadığı toplumdaki diğer bazı bireyler tarafından da bilinse dahi, eğer birey bunu ilk kez algılıyorsa bu durumda bu birey için bir yeniliktir.

Ayrıca teknolojinin üretildiği ülkelerde sözkonusu teknoloji başlangıçta o ülkede ve yakın olan diğer ülkelerde yaşayanlar için yenilik olarak algılanır. Daha sonraki dönemlerde tüm topluma yaygınlaşabilir ve yenilik özelliğini kaybeder. Ancak yenilik özelliğini

kaybeden fikir veya uygulama bir başka topluma ilk kez sunuluyorsa bir yenilik olarak kabul edilir.

Yenilikler toplumdan topluma ve zamana göre değişime uğrar. Örneğin radyo-televizyon ve telefon gibi araçlar başlangıçta bir yenilik özelliği taşıırken bugün bunlardan özellikle radyo artık birçok toplum için bu özelliğini kaybetmiş, televizyon ve telefon gibi araçlar ise kaybetmek üzeredir. Ancak bu araçların hala ulaşmadığı toplumlar için yine de yenilik özelliği taşımaktadır.

Günümüzdeki bir çok toplum için kablosuz iletişim teknolojileri, bilgisayar kullanımının tüm alanlara uygulanması, biyoteknoloji, televizyonun tarımsal eğitimde kullanılması vb. konular yenilik olarak adlandırılabilir.

Bir tarımsal yeniliğin(teknolojinin) *nesnel*(materyal) boyutu yanında bir de *bilgi*(fikir) boyutu vardır. Örneğin yüksek verimli tohumluk, gübre, damla sulama yöntemi, kimyasal ilaçlar gibi girdilerin elle tutulan gözle görülen fiziksel kısmı yanında, bunların kullanılması için gerekli bilgi ve beceriler ile belirli üretim ortamları ve üretim amaçları için uygun kullanım bileşimlerini ve olası etkilerini bildiren bir de bilgi boyutu vardır. Bilgi boyutu olmayan hiçbir teknolojiden söz edilemez. Buna karşılık birçok teknoloji materyal boyutu olmaksızın salt bilgi boyutundan oluşur. Buna ekim nöbeti sistemleri, üretici örgütlenmesi yöntemleri ve analiz, planlama teknikleri örnek olarak verilebilir (Taluğ,1990).

13.2. Yenilikleri Benimseme Süreci

Yenilikleri benimseme kavramı, çoğu kez karar verme, deneme ve uygulama kavramlarıyla karıştırılmaktadır. Hatta önerilen bir yeniliğin denenmesi bile çoğu kez, sözkonusu yeniliğin benimsendiği şeklinde yorumlanmaktadır. Yeniliğin denenmesine veya uygulanmasına karar verilmiş olunması da yeniliğin benimsenmesi anlamına gelmez.

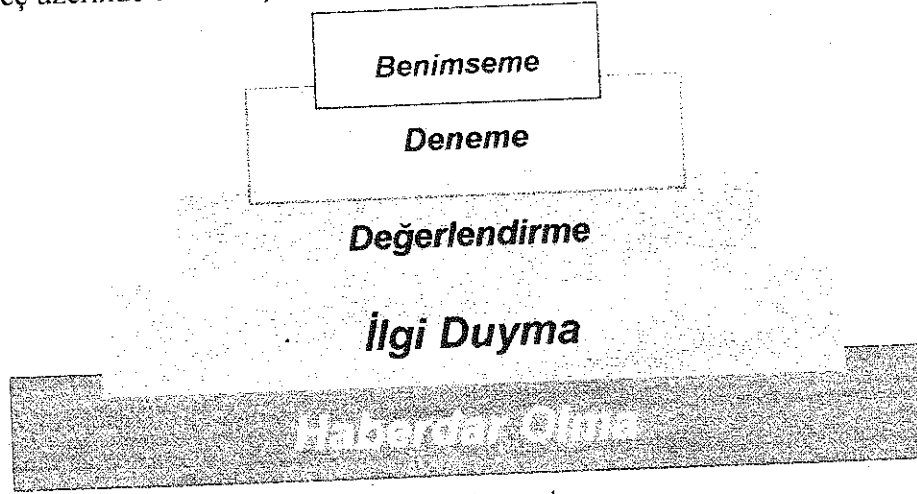
Karar verme, deneme ve uygulama kavramlarıyla benimseme arasındaki esas fark sözkonusu yeniliğin sürekli uygulanmasıyla, yaniyenilikten vazgeçme(cayma)olasılığının varlığına ilgilidir. Dolayısıyla benimseme geri cayma olasılığının kalmadığını ifade eden bir kavramdır. Bu nedenle yukarıda belirtilen üç kavram, bu geri cayma olasılığını içermediği için benimseme anlamında kullanılamaz.

Bireyin yeniliği ilk kez duymasından onu benimsemesine kadar geçen süreye yenilikleri benimseme süreci(adoption process) denir(Taluğ ve Tatlıdil,1993). Böyle bir zaman diliminden(süreç) bahsetmekteki amaç, genellikle kişilerin bir yeniliği duyar duymaz hemen o yeniliği benimsemediklerini anlatmak içindir. Bu nedenle bir yeniliğin bir kişi tarafından benimsenmesi için o yeniliğin mevcut uygulamalara göre kendisine veya ailesine avantaj sağlayacağı kanısının oluşması gereklidir. Bu ise kişinin yeniliğe karşı olan olumlu veya olumsuz tepkisini hemen ortaya koymayı güçleştirir. Bu nedenle kişi belirli bir inceleme ve gözlemlmeden sonra uygulamaya karar verebilir. Örneğin üretici yeni bir sulama yöntemini duyar duymaz onu hemen kurmaya başlamaz. Kendisini ve ailesini ilgilendiren çeşitli konuları gözden geçirir, tesisin maliyetini, sağlayacağı yararları, kendisine yükleyeceği riski inceler, araştırır, bilgiler edinir. Ancak bu

konularda belirgin bir görüş oluşturduktan sonra uygulamaya başlar. İlk duyumdan uygulamaya kadar geçen süre üreticiden üreticiye değişebilir. Bu süreyi ölçmek, gün, ay, yıl olarak belirlemek mümkündür.

Yeniliklerin yayılması ve benimsenmesi belirli bir süreci gerektirdiğinden, bu süreç boyunca üreticilerin hangi evreleri geçirdikleri üzerinde durulmuştur.

Tam bir görüş birliği olmamakla birlikte bu sürecin tamamlanması, en fazla kullanılan bir sınıflandırmaya göre beş aşamayı gerektirmektedir. Burada da karışıklığa yol açmamak için bu 5 aşamalı süreç üzerinde durulmuştur.



Şekil 13.1. Benimseme Süreci Aşamaları

Her bir aşamada geçen süre yeniliğin özelliğine, sunuluş şekline ve kişinin özelliklerine göre çoğunlukla değişiklikler gösterir. Hatta bazı durumlarda risk üstlenmeyi seven, yeniliklere açık, cesaretli üreticiler bu aşamalardan bazılarını atlayabilirler. Dolayısıyla bunlar için süreç daha kısa sürede tamamlanabilir.

Çizelge 13.1. Benimseme Süreci Aşamaları ve Bir Örnek Ürün

Aşamalar	Örnek Senaryo (2. Ürün Mısır Tarımı)
<p>a) Haberdar Olma</p> <ul style="list-style-type: none"> • Yenilik birey tarafından ilk kez duyulur • Yeniliğin varlığından haber- dar olunur. Bazı genel (ön) bilgiler elde edilir. Ancak bu bilgiler eksiktir. yeterli değildir. 	<p>⇒ Bilgi Kaynağı: Yayımcı, radyo, TV, arkadaş, komşu veya diğer bilgi kaynakları.</p> <p>⇒ Edinilen Bilgi; " - 2. ürün mısır tarımı, buğdayı hasat ettikten sonra aynı arazinin tekrar değerlendirilmesini sağlamaktadır. Bu da EK KAZANÇ demektir (.....TL/Da)"</p>
<p>b) İlgi Duyma (Bilgi)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Duyulan yeniliğe ilgi duyulmaktadır. • Yeniliğin yararları ve uygulama için bilgi arayışı başlamıştır. • Konu ile ilgili birilerini dinlemek. metinler okumak ve konuyu öğrenmek isteği vardır. 	<p>⇒ Buğdaydan sonra ikinci kez ürün almak ek gelir sağlar. Ancak aynı arazide iki kez ürün almak mümkün olabilir mi?</p> <p>⇒ Kimden, nereden daha fazla bilgi alabilirim.</p> <p>⇒ Acaba! daha önce eken kimse var mı?</p> <p>⇒ Arkadaşlarla konuşmalıyım.</p> <p>⇒ Yayımcılarla konuşmalıyım.</p> <p>⇒ Girdi bayileriyle konuşmalıyım.</p> <p>⇒ Araştırma kuruluşlarıyla görüşmeliyim.</p>
<p>c) Değerlendirme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Edinilen genel bilgiler. üreticinin özel durumu için elıştırılır. • Kendi koşullarında yeniliğin uygulanabilirliği ve neler kazandırabileceği değerlendirilir. 	<p>⇒ 2. ürün mısır tarımı yapmak için gerekli alet-ekipmanım var mı?</p> <p>⇒ Edindiğim bilgi ve kullanacağım bilgi kaynakları yeterli olacak mı?</p> <p>⇒ Pazar sorunu yaşanabilir mi?</p> <p>⇒ Buğday (vb ürünler) kaldırdıktan sonra aynı araziden ek gelir kazanacağım!</p> <p>⇒ Boş geçen zamanı değerlendireceğim!</p>
<p>d) Deneme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Özel koşullar için yenilik olumlu değerlendirilmiştir. • Yenilik tümüyle benimsemeden önce denemek ihtiyacı duyulmaktadır. • Mümkünse işletmenin küçük bir bölümünde uygulanır. 	<p>⇒ 2. ürün mısır tarımı olanaklarıma uygun.</p> <p>⇒ Ek kazanç sağlayacağım.</p> <p>⇒ Ancak tüm araziyi ekip büyük risk yükleneyeceğime, daha küçük bir alanda hem daha az risk, hemde aldığım kararın doğruluğunu sinayacağım.</p>
<p>e) Benimseme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Karar verilmiştir. • Yenilik tümüyle ve sürekli olarak uygulamaya başlanır. (Benimseme kararının veril- mesinde, deneme aşamasındaki sonuçların etkisi büyüktür). 	<p>⇒ Küçük bir alanda yaptığım çalışma olumlu sonuç verdi.</p> <p>⇒ Son karar;</p> <p>⇒ " - Bu durumda 2. Ürün mısır tarımını her yıl yapmalıyım, yapacağım".</p>

Örneğin daha önce başka bir üreticinin arazisinde gördüğü bir yeniliği, tekrar deneme gereği duymadan uygulamaya başlayabilir.

Burada benimseme sürecinin aşamaları olarak verilecek konular olağan bir durumda karşılaşılması ve yaşanması olası durumu yansıtmaktadır. Buna göre bu aşamalar haberdar olma, ilgi duyma, değerlendirme, deneme ve benimseme olarak sıralanabilir (Taluğ ve Tatlıdil,1993). Çizelge 13.1'de benimseme süreci aşamalarının özellikleri(Şekil 13.1) ve örnek bir konu üzerinde durulmuştur.

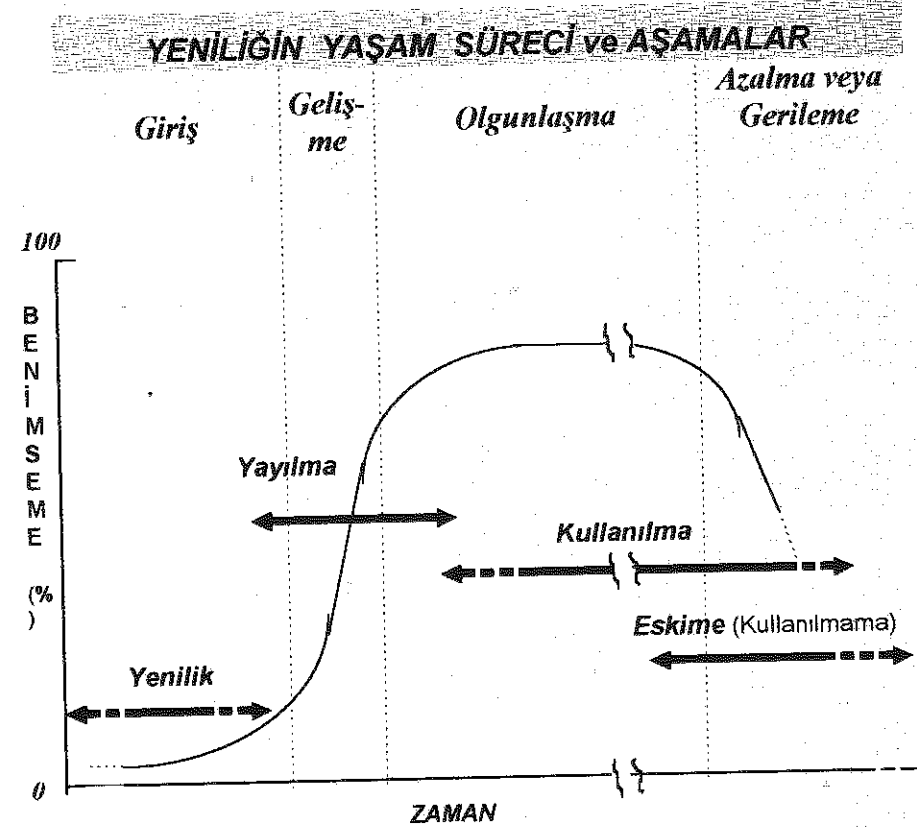
13.3. Yeniliklerin Yaşam Süreci

Tüm tarımsal yeniliklerin (uygulamaların) sınırlı bir yaşam süreci vardır. Yenilikler kaçınılmaz bir şekilde eskirler(Holt ve Schoorl, 1985). Bu süreç, bir zaman diliminde farklı özelliklere sahip 4 aşamada gerçekleşir. Ancak bir aşama diğerinden kesin çizgilerle ayrılmamaktadır. Dolayısıyla sınırlar kesin değildir. Şekil 13.2'de bir yeniliğin yaşam süreci eğrisi verilmiştir. Buna göre yeniliğin birey tarafından ilk duyulması ve benimseme aşamalarını tamamlamasıyla birlikte, yeniliğin toplumda yayılması zaman içerisinde farklı gelişmeler göstermektedir.

- ◆ Bu durumda yeniliğin topluma ilk girişi **Giriş Aşaması**;
- ◆ yeniliğin kısa sürede hızla yaygınlaştığı(hızla kullanım alanı bulması) dönem **Gelişme Aşaması**;
- ◆ yaygınlaşmadaki artış hızının yavaşlayarak belirli bir düzeyde seyrettiği, ve belirli bir süre durağanlaştığı ve inişe geçmeye başladığı dönem **Olgunluk Aşaması**;
- ◆ olgunluk aşamasında inişe geçmeye başlayan yayılım oranının, yeniliğin terkedilmeye başlanmasıyla birlikte belirli bir hızla

aşağıya doğru düşmeye devam ettiği dönem **Gerileme Aşaması** olarak adlandırılabilir.

Yeniliği kullananların sayısının azalmaya başlaması, yeniliğin artık terkedilmeye başlandığını (yani yeniliğin eskidiğini) göstermektedir. Bunun temel nedeni yeniliğin değişen koşullara artık cevap verememesi yada söz konusu yeniliği ikame edebilecek ve daha (fazla yarar sağlayacak) gelişmiş bir başka yeniliğin topluma sunulmuş olmasıdır.



Kaynak: Holt, J.E., ve D.Schoorl (1985)'dan yararlanılarak hazırlanmıştır.

Şekil 13.2. Yeniliklerin Yaşam Eğrisi

Bazı yeniliklerin yayılma sırasında gelişimini devam ettirdiği görülür. Bu gelişim farklı bölgelerde, farklı yoğunlukta devam edebilir.

Böylece yeniliğin topluma ilk sunumundaki (orjinal) içerik ve özellik (orjinal) zaman içinde tümüyle evrim geçirerek, farklı özelliklere bürünebilir(Holt ve Schoorl, 1985).

13.4. Yeniliklerin Yayılma Sürecini Etkileyen Faktörler

13.4.1. Toplumun Özellikleri

Tarımsal yeniliklerin kırsal topluluklarda yayılmasıyla ilgili araştırma ve gözlemler değişik toplumlarda aynı yeniliklerin bile yayılma sürelerinin farklı olduğunu göstermektedir.

Bireylerin sahip oldukları, sosyo-ekonomik özellikler, kişisel özellikler ve haberleşme davranışları yeniliklerin erken veya geç benimsenmesinde etkili olduğu belirtilmişti. Aynı şekilde bireylerin, içinde yaşadıkları toplumun yapısı da onların yeniliklere karşı davranışlarını etkilemektedir. A.W.Van den Ban, ekonomik gücü yüksek ve iyi eğitilmiş olup geleneksel bir toplum içinde yaşayan bir bireyin; ekonomik gücü ve eğitim düzeyi düşük olan, ancak modern bir toplumda yaşayan bir bireye göre yeniliği benimsemeye daha olumsuz davranma (yani yeniliği daha geç benimseme) olasılığının yüksek olduğunu belirtmektedir. Bunun nedeni modern toplumların olumlu, geleneksel toplumların ise olumsuz normlar taşımasıdır. Bir kırsal topluluğun, modern veya geleneksel toplumlara ait özelliklerin tümünü birden ve diğer topluluklarla aynı ölçülerde taşıması söz konusu değildir (Taluğ, 1977).

Dolayısıyla yeniliklerin yayılmasında toplumların özelliklerinin etkili olduğu söylenebilir. Bir örnek olarak DPT'nin(1968) yapmış olduğu "Modenleşme Eğilimleri" araştırmasında kimyasal gübre kullanım oranı marmara Bölgesi için %72, Güneydoğu Anadolu

Bölgesi için %3,3'tür. Kimyasal gübrenin benimsenme oranındaki bu büyük fark, bölgelerin toplumsal yapılarının da dikkate alınmasını gerektirmektedir(Taluğ, 1977)

13.4.2. Yeniliklerin Özellikleri

13.4.2.1. Yararlılık

Yenilik, yerini alacağı fikir veya uygulamadan daha iyi (relative advantage) olmalıdır(Rogers ve Shoemaker,1971;akt:Crouch ve Chamala,1981) Yararlılık(görelî üstünlük) yeniliğin yerini aldığı daha önceki uygulamaya göre daha çok yararlı olması durumudur. Örneğin, buğday ekili ve sulanabilir alanlarda 2 ürün soya üretimi gerçekleştirmek yararlı bir yeniliktir. Böyle bir yenilikle, bir yandan boş kalan arazi değerlendirmekte, çiftçiye mali açıdan katkı sağlamakta ve diğer taraftan ülkenin mevcut üretim değerinin artmasına katkıda bulunmaktadır.

Yeniliğin yararlılığı, üreticilere göre değişir. Nitekim pazara yönelik üretim yapan bir çiftçi ile yalnız kendi tüketimi(öztüketim) için üretim yapan çiftçinin yararlılık konusunda tutumu farklıdır. Pazara dönük üretim yapan çiftçi, yeniliğin ekonomik yararlılığı üzerinde çok daha önemle durur ve diğerine göre yeniliği daha çabuk benimser. Aynı şekilde büyük çiftçi ile küçük çiftçi bakımından da yararlılık farklıdır. Genellikle büyük çiftçiler sunulan bir yeniliği ekonomik avantajları olacağı düşüncesiyle daha çabuk deneme ve uygulama eğilimindedirler. Ayrıca bunlar yeniliğin olası riskini göze alacak ve yeniliği uygulayabilecek sermaye birikimine sahiptirler. Oysa küçük çiftçilerin riski üstlenme güçleri düşüktür ve yenilikten elde edecekleri yararlar büyük çiftçilerin elde edecekleri boyutlar da olamayacağı için yeniliği

daha geç benimserler. Ayrıca yararlılık kavramı ekonomik anlamda yeni teknolojinin eskisine oranla üreticiye daha fazla ekonomik kazanç getirmesiyle ilgilidir.

Bu nedenle yeni teknoloji, ikame edeceği teknolojiden daha ekonomik olmalıdır. Aşağıda yeni teknolojinin eskisi yerine kullanılabilmesi için gerekli özellikler verilmiştir. Bu özelliklerden en az birine yeniliğin sahip olması gereklidir(Doll,J.P.veF.Orazem,1984; Frame,J.D.,1983.;akt.Uzunlu ve Bayaner,1991).

- a- Yeni teknoloji eski teknolojiden ucuz olmalı, fakat aynı üretimi verebilmelidir (maliyet düşürücü teknoloji)
- b- Yeni teknoloji kullanılan teknolojiden pahalı olmasına rağmen, daha fazla ürün getirebilmeli ve birim maliyet düşük olmalıdır.
- c- Yeni teknoloji, kullanılan teknoloji ile aynı pahalılıkta fakat daha fazla ürün getirmelidir.
- d- Yeni teknoloji daha az ürün sağlamasına rağmen birim maliyet daha düşük olmalıdır.

13.4.2.2. Uygunluk

Yenilik üreticilerin geçmişteki deneyimlerine, ihtiyaçlarına ve mevcut değerlerine ters düşmemelidir(Rogers ve Shoemaker,1971;akt:Crouch ve Chamala,1981). Yani yeniliğin belirtilen koşullara uygun (compatibility) olması gerekir. Yenilik, ekonomik olarak yararlı da olsa, bu değerlere uygun değilse, benimsenmesi güçleşir. Örneğin, artıkların ve aile işgücünün değerlendirilmesi açısından domuz yetiştiriciliği çok ekonomik olmasına karşılık, Türk üreticisinin değer yargılarına uymadığından dolayı, domuz yetiştiriciliğini benimsetmek olanaklı değildir. Buna karşın yerli kıl keçisinden ekonomik olarak

daha üstün olan yeni bir keçi türünün benimsetilmesi, üreticilerin değerleriyle çatışmadığından daha kolay olabilir. Özellikle keçi yetiştiriciliği konusunda üreticilerin geçmiş deneyimleri çok güçlü ise benimseme daha da çabuklaşır.

Toplumun kültür düzeyi de yeniliğin benimsenmesini etkiler. Bazı faaliyetler toplumun belirli bir kesimince yapılagelmekte ise ve bu faaliyeti yapanlar da o gruptanmış gibi zannedilecekse, o, yeniliği benimsetmek güçleşebilir.

ÖRNEK:

Hindistanda keçi besiciliğinin yaygınlaştırılması için, büyük tarım işletmecilerine yönelik çalışmalar başlatılmıştır. Ancak keçi besiciliğinin küçük işletme sahipleri ve fakir kimseler tarafından yapıldığı dikkate alınmamıştır. Oysaki büyük işletme sahipleri bu işin fakir ve küçük tarım işletmesi sahiplerince yapıldığını ileri sürerek, kendilerine de fakir çiftçi gözü ile bakılacağı endişesi ile keçi yetiştiriciliğini reddetmişlerdir (Tatlıdil,1981).

Bir başka örnek olarak GAP bölgesindeki üreticiler, bilimsel olarak belirlenen uygun traktör gücünün üzerinde güce sahip traktörleri alma eğilimindedirler. Oysaki belirlenen güçteki traktörler üreticilere daha az maliyetle ulaşacaktır. Ancak üreticilerin traktör büyüklüğünü sosyal prestij ölçüsü olarak algılamaları, büyük güçlü traktörlere üreticileri yöneltmiştir.

13.4.2.3. Karmaşıklık ve Basitlik

Doğal olarak yenilik, eski uygulamaya göre göreceli olarak karmaşıktır(complexity). Bu nedenle yenilik güç anlaşılır ve kullanımı güçtür(Rogers ve Shoemaker,1971;akt:Crouch ve Chamala, 1981). Bu nedenle bu güçlüğü ortadan kaldıracak şekilde yeniliği basitleştirerek faaliyette bulunmak gereklidir. Bunun için üreticilerin konuyu daha iyi

kavramlarını sağlayacak bilgi ve beceri kazandırma faaliyetleri önem kazanmaktadır.

13.4.2.4. Denenebilirlik

Yenilik sınırlı bir alanda denenebilir. Yeniliğin bir ölçüde denenebilir olması, benimsenmesini kolaylaştırır. Nitekim yeni çeşit bir tohumu, veya bir yabancı ot ilacını denemek mümkündür. Çiftçi bunların olumlu sonuçlarını gördüğü takdirde daha kolay benimser. Fakat çiftçilerin girdilerini daha ucuza alabilmeleri, ürünlerini ise daha iyi koşullarda satabilmeleri için kooperatif kurma ile ilgili bir yenilik yayılmak istenirse, benimsenmesi güç olur. Çünkü kooperatif kurmanın asgari koşullarını yerine getirmek ve somut sonuçlarını ortaya koymak daha güçtür.

13.4.2.5. Gözlenebilirlik

Yeniliklerin sonuçları diğer üreticiler tarafından görülür veya hissedilir (Rogers ve Shoemaker, 1971; akt. Crouch ve Chamala, 1981).

Benimsenilmek istenen yeniliğin sonuçları gözlenebiliyor ise ve bu sonuçlar da eskiye göre üstün ise, çiftçiler yeniliği kolay benimserler. Örneğin yabancı ot ilacı kullanımının sonuçları kısa sürede gözlenebilir. veya iyi bir tohumun deneme sonuçları bir süre sonra gözlenebilir. Dolayısıyla yeniliğin sonuçları somut olarak gözlenebiliyorsa, söz konusu yeniliğin benimsenmesi de kolaylaşır. Roy (1966) tarafından yapılan bir çalışmada tarımsal yeniliklerin hangi özelliklerinin üreticileri ilgilendirdiği ortaya konulmuştur.

Çizelge 13.2. Yeniliklerin Özelliklerinin Göreceli Olarak Önemi

Özellikler	Önem Sırası	Ölçek Değeri
Yararlılık	1	1.954
Yeniliğin Maliyeti	2	1.949
Basitliği-Karmaşıklığı	3	1.924
Fiziksel Uygunluğu	4	1.910
Kültürel Uygunluğu	5	1.663
Anlaşılabilirliği	6	0.728
Zaman ve İş Tasarrufu	7	0.462
Bölünebilirliği	8	0.000

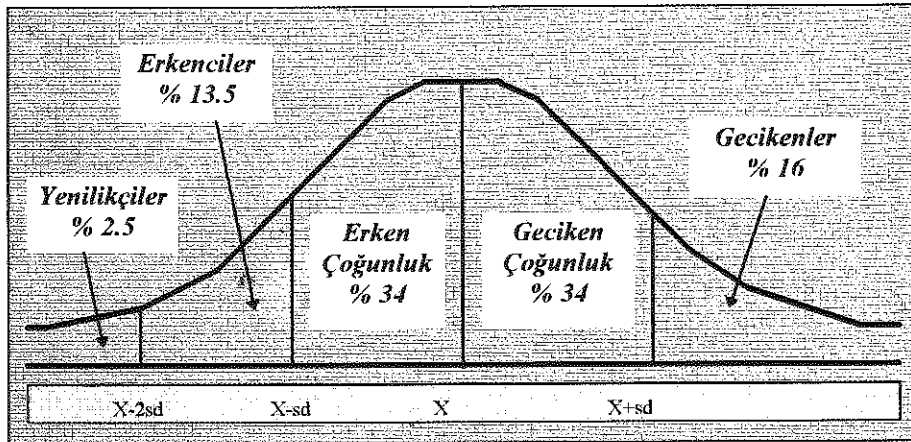
Görülebileceği gibi yeniliğin üreticiye sağlayacağı yarar sıralamada birincidir. Bunu yine üretici gelirini etkileyen yeniliğin maliyeti izlemektedir.

13.5. Yeniliklerin Yayılması

Yenilikler bir toplum içinde bir zaman sürecinde yayılır. Bu yayılma farklı nedenlerle toplumu oluşturan bireylerin yeniliği kabul etme süresiyle ilgilidir. Yenilikleri bazı kişiler çabuk, bazıları ise geç benimser. Yeniliğin ilk kez benimsenmesinden, toplumdaki son bireyin benimsemesine kadar geçen süreç yeniliğin yayılması olarak ifade edilir. Zaman birimi olarak yıl kullanılır. Örneğin Iowa'da (ABD) yapılan bir araştırmada melez mısırın bir kırsal topluma yayılması 14 yıl sürmüştür. Kolombiya'nın bir köyünde ise kimyasal gübrenin ilk kez kullanımı ile tüm köyülerin benimsemesi arasında 3 yıldan fazla bir zaman geçmiştir (Talug, 1977). Dolayısıyla toplumu oluşturan her bireyin kendisine sunulan yenilikleri aynı anda kabul etmesi, aynı tepkiyi göstermesi mümkün değildir. Toplumu oluşturan bireylerin tek tip veya aynı özelliklere sahip olmaması, aynı düşünmemesi, aynı olanaklara ve koşullara sahip olmaması, bu farklılığın (farklı sürelerde kabul etmenin) temel nedenidir. Bu farklılık yeniliklerin toplumda yayılmasının seyrini

etkilemektedir. Yeniliklerin toplumda yayılma seyri grafik üzerinde gösterildiğinde normal dağılım eğrisine benzer bir yayılma eğrisi ortaya çıkmaktadır(Şekil 13.3). Yayılma eğrisi, zaman ve benimseme oranı dikkate alınarak hazırlanan grafikler yardımıyla elde edilir. Yayılmanın sürdüğü her bir yıl için, o yılda benimseyenlerin yüzde oranlarının keşiştiği noktalar birleştirildiğinde yayılma eğrisi elde edilir.

Bu konuda yapılan araştırmalar, yeniliklerin yayılma hızına göre yenilikçiler, erkenciler(erken benimseyenler), erken çoğunluk, geciken çoğunluk(yığın) ve gecikenler(geç kalanlar) şeklinde bir gruplandırmaya olanak tanımıştır.



Kaynak: Rogers, 1983.

Şekil 13.3. Yeniliklerin Toplumda Yayılım Süreci ve Aşamalar

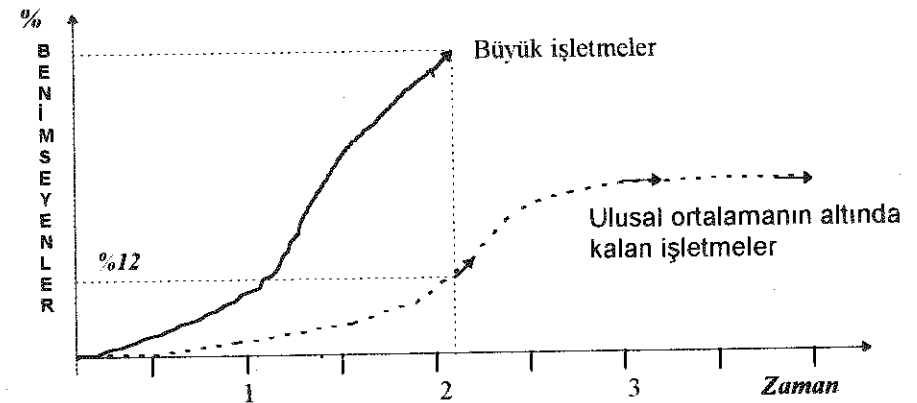
Kişilerin yenilikleri erken veya geç benimsemelerini etkileyen birçok etken vardır. Bu etkenler çeşitli araştırmalar sonucu saptamıştır. Bunlardan önemli olanları kısaca açıklanacaktır (Gürgen, 1991).

Erken ve geç benimsemeyi toplumun sosyo-ekonomik ve kültürel özellikleri, haberleşme davranışları ve kişisel özellikler etkilemektedir.

13.5.1. Sosyo-Ekonomik Etkenler

Yeniliklerin erken benimsenmesine iyi eğitim ve yüksek sosyal durumuna sahip olma gibi sosyo-ekonomik faktörler etkili olmaktadır. Yapılan araştırma sonuçlarına göre erken benimseyenlerin geç benimseyenlere göre daha eğilimli olduğu belirlenmiştir.

Erken benimseyenlerin geç benimseyenlere göre daha büyük ölçekli işletmelere sahip oldukları da görülmüştür. Aşağıdaki grafikte ulusal ortalamanın altında kalan işletmelerin, büyük işletmelere göre daha düşük oranda yenilikleri benimsedikleri gösterilmiştir. Ayrıca pazar için üretim yapan ticari işletmeler, yenilikleri daha erken benimseyebilmektedirler. Bu özelliklerle bütünleşen bir başka özellikte, işletmelerin daha çok ihtisaslaşmış olmalarıdır.



Şekil 13.4. Farklı İşletmelerde Yeniliklerin Yayılım Eğrisi

Yeniliklerin benimsenmesiyle yaş arasında kesin bir ilişki görülmemiştir.

Erken benimseyenler, geç benimseyenlere göre daha yüksek sosyal statüye sahiptirler. Yani gelir ve servet düzeyi yüksek, yaşam düzeyi ve mesleki prestiji iyi durumda olma önemlidir. İşte çiftçiler arasında bu durumda olanlar, olmayanlara göre yenilikleri erken benimsemektedirler.

Zengin ve büyük işletmeye sahip çiftçilerin, yenilikleri küçük işletme sahiplerine göre daha erken benimsedikleri konusu da tartışmaya açıktır. Ancak zengin çiftçiler yenilikleri uygulamak için yeter sermayeye sahiptirler. Zira bazı yeniliklerin denenmesi önemli ölçüde sermaye ve arazi gerektirmektedir. Küçük ve fakir çiftçiler bu denemeyi daha güç yapmakta ve benimseme de geç olmaktadır.

13.5.2. Kişiliksel Etkenler

Bunların sayısı çok olmakla beraber, önemli görülen birkaç tanesi şunlardır. Erken benimseyenler modern olup, muhafazakar veya dogmatik(sıkı sıkıya mevcut diğer ve davranışlara bağlı) değildir. Rasyonel hareket etmeyi severler. Belirli ölçüde zeki insanlardır. Değişimlere karşı daha ılımlı ve olumlu bir tutum içine girerler. Bunun bir sonucu olarak riske karşı da olumlu bakarlar. Bilimsel düşünceye ve öğrenmeye karşı son derece ilgilidirler. Kaderci değildir(kendi irade ve zekalarıyla olayların akışını etkileme gücünde olduklarının bilincindedirler). Ayrıca kendilerini başkalarının veya karşıdakilerin yerine koyabilme(empati) yetenekleri vardır.

13.5.3. Haberleşme Davranışları

Erken benimseyenlerin geç benimseyenlere göre yayım elemanları ile daha sıkı ilişki içine girdikleri, kitle haberleşme araçlarından daha çok yararlandıkları, yeniliklerle ilgili olarak daha

fazla bilgi aradıkları ve bu nedenle kişilerarası kanalları da sıkça kullandıkları, yayımcılarla görüşme sıklığının fazla olduğu ve iç ve dış dünya ile ilişkilerinin daha çok olduğu yapılan çeşitli araştırmalarla belirlenmiştir. Bunlara ek olarak, erken benimseyenlerin geç benimseyenlere oranla daha iyi bir fikir önderliğine sahip olduğu da belirtilmektedir (Tatlıdil, 1981).

14.

TARIMSAL YAYIMDA BAZI ÖZEL KONULAR

14.1. Yerel Önderler

Önder ile lider kavramları çoğu zaman eş anlamda kullanılmaktadır. Oysaki bu kavramlar birbirinden farklı anlamlar taşımaktadır. Kavramların yerli yerinde kullanılması, kavram karışıklığını önleyebilir.

Önder, yetkisini daha çok kişiliğinden, kendini izleyenlerden ve koşullardan alır ve bu yetki biçimsel olmayan (informal) bir yetkidir. bazı yazarlar önderliğin oluşumunu şu şekilde formüle ederek açıklarlar(Tosun,1978). $\text{Önderlik} = f(\text{kişilik, izleyiciler, koşullar})$

Lider ise, yetkisini kişiliğinden çok bulunduğu konumun (hıyerarşı) özelliğinden alır. Dolayısıyla bu yetki biçimsel (formal) bir yetkidir. Bir kuruluşun yöneticiliği veya bir siyasi partinin başkanı bu kapsamda ele alınabilir.

Her önder, az çok bir yöneticidir. Fakat her lider her zaman bir önder olamaz. Nitekim lider de belirli bir süre, belirli bir gruba etkileyebilir ve bu gruba bir iş yaptırabilir. Bu yönüyle önder özelliği gösterebilir. Ancak lider bulunduğu konumdan ayrılınca önderliğe benzer özelliği de çoğunlukla ortadan kalkmaktadır. Dolayısıyla uygulamalarda da görüldüğü gibi bu tür liderlikler çok uzun ömürlü olamamaktadır. Bu nedenle önderlik, liderliğe göre daha kalıcıdır ve sürekli iş yaptırabilme süreci ve gücünü kapsamaktadır. Tarihte sayılı sayıda kişi hem liderlik hen de önderlik özelliklerini birlikte taşımıştır.

Yukarıdaki açıklamalardan anlaşılacağı gibi önder, enerjisi, girişimi, yeteneği, düşünüş özgürlüğü, yaratıcılık gücü, adalet duygusu, başkasına yardım isteği gibi nitelikleriyle, diğer insanlardan farklı bir kişidir.

14.1.1. Önderin Genel Özellikleri

Önderliğin incelenmesi ile ilgili olarak yapılan çeşitli araştırma sonuçlarına göre, bütün önderleri kapsayan tek bir yetenek ve kişisel özellik setinin olmadığı anlaşılmıştır(Gregor,1970). Zira gerekli olan özellikler koşullara göre büyük ölçüde değişmektedir. Hatta bir endüstri işletmesinde bile ayrı koşullar, ayrı önderlik özelliklerinin görülmesine yol açabilir. Bu nedenle burada önderliğin bazı genel özelliklerinin belirtilmesi ile yetinilecektir.

Önder, önde giden, yol gösteren, öğreten ve aydınlatan bir kişidir. Bunun için önder geleceği görür, bireylerin ve kitlelerin istek ve gereksinmelerini zamanında sezer, bunları örgütler ve yönetir. Bu nedenle önderin, bu işlevleri yapabilmesi için yetenekli bir kadroya da sahip olması gerekir. Ya da kendisini izleyenler arasında iyi bir iş bölümü gerçekleştirmelidir.

Önderlik bireyin kişiliği ile sıkı sıkıya bağlıdır. Kişilik ise biyolojik, psikolojik, sosyolojik ve kültürel yönleri ile karmaşık bir bileşimdir. Başarılı bir önder, belirtilen yönlerden üstün özelliklere sahip olan kimsedir.

Önder kendini izleyenlere iş yaptırırken zor kullanmaz. İş yaptırma gücünü, biçimsel yetkisinden alırsa, bu durum önderlikten çok diktatörlük ve demokratik olmayan yöntemle sağlanan yöneticilik olur. Önderlikte baskı değil, inandırma vardır. Bir kişi diğer bir kişiyi etkiler.

Bu etki kişinin diğer kişiye bağlanmasına veya ondan uzaklaşmasına neden olur (Flament,1965).

Önderlikle ilgili başka bir özellikte, önderi izleyenlerin önderi izlemeleri durumunda bazı amaçlarının gerçekleşeceğini ümit etmeleridir. Aksi takdirde önder kendini izleyenleri inandırsa da, izleyenler amaçlarının gerçekleştiğini görmezler ise, öndere olan bağlılık güçlerinde çözümler olur.

14.1.2. Önderlik Biçimleri

Daha önce de açıklandığı gibi önder, yetkisini kişiliğinden, izleyicilerden ve koşullardan almış olabilir. Önderin bu tür yetkileri onun, önderlik rolünü de büyük ölçüde belirler. İşte önderin etkinliğine göre çeşitli önderlik biçimleri oluşur.

a) Onay Önderliği

Bazı önderlerin onayı olmadan bir işin yapılması güçleşebilir veya mümkün olamaz. Bir işin yapılabilmesi için zorunlu olarak bir önderin onayına gereksinme var ise, bu tür önderliğe onay önderliği denilir. Özellikle demokratik ilişkilerin yerleşmediği toplumlarda, topluma büyük ölçüde egemen olan şahıslar vardır. Örneğin Doğu ve Güney Doğu Anadolu bölgelerindeki bazı köylerde, köy ağasının, köylüler üzerinde bu tür yetkilerinin olduğu gözlenmektedir.

b) Uzmanlık Önderliği

Topumlarda değişik konularda uzmanlaşmış ve bu uzmanlığını yöresindeki toplumlara kabul ettirmiş kişiler bulunabilir. Örneğin tavukçuluk konusunda çok bilgili olan bir kişi, tavukçuluk yapmak isteyen çiftçileri bu konuda etkileyebilir. Ya da tavukçulukla ilgili yeniliklerin çiftçilere benimsetilmesi ile ilgili bir tarımsal yayım

programı gerçekleştirilmek isteniyorsa, tavukçuluk konusunda uzmanlaşmış kimseler var ise, onlardan yararlanılabilir.

c) Eylem Önderliği

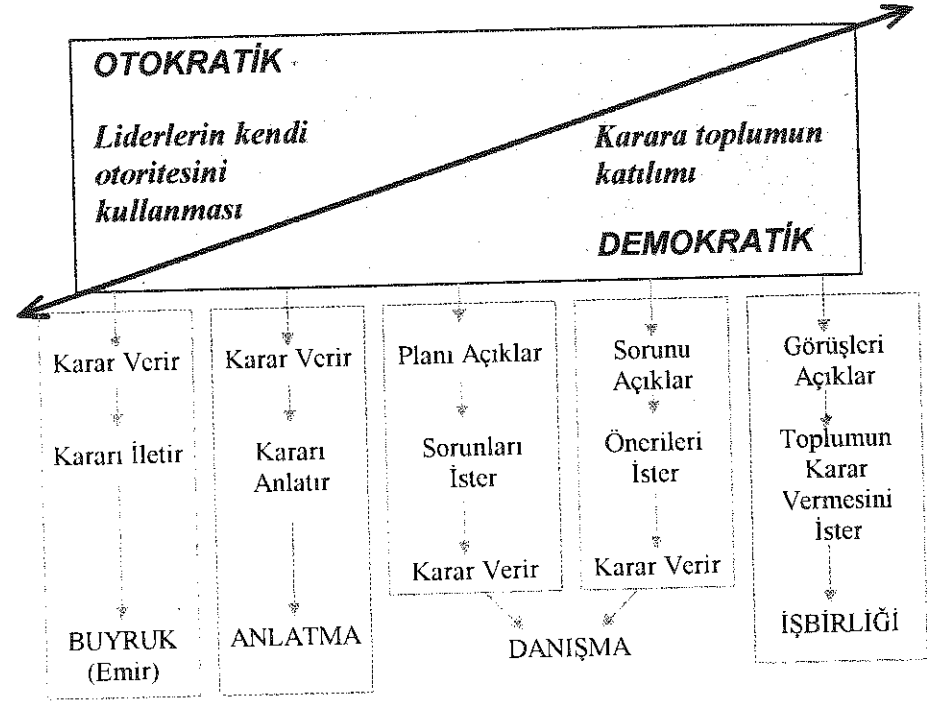
Bazı yetenekli kimseler, bir işin yapılmasında müteşebbis (girişimci) olarak kendini kabul ettirmiş olabilir. Özellikle kooperatif kurulması veya köye yol, su gibi tesislerin getirilmesinde geçmişte girişimci olarak ön ayak olan kişilere, eylem önderi denebilir. İşte yayım hizmetlerinde bu tür kişilerden de yararlanılmalıdır.

d) Fikir Önderliği

Fikir önderleri, diğer kişilerin eğilimlerini, davranışlarını istenilen bir şekilde etkileyebilen kişilerdir. Bunlar yenilikten yana veya karşı olabilirler. Ancak burada yenilikçi denilen çiftçilerle fikir önderlerini karıştırmamak gerekir. Zira fikir önderleri içinde bulunduğu toplumun normlarını ve değer yargılarını dikkate alır ve onlarla uyum sağlar. Oysa yenilikçi çiftçi toplumun değer yargılarının dışına taşabilen kişidir.

Yukarıda açıklanan gruplandırmanın dışında önderlerin etkiledikleri kişilerle olan ilişkilerinin demokratik olup olmaması yönünden de önderleri ikiye ayırmak mümkündür. Önder ile izleyicileri arasındaki ilişkilerde, önderin aldığı kararları izleyicileri onun bir emri olduğu için yerine getiriliyorlarsa, bu tür önderliğe otokratik önderlik denebilir. Aksine önder, görüşlerini açıklar ve izleyicilerin karar vermesini isteyerek onlarla sağlayacağı işbirliği sonucu karar alınırsa, bu tür önderliğe de demokratik önderlik denebilir. Özellikle günümüzde yönetici durumunda olan kimselerin, yönettiği grup ile olan ilişkilerinde, çağdaş demokratik ilişkilerinin geliştirilmesi üzerinde

önemle durulması önerilmektedir(Laine,1963). Bu ilişkilerin demokratik veya otokratik olma derecesini kesin çizgilerle ayırmak güç olmaktadır. Ancak aşağıda verilen şekil, bu konuya açıklık getirebilir.



Şekil 14.1. Önder-İzleyenler Arasındaki İlişkiler

14.1.3. Yerel Önderlerin Özellikleri

Kırsal alanda yaşayan ve yaşadığı ortamda belirli bir kitleye zor kullanmaksızın etki ederek, bu kitleye bir işi yaptırabilme gücü olan kimselere yerel önder denebilir. Bu tür önderlerin başlıca özellikleri ise şunlardır:

- * Yaşadıkları toplumdaki diğer bireylere oranla dış dünya ile ilişkileri daha fazladır. Bu ilişkilerin sıklığını belirleyici bir ölçü olarak, köy dışına çıkış sıklığı gösterilebilir.

- * Ayrıca radyo, televizyon ve diğer kitle haberleşme araçlarını, diğer çiftçilere göre daha fazla izlemektedirler. Bu durum onların dış dünya ile olan ilişkilerinin gelişmesini kolaylaştırmıştır.
- * Yerel önderler gelişmiş bir tarım teknolojisini uygulamaya, diğer çiftçilere göre daha arzulu olan kimselerdir.
- * Yeni tarım teknolojilerini diğer kimselere göre daha kısa sürede ve daha yüksek oranda benimseyebilmektedirler. Bu nedenle bu kimseler adeta, kırsal alanda yaşayanlar arasında bir nevi öncü rolünü oynamaktadırlar.

14.1.4. Yerel Önderlerden Yararlanma

Tarımsal yayım servisinde çalışan yetişmiş yayım elemanlarının sayısı her zaman yeterli olmayabilir. Bugün gelişmiş ülkelerde dahi tarımsal yayım servislerinde, kırsal alanda yaşayanları yüz yüze eğitecek miktar ve yetenekte eleman olduğunu söylemek güçtür. Bu nedenle tarımsal yayım programlarının hazırlanmasında ve uygulanmasında yerel önderlerden yararlanmaya gereksinim vardır.

Ayrıca kırsal alanda yaşayan topluluklara, yine onlardan birisi aracılığı ile yaklaşmak, iyi bir yöntem olabilir. Önderin özel nitelikleri yanında işbirliği duygusunun, girişimcilik yeteneğinin ve kitleyi etkileme gücünün de gelişmiş olmasına dikkat etmek gerekir.

14.2. Seçilmiş Çiftçiler

Tek tek çok sayıdaki üreticiye ulaşmak çok güç ve pahalıdır. Bu nedenle örneğin "Eğitim ve Ziyaret Yaklaşımı" bu güçlüğü önlemek için seçilmiş çiftçi (contact farmer) uygulamasını esas almıştır. Dolayısıyla alan yayımcılarının her köyde sürekli birlikte çalışacakları

bir kaç çiftçi seçilmekte ve bu şekilde ulaştırılan bilgilerin diğer çiftçilere aktarılması beklenmektedir.

Yayım elemanının önerilerini uygulayarak diğer çiftçilere ulaştırılan seçilmiş çiftçiler iyi kullanıldığında, tek tek ulaşmanın çok zor olduğu büyük bir kitleye ulaşmada önemli yararlar sağlayabilir. Aynı şekilde TYUAP'ta da seçilmiş çiftçiler, üretici kesimin tamamına ulaşmada en önemli araç olarak öngörülmüştür.

Yapılan bir araştırmaya göre üreticilerin % 66.7'si seçilmiş çiftçilerin yapmış oldukları uygulamalardan etkilendiklerini belirtmişlerdir (Özçatalbaş, 1994). Bu değer seçilmiş çiftçilerin önemli oranda diğer çiftçileri etkileme gibi bir işlevi yerine getirdiğini göstermektedir. Bu etkilemenin ürün verimliliğinden kaynaklanıp kaynaklanmadığını ortaya koymak amacıyla üreticilere "seçilmiş çiftçiler size göre 1 dekardan ne kadar ürün almaktadırlar?:(daha az, aynı, daha fazla) " diye sorulmuş ve üreticilerin % 66.7'si "daha fazla ürün alıyor" cevabını vermişlerdir. Ayrıca anket uygulanan ve önderlik nitelikleri olan bir seçilmiş çiftçinin "Ben hatasız yaparsam, köylü de hatasız yapar" tümcesi, konunun önemini ve seçilmiş çiftçinin işlevini göstermesi bakımından dikkat çekici bulunmuştur.

Seçilmiş çiftçilerde önderlik özelliklerinin olması arzu edilmektedir. Daha büyük bir kitlenin etkilenmesini sağlamak için, seçilmiş çiftçilerin tüm çiftçilere tanıtılması gereklidir. Köydeki ve yakın çevredeki üreticilerle birlikte muhtar, öğretmen ve imam gibi görevlilerin de hazır bulunduğu bir toplantı düzenlenerek, yayım birimi tarafından belirlenen seçilmiş çiftçi (veya çiftçiler) bu topluluğa tanıtılmalı, bu kimselerin sürekli olarak yayım birimi tarafından bilgilendirileceği duyurulması uygun olacaktır.

Ayrıca ziraat mühendisi veya teknisyeninin köyü ziyaret günlerini de devamlı duyurarak, bu günlerde diğer çiftçilerle de ilgilenileceğinin belirtilmesi, bir yandan üreticilerin seçilmiş çiftçileri tanınmasına (dolayısıyla onların uygulamalarını izlemelerine) olanak tanırken, diğer taraftan seçilmiş çiftçilerin onurlandırılmaları sağlanacaktır. Böylece seçilmiş çiftçi uygulamasından daha yüksek düzeyde fayda sağlamak mümkün olabilecektir.

14.3. Kadınlara Yönelik Tarımsal Yayım

Tarımsal yayım, iyi kullanıldığında kalkınmayı hızlandıran önemli bir araçtır. Yayım eğitsel faaliyetlerle kırsal toplumda yaşayanlara uğraştıkları tarımsal alanda etkinliklerini artırmalarına olanaklar sağlar. Bu faaliyetler kadın ve erkek nüfusa yönelik olarak yürütülmektedir. Her ülkenin sahip olduğu sosyo-kültürel ve ekonomik yapı özelliklerini dikkate alarak, kadın ve erkek çiftçilere birlikte veya kadın ve erkeklere farklı organizasyonlarla yayım hizmetini sunmaları uygun bir yaklaşımdır (Özçatalbaş, 1995b).

Özellikle 1970'li yıllarda, kadınlara yönelik tarımsal yayım faaliyetlerinin düzenlenmesi konusuna artan bir şekilde ilgi gösterilmeye başlanmıştır. Tarımsal yayım faaliyetleri çiftçi ailesinin değişik bireylerinin ilgi ve ihtiyaçlarını karşılamayı hedeflerken daha çok erkek çiftçilere yönelik olarak üretim kaynaklarının kullanımı ve idaresindeki çeşitli konuları ele almaktadır. Buna karşın tarım-dışı yayım programları çoğunlukla kadınlara yönelik olarak yürütülmekte ve evde, ailede veya çocukların bakımındaki kaynak kullanımının geliştirilmesini içermektedir. Ancak bu gruplandırma, çoğu kadının yıl boyunca (erkeğin olmaması veya bazı toplumlarda bazı işlerin kadınların sorumluluğuna bırakılması nedeniyle) tarımsal faaliyetlerde

erkeklerle birlikte çalıştıkları dikkate alındığında, her zaman uygun olmamaktadır. Bu nedenle yayım faaliyetlerinin erkeklerde olduğu gibi kadınlar içinde çiftçilik etkinliklerini artırmak için, destek bilgi ve becerilerin kazandırılmasına yönelik olarak düzenlenmesi gerekmektedir (Oakley ve Garforth, 1988).

Tarımsal yayım birimlerinin zaman ve kaynaklarını kırsal alandaki tüm üreticilere eşit olarak dağıtıp dağıtmadıkları gündemdeki tartışılan önemli konulardandır.

Yayım tüm kaynaklarının %58'ini ticari tarım işletmelerine ayırmaktadır. Buna karşın geçimlik üretimde bulunan işletmelere, kadın, genç ve topraksız çiftçilerin tamamına ayırdığı kaynak ise %34 den biraz fazladır (Swanson ve ark, 1990).

Bu durumda yayım birimlerinin piyasaya dönük (ticari) üretim yapan veya yüksek düzeyde kaynağa sahip çiftçilere daha fazla zaman ve kaynak ayırdıkları, geçimlik veya düşük düzeyde kaynağı olan çiftçilere ise daha az zaman ve kaynak ayırdıkları açıktır.

Dünya genelinde yayım birimleri zaman ve kaynaklarının yalnızca %5 gibi çok küçük bir bölümünü kadınlara ayırmaktadırlar. Bu durum halen kadınların tarımsal yayım hizmetlerinden yeterince yararlandırılmadıklarını göstermektedir.

Ayrıca ülke grupları itibarıyla incelendiğinde zaman ve kaynaklarını kadın çiftçilere en fazla ayıran ülke grubu %9 oranla Yakın Doğu ülkeleridir. Bunu %7 ile Afrika, %5 ile Latin Amerika, %3'erlik oranlarla Asya-Pasifik ve Avrupa ve %1 ile Kuzey Amerika ülkeleri izlemektedir (Swanson ve ark, 1990). Her ne kadar Yakın

Doğu ülkeleri kadın çiftçilere daha fazla zaman ve kaynak ayırıyorlarsa da bu değerlerin bile çok düşük olduğu görülmektedir.

14.3.1. Kadınların Tarımsal Faaliyetlere Katılımı

Özellikle tarım modernleşmeye başladığında, bilgi tarımsal üretim için zorunlu bir girdi olur. Erkek ve kadın çiftçiler faaliyetlerini geliştirmek için bilgiye ihtiyaç duyarlar ve bilgi edinmek isterler. Bu bilgi yalnızca yayımdan değil, aynı zamanda diğer bilgi kaynaklarından da elde edilir. Kadın tarımda kritik bir rol oynar. Özellikle hayvansal üretim faaliyetinde, hasat sonrası faaliyetlerde, aile için gıda üretiminde ve gittikçe daha çok ürün satışında görevler üstlenmektedir. Erkeklerle karşılaştırıldığında, kadın genel olarak bitkisel üretimde daha geniş alanda, hayvancılık ve tarıma dayalı faaliyetlerde, ve ekim öncesi ve hasat sonrası gibi geniş bir alanda faaliyet göstermektedir. Erkekler işletme dışında çalıştıklarında, kadının çiftçilikteki rolleri gelişmekte ve büyümektedir. Kadın çiftçilere etkili olarak ulaşan yayım hizmetleri ile öncelikle bu kesimin daha fazla ürün elde etmesi sağlanır (Saito ve Spurling,1992). Aynı şekilde özellikle düşük mekanizasyon düzeyine sahip olunması durumunda kadınların daha fazla tarımsal faaliyetler içinde yer aldığı görülmektedir (Ismail,1993).

Yapılan bir çalışmada gelişmekte olan 82 ülkenin %63'ünde toplam tarımsal işgücünün %40'ından fazlasını kadınlar, yine bu ülkelerin %29'unda ise işgücünün %50'sinden fazlasını kadınlar oluşturmaktadır. Bu değerler ülke gruplarına göre incelendiğinde Afrika ülkelerinde toplam tarımsal işgücünün %46'sı, Kuzey Afrika ve Orta Doğu ülkelerinde %31, Asya ülkelerinde %45 ve Karayipler'de ise bu oran %40'dır (FAO,1984;akt:Röling,1988). Latin Amerika ülkelerinde ise bu oran en düşük (%20) düzeydedir (Röling,1988).

Dünya ölçeğinde toplam tarımsal işgücünün çok önemli bir bölümünü kadın işgücü oluşturmaktadır.

Türkiye'de kadınların tarımsal faaliyetlere katılım oranı Ege, Marmara ve Karadeniz Bölgesinde %32, Akdenizde %27, Orta Anadolu'da %18, Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da ise %14'dür (Bayındıroğlu,1987). Ayrıca Şanlıurfa ilini içeren bir çalışmada ise kadınların tüm tarımsal faaliyetlere katılma oranı %18.4 olarak bulunmuştur(Özçatalbaş,1994).

14.3.2. Kadınlara Yönelik Yayımların Gerekliliği

Yukarıda da ortaya konulduğu gibi kadınlar önemli ölçüde tarımsal faaliyetler içinde yer almakta ve fiilen çalışmaktadırlar.

Ayrıca kırsal alandaki kadınlar, erkeklere oranla tarım yanında tarım dışı alanlarda da önemli rol, görev ve sorumluluklara sahiptirler (Röling,1988). Bu durum tarımsal yayım hizmetlerinden kadınların da erkek çiftçiler kadar yararlandırılmalarını gerekli kılmaktadır.

O halde kadınlara yönelik olarak düzenlenecek olan etkin bir yayım çalışması ile, kadın çiftçilerin öğrenecekleri teknik bilgileri işletmelerinde kullanmalarına olanak sağlanarak, işletmedeki tarımsal üretim artışına katkılarının artırılması gereklidir. Bu ise kadının işletme içindeki rolünün artmasına ve gelişmesine yardımcı olacaktır.

14.4. Türkiye'de Tarım Sigortasının Yaygınlaşmasında

Yayımların Önemi (1)

Tarım sektörü, ülkelerin gelişmişlik durumuna göre farklı özellikler gösterir. Bir üretim faaliyeti olarak tarım, doğal koşulların

(1) Özçatalbaş,1996.

etkisi altında gerçekleştirilen, belirsizlik ve riskin yüksek ve sermaye devir hızının düşük olduğu bir sektördür. Gelişmekte olan ülkelerin büyük bir çoğunluğunda ekonominin temel sektörü olan tarım, nüfusun büyük bir bölümüne iş olanağı yaratması yanında, yaşam alanı olması nedeniyle de büyük önem taşır. Tarımsal nüfusun toplam nüfus içinde çok küçük paya sahip olduğu gelişmiş ülkelerde, tarımda çalışan bir kişi yaklaşık 20-30 kişiye karşılık gelirken, gelişmekte olan ülkelere bu rakam 1-4 kişi kadardır.

Bu genel görünüm içinde tarım sektörünün belirsizlik ve risklere dayanıklı olabilmesi ve ortaya çıkması olası zararlara karşı üreticinin (ve dolaylı olarak tüketicinin de) korunabilmesi için, hem gelişmiş, hem de gelişmekte olan ülkelere çeşitli tarımsal sigorta sistemlerinin geliştirildiği ve uygulandığı görülmektedir.

Gelişmiş ülkelere yaygın olarak tarım sigortaları uygulanmaktadır. Gelişmekte olan ülkelere ise tarım sigortası uygulamaları yaygınlaşmamıştır ve devlet yardımlarıyla üretici zararları giderilmeye çalışılmaktadır.

Oysaki gelişmekte olan ülkelere tarım sektörünün ekonomik ve sosyal açıdan taşıdığı önem, bu büyük kesimin zarar görmesini önlemek için tarım sigortalarının büyük oranda uygulama alanı bulmasını gerektirmektedir.

14.4.1. Gelişme ve Uygulamalar

Gelişmiş ülkelere iki asırlık bir geçmişi olan tarım sigortası uygulamaları, Türkiye'de 1957 yılında Şeker Sigorta ile başlamış, bunu 1960 yılında Başak, 1969 yılında Ankara, 1975 yılında Güneş Sigorta ve diğer firmalar izlemişlerdir. Bu firmalar çalışmalarına dolu

sigortasıyla başlamıştır. Ancak geçen 38 yılda yeterli bir gelişme sağlanamamıştır.

TARIMDA SİGORTA İLE İLGİLİ BAZI VERİLER:

Ülkemiz ekilen alanlarının %98.0'inde her iki yılda bir dolu yağışı görülmektedir. Halen ekili alanların %1.8'i ve büyükbaş hayvanların ise %1.0'inin tarım sigortası kapsamında (Sürmeli ve ark,1995) olması, bu yetersizliğin önemli göstergelerindedir.

Türkiye'de sigorta firmaları bitkisel üretimde dolu ve buna ek olarak ödenen bir primle yangın sigortası, cam seralar ve içindeki ürünlere yönelik olarak fırtına sigortası yapılabilmektedir(Sürmeli ve ark,1995). Dolu sigortalarıyla, dolu tanelerinin açıkta yetiştirilen ürünlerde meydana getirdiği zararlar güvence altına alınmaktadır. Dolunun ürün miktarındaki azalışa etkisi eksperler tarafından saptanarak, sigortalı çiftçilere tazminat olarak ödenmektedir. Yangın sigortası da aynı şekildedir ve hasat dönemine kadar geçerlidir.

Ayrıca sera ürünleri ve seranın yapı malzemeleri de doluya ek fırtına teminatı da verilebilmektedir(İçer,1993:akt:Sürmeli ve ark,1995). Bu kapsamda sera camlarının kırılması, naylon örtülerin yırtılması ve zarar görmesi gibi, karşılaşılabilecek zararlar güvence altına alınmaktadır.

1992 yılında 72 çeşit ürün dolu sigorta yapılmış, ancak sadece 8 ürün (buğday, karpuz, arpa, ş.pancar, pamuk ayçiçeği, tütün, portakal) toplam sigorta bedelinin %82.0'sini oluşturmuştur (Dinler, 1993:akt: Sürmeli ve ark,1995).

Hayvan sigortaları ise daha kapsamlıdır. Bunlar hayvan hayat sigortası, hayvan besi sigortası, kümes hayvanları ve balık çiftliği sigortası olarak adlandırılmaktadır. Hayvan hayat sigortası kapsamında adi ve bulaşıcı hastalıklar, gebelik, doğum, igdişleme ve ameliyat nedeniyle ölüm, düşme, boğulma, trafik kazası ve vahşi hayvan parçalaması sonunda zorunlu kesimler veya ölümler, toprak kayması, su baskını sonucu oluşan zorunlu kesimler ve ölümler güvence altına alınmaktadır. Besi hayvanları sigortası kapsamında kasaplık olarak beslenen sığır, manda ve koyun gibi besi hayvanlarının besi dönemleri süresince karşılaşılabilecekleri çeşitli riskler güvence altına alınmaktadır. Kümes hayvanları sigortası kapsamında besi tavukları, yumurta tavukları, civcivler ve damızlıklar, her türü adi ve bulaşıcı hastalıklar, kazalar, yem zehirlenmesi, soğuktan donma, yangın ve fırtına gibi olaylar sonucu çıkabilecek kestirmeler ve ölümlere karşı güvence altına alınmaktadır. Balık çiftliği sigortaları ise hayvan sigortaları kapsamında incelenmekte ve balık üreticilerini çeşitli risklere karşı korumaktadır.

14.4.2. Yayım ve Tarım Sigortası

Ülkemizde tarım sigortalarının özel sigorta kuruluşları tarafından geç ele alınması ve çiftçiye eğitsel hizmet sunan kamu yayım birimlerinin, üreticiler ve kamu için yaşamsal önem taşıyan bu konuda çalışma yapmamaları, politika belirlememeleri, ayrıca yayım hizmetini sunan yayım elemanlarının eğitim-öğretim süresince konu ile ilgili yeterli bilgiyle donatılmamış olması, bu konuya gerektiği kadar önem verilmesini engellemiştir. Bunun sonucu olarak tarım sigortaları konusu üreticiler ve yayım birimleri için öncelikli konulardan birisi haline getirilememiştir.

Belirsizlik ve riskleri kabullenen üreticilerin, gelecekte karşılaşmaları olası risklere karşı güvence altına alınmaları gereklidir.

O halde tarım sigortası, tarımsal yayım çalışmalarıyla üreticilere ulaştırılması gereken öncelikli konulardan birisi olmalıdır. Belirtilen bu hedefi gerçekleştirmek için devlet, özel sektör ve üreticilere önemli görevler düşmektedir.

Bir düşünce veya uygulamanın belirli bir kitleye ulaştırılarak, o kitle tarafından uygulanmasını, dahası benimsenmesini etkileyen etmenler vardır. Bunlar hedef olarak belirlenen kitlenin özellikleri, ihtiyaçları, sahip olduğu olanaklar, gelecekle ilgili beklentileri gibi konular yanında ilgili diğer kişi ve kuruluşların özelliklerini de kapsamaktadır. Buna göre belirtilen özellikler ortaya konulduğunda, söz konusu hedefe daha kısa sürede, daha az kaynak kullanılarak ulaşmak mümkün olabilir.

ÖRNEK

Ankara bölgesinde tarım sigortası üzerine yapılan bir araştırmada (Boz,1993), sigorta yaptıran ve yaptırmayan üreticilerin tutum ve davranış özellikleri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Bu çalışmaya göre sigorta yaptıran çiftçilerin dolu sigortasına başlamalarındaki en önemli neden "geçmişte karşılaşılan zararlar"(%39) olmuştur. Bunu "bölgedeki diğer çiftçilerin uğradıkları zararlar" (%26) ve yine aynı oranla "sigorta tanıtım elemanlarının önerileri" olarak belirtmişlerdir. Tarım il-ilçe müdürlüklerindeki teknik elemanlarının önerilerinin sigortaya başlama nedeni olarak gösterilme oranı ise % 9'dur.

Üreticiler, tarım sigortasının benimsenmesi ve yayılması için gerekli koşulları öncelikle "primlerin düşük tutulması" (%26), "çiftçilerin gelir düzeyinin yükseltilmesi" (%19) ve "devletin destek sağlaması" (%19) şeklinde belirtmişlerdir. Bunları "zorunlu sigorta getirilmeli ve bu işi devlet yapmalı" (%13) , "sigorta kapsamı genişletilmeli ve yayımı etkin olmalı" (%13), "sigortaya ilişkin yayım çalışmalarını daha etkin olmalı" (%7) ve "hasar bedeli peşin ve hasarın tamamı ödenmeli" (%3) konuları izlemiştir. Sigorta yaptırmayan çiftçilerin %87' si tarımda uygulanan sigorta konusunda bilgi sahibi olup, %13 ünün ise bu konuda hiç bilgisi yoktur.

Gelirlerinin daha yüksek olması durumunda üreticilerin %62 sinin sigorta yaptırmaya eğiliminde oldukları, %38 inin ise bu eğilimi taşımadıkları anlaşılmıştır.

Özellikle sigorta yaptıran üreticilerin gelirlerinin yetersiz olması, primlerin düşük tutulması istekleri, devletten destek beklemeleri ve bu işi devletin yapması gerektiğini belirtmeleri ekonomik durumla ilgilidir. Burada üreticilerin diğer pek çok konuda da olduğu gibi devletten yardım istemeleri (%32), bu işi devletin yapması üzerindeki talepleri dikkat çekmektedir. Bu sonuçlar da göstermektedir ki, üreticilerin sigorta yaptırmamalarındaki en önemli faktörler ekonomik niteliklidir.

Ayrıca sigorta yaptıran üreticilerin yine önemli bir bölümü tarafından(%20), yayım faaliyetleriyle tarım sigortaları konusunu tanıtmanın, sigortalılaşmanın yaygınlaşması için bir etken olarak görülmesi bu konuda eğitsel faaliyetlerin gerekliliği ve yararlılığı konusunda bilgiler vermektedir.

14.4.3. Kamu-Özel ve Üretici Örgütlerine Düşen Görevler

Türkiye'de devlet üreticiye destek olacak ve üreticiyi arzu edilen yönde harekete geçirecek uygun tarım politikası araçlarını etkin bir şekilde kullanamamaktadır.

Gelişmiş ülkelerde var olan başarılı uygulamalar tartışılmakta, ancak uygulamaya aktarılmasında önemli güçlükler çıkmaktadır.

Devletin üreticiye yönelik uyguladığı sübvansiyonlar, karşılıksız sosyal amaçlı yardımlar, doğal afetler ve kötü iklim koşullarında zararların karşılanması gibi uygulamalar, üreticileri her zaman devletten yardım bekleme eğilimine sokmakta ve devlete bağımlı hale getirmektedir. Oysaki tüm gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de kamu kaynakları kıttır ve bu kıt kaynakların en uygun şekillerde kullanımını sağlamak zorunludur. O halde devlet sahip olduğu kıt kaynaklarla üreticilerin tüm zararlarını karşılama yükümlülüğünden kendini uzaklaştırmak durumundadır. Bunun için siyasi kaygıları bir tarafa bırakıp özel sektörün bu konuda daha etkin hale gelebilmesi için çeşitli politika araçlarının kullanılması gereklidir.

Özellikle doğal afetlerden meydana gelen hasarların devletçe ödenmesini öngören 2090 sayılı yasa, üreticileri tamamen devlete bağımlı kılmakta ve sürekli devlete bakan bir kesimin oluşmasına yol açmaktadır. Doğal olarak üretici bu durumda ürününü, hayvanını, alet-ekipmanını güvenceye alacak yolları aramamaktadır.

Buna göre kamu eğer üreticilerin sürekli kendisine bakmasını, yardım beklemesini önlemek istiyorsa, bu yönde yeni uygulama ve yaklaşımları bulmak durumundadır.

Türkiye'de üretici örgütlenmesi yetersizdir. Varolan örgütlenmede ise üretici yeterince güçlü değildir. Yetersiz örgütlenme üreticilerin biraraya gelerek kendi olanak ve güçleriyle kendi sorunlarını çözülmede uygun yolları bulmalarında olumsuzluklar yaratmaktadır. Güçlü bir üretici örgütlenmesi önemli bir politik güç olma yanında, üreticilere kendi sorunlarına sahip çıkan, kendi kendine yeterli hale gelmeyi sağlayan bir ortamı hazırlar. Dolayısıyla üreticilerin herşeyi devletten bekleme eğilimlerinin kırılmasına yardımcı olur. Bu

ise üreticilerin üretim faaliyetlerinde ekonomik ilkelere göre davranmalarında temel öğelerden biridir.

Türkiye'de tarım sigortacılığının gelişmesinin istenen düzeyde olmaması, bu sektörün devlet tarafından yeterince önemle ele alınmamasından, desteklenmemesinden ve söz konusu firmaların bu konuya yeterince önem vermemesinden kaynaklanmıştır.

Özellikle varolan koşullarda firmaların bu alanı karlı görmemeleri bu gelişmeyi önleyen önemli faktörlerden olmuştur.

Ayrıca son yıllara kadar, bu firmaların uyguladıkları dolu sigortası tutarlarının ilçe bazında hazırlanması, aynı ilçede farklı risk düzeylerine sahip alanlar (köy) için aynı prim tutarını ödemeyi gerektirmiştir. Bu durum ise daha az riskli alanlara sahip üreticilerin, yüksek riske sahip alanlardaki üreticilerle aynı primi ödemelerini zorunlu kılmış ve bu yapı üreticinin sigortaya olumlu yaklaşmasını önlemiştir. Bugün ise, son 5 yıllık dönemdeki dolu yağışları dikkate alınarak, il, ilçe ve köylere göre sigortalı alan, ürün deseni, hasar miktarı ve üreticilere yönelik bilgiler toplanmış ve bu değerlendirme sonucunda 36227 köy kodlanmıştır. Böylece artık köy bazında prim fiyatlarının belirlenmesi mümkün olmuştur (Sürmeli ve ark, 1995).

Ancak yapılan tüm bu çalışmalar yanında, söz konusu firmaların tarımda risk taşıyan dolu yanında diğer önemli konuları da (kuraklık, don, sel, hastalık, haşere zararı v.b) kapsayacak ayrıntılı çalışmaları yapmaları önemli olacaktır.

Üreticilerin karşılaşılabileceği olası risklerin çok büyük bir bölümüne karşılık verebilecek yöntemleri geliştirmek temel ilke olarak benimsenmelidir.

14.4.4. Tarım Sigortası Yayımı

a) Kamu Sektörü

Yaygın Eğitim Kapsamında: Tarım sigortaları belirtildiği gibi üreticilerin gelecekte uğraması olası zararlarını karşılamaya yönelik güvenceleri içermektedir. Bu konunun bugüne değin tarımsal yayım çalışmalarında ele alınmamış olması önemli bir eksikliklerdir. Kamu kesimi tarım sigortacılığını en azından karşılanması olası zararlar karşısında, üreticilerin kamudan yardım beklentilerini azaltmak amacıyla desteklemelidir. Bu destek bugün olduğu gibi tarım sigortalarının gider vergisinden muaf tutulması yanında sigorta yaptırmayı özendirici, üreticiye daha az prim yükü getiren, üreticiyi ekonomik olarak destekleyen önlemler olabilir. Diğer yandan konunun eğitsel boyutu dikkate alınarak üreticilerde sigorta yaptırmayı özendirecek, sigortanın gerekliliğini öğretecek ve onları bilinçlendirecek bir eğitim hizmeti vermelidir.

Bu eğitsel hizmet yayım birimleri ile gerçekleştirilebilir. Görevli elemanlar, hizmet içi eğitim programlarıyla tarım sigortası konusunda yetiştirilerek, konunun yayım programlarına alınması sağlanabilir. Böylece yayım konularının çeşitlenmesi de sağlanabilir.

Örgün Eğitim Kapsamında: Tarım sigortası konusunun özellikle tarım kesiminde yaşayan ve örgün eğitim kapsamında öğrenim gören öğrencilere verilmesi gerekmektedir. Bunun dışında tarımsal yayım elemanların eğitim gördüğü kurumların (Ziraat Fakülteleri ve Tarım Meslek Liseleri) ders programlarına da tarım sigortaları konularının konulması yönünde çalışmalar yapılabilir.

Her ne kadar bazı ziraat fakültelerinde tarım sigortaları konusunda yüksek lisans ve doktora çalışmalarının yürütüldüğü biliniyorsa da, tarım sigortaları konusunun ders olarak, özellikle tarım ekonomisi bölümleri tarafından okutulması gerekli görülmektedir. Böylece kamunun olmasa bile özel sektörün ihtiyaç duyduğu tarım sigortaları konusunda bilgili ziraat fakülteleri mezunlarının sektöre kazandırılması ve mezunlara yeni istihdam alanlarının açılması söz konusu olabilecektir.

Ayrıca tarım sigortaları ile uğraşan kimselerin çoğunlukla tarım formasyonu almamış kimselerden oluşması da önemli eksikliklerdir. Üreticiyle iyi diyalog kurabilen, onun üretim koşullarını, olanaklarını, beklentilerini anlayabilen tarım kökenli sigortacılar yetiştirmek ve bunların sigortacılık sektöründe yer edinmelerini, dahası bu sektörün gelişmesine katkıda bulunmalarını sağlamak gereklidir. "Tarım sigortasını, tarımcılar yapmalıdır." (Sürmeli ve ark,1995), görüşü mesleki bir dayanışmadan çok, işin uzmanı tarafından yapılmasındaki gereklilik nedeniyle desteklenmelidir.

b) Özel Sektör

Özel sektör bugün için istihdam ettiği elemanları hizmet öncesi ve hizmet içi eğitim kurslarıyla sigorta konusunda yetiştirmeye, niteliklerini artırmaya çalışmaktadır. Bu çalışmalarda ziraat fakültelerinin özellikle tarım ekonomisi bölümlerinden ve bu konuda özel sektörde kendini kanıtlamış başarılı kimselerden yararlanılmalıdır.

Sigorta firmalarının diğer branşlarının arasında tarım sigortalarının payı % 1 gibi çok küçük bir değerdir(Sürmeli ve ark,1995). Bu değer artırılması yönünde çaba harcanmalıdır. Bu

düşük paya rağmen özel sektör tarım sigortaları konusunda üreticiye yayım hizmeti sunan en önemli birim niteliğindedir. Bunun artırılarak devam etmesi ve daha etkin bir çalışmayı ortaya koyabilmeleri için, var olan hizmet ağını geliştirmeleri gereklidir. Özellikle Ziraat Fakültesi kökenli elemanlara bu konuda yer verilmesi üreticiyle kurulacak iyi ilişkinin anahtarı olabilecektir. Böylece üreticilere tarım sigortaları konuları verilirken, diğer tarımsal konularla ilgili üreticilerin belirli sorunlarına da karşılık verebilme söz konusu olabilecektir.

Buna göre özel sektör çalışanları sigorta konusu yanında, bulunulan üretim sezonuna göre üreticilerin ihtiyaç duydukları diğer bazı konularda da bilgi vererek, üreticilerle daha iyi ilişkiler kurabilirler.

c) Üretici Örgütleri

Örgütlenmenin yetersiz olduğu ülkemizde, tarım sektöründe çalışan ve yaşayanlar güçlü bir örgütlenmenin gerçekleştirilememesi nedeniyle bundan olumsuz yönde etkilenmektedirler. Ulusal ve bölgesel düzeyde kurulu bulunan üretici örgütleri, aynı amaç için biraraya getirdikleri üreticilerin ortak sorunlarını çözen, kaynaklarını geliştiren, piyasa bilgilerini artıran, risk ve belirsizlikleri en aza indirecek yolları gösteren bir birim olmalıdır. Bu nedenle üretici örgütleri belirtilen konulardaki eksiklikleri vereceği yayım hizmetiyle gidermeye çalışmalıdır.

Buna göre, üretici örgütleri sunmakta oldukları yayım hizmetinin konularını, kendi üyelerinin talepleri, sorunları, çıkarları ve ayrıca ülke önceliklerini dikkate alarak belirlemelidirler.

Tarımsal faaliyetin her aşamasında yapılan işlemler elde edilecek ürün miktarı üzerinde ne kadar etkiliyse, ürün hasatına kadar karşılaşılabilecek doğal afetler de en az diğer teknik işlemler kadar önemlidir. Bu nedenle ürünün güvenceye alınmasını sağlayacak sigorta uygulamasının yaygınlaşması için gerekli çaba gösterilmelidir.

Gelecekte üretici örgütlerinin de kendi sigorta firmalarını kurmaları da bu kapsamda düşünülmelidir. Ayrıca üretici örgütlerinin, sigorta hizmeti veren özel sektör kuruluşlarının üreticilere daha uygun koşulları sağlamaları ve sigorta kapsamını genişletmeleri konularında bir baskı unsuru olarak ortaya çıkmaları beklenebilir. Böylece daha büyük kesimlerin sigorta kapsamına alınarak, onların risklerini de azaltmak mümkün olabilir.

EKLER

Ek-1 Çalışmada dikkate alınan sınıflandırmada ülkelerin dahil oldukları bölgeler

<i>Afrika</i> (31 ülke)	<i>Asya ve Pasifik</i> (26 ülke)	<i>Avrupa</i> (14 ülke)	<i>Latin Amerika ve Karayipler</i> (23ülk)
Benin	Avustralya	Belçika	Bolivya
Burkina Faso	Bengladeş	Çekoslovakya	Brezilya
Burundi	Bhutan	Danimarka	Şili
Cezayir	Çin	F.Almanya	Kolombiya
Cote d'Ivoire	Cook Islands	Finlandiya	Costa Rica
Etopya	Fiji	Hollanda	Dominica
Fas	Hindistan	İngiltere	Dominik Cumh.
Gana	Endonczya	İsveç	Ekvator
Gambia	Japonya	İzlanda	El Salvador
Guinea	Kore Cumh.	Lüksemburg	Guatemala
Guinea Bissau	Laos	Macaristan	Guyana
Kamerun	Malezya	Malta	Haiti
Capc Verde	Moğalistan	Norveç	Honduras
Kenya	Myanmar	Portekiz	Jamaica
Kongo	Nepal		Meksika
Malavi	Yeni Zelanda	Yakın Doğu (16 ülke)	Nikaragua
Mali	Pakistan	Afganistan	Panama
Mauritus	Papua Yeni Gine	Bahreyn	Peru
Moritanya	Filipinler	Birl.Arap Emir.	St.Kitts ve Nevis
Mozambik	Solomon Islands	Irak	Saint Lucia
Nijer	Sri Lanka	İsrail	Surinam
Rwanda	Tayland	Katar	Trinidad ve Tobago
Senagal	Tonga	Kıbrıs	Uruguay
Sierra Leone	Vanuatu	Lübnan	
Sudan	Vietnam	Mısır	Kuzey Amerika (3 ülke)
Tanzanya	Batı.Samoa	Oman	Bermuda
Tunus		S.Arabistan	Kanada
Uganda		Somali	Amerika Birl.Dev
Zaire		Suriye	
Zambia		Türkiye	
Zimbabwe		Ürdün	
		Yemen	

KAYNAKLAR

- ADEM,M., 1977 Eğitim planlaması, AÜ. Eğitim Fakültesi Yayınları: 68 Ankara.
- AILES., KRAUSHAR,1996.Mesaj Sizziniz. Sistem Yayıncılık.İstanbul.
- AKTAŞ,Y., 1977. Tarımsal Yayım ve Haberleşme. Ç.Ü. Ziraat Fak. Ders Notu No 4. Adana (112)s.
- AKTAŞ,Y.,1978.Landwirtschaftliche Beratung in Einem Bewässerung project der Südtürkei, Band 18, Saarbrucken.
- ALBRECHT,H., 1983. Les Problemes de la vulgarisation Agricole. Dans Les Cas de L'Agriculture a Temps Partiel, Suttgart. (19)s).
- ALBRECHT,H., 1987. Manuel de Development Rural Vulgarisation Agricole. Tome Eschborn
- ANONİM,1994a. Türkiye'de Yayım Politikaları ve Strateji Alternatifleri Çalışma Grubu Toplantısı Raporu. Tarım ve Köyşleri Bakanlığı TÜGEM,Hazırlayanlar;A.Şener,O.Erbaş, R.Yünlü. Ankara (53)s).
- ANONİM,1971. Extension Service. Seyhan Irrigation Project Stage II, Annual Report for 1970. April 1971. Consortium Tahal-Eci-Suiş Consulting Engineers. Ankara, Colorado, Tel-Aviv.(85)p).
- ANONİM,1980., İnsan Kaynaklarını Geliştirme Sorunları ve Politikaları. The World Bank. World Developpment Report 1980. Eğitim Ekonomisi Seçilmiş Yazılar. Çeviri:Y.Kavak ve B.Burgaz. Pegem yayın no: 14 Ankara 1994,ISBN:975-7251-06-2. s(63-78)).
- ANONİM,1989.Universtadsfuhrer Hohenheim 1988-1989.
- ANONİM,1994. Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Kadın İstihdamının Geliştirilmesi Araştırma Projesi Açıklama Notları, Ankara (11)s).
- ANONİM,1996. Çevre Stratejisi, Güncel Avrupa Dergisi. Avrupa Komisyonu Türkiye Temsilciliği. Sayı:2-3. Şubat/Mart 1996. Ankara. s.5-6.
- ARIKAN,R.,1995.Araştırma Teknikleri ve Rapor Yazma Tutibay Yayınları. ISBN 975-95887-0-6. Ankara.(284)s).
- AYDIN,R.,1992. Tokat İlinde Seçilmiş Bir Yörede Tarımsal Yeniliklerin Benimsenmesinde ve Uygulanmasında Etkili Olan Başlıca Faktörler Üzerine Bir Araştırma. EÜ.Fen Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi (229)s).
- AYDIN,S.,1994. Bilgi Çağında İnsan. TÜV Yayınları No:29. ISBN:974-7744-29 8. İzmir. (306)s).

- AYDIN, Y., 1966. Haberleşme Problemi ve Yeni Usullerin Tatbikinde Arzettiği Önem, Der: R. Taguri ve A. Baransel. İstanbul.
- AZİZ, A., 1990. Araştırma Yöntemleri Teknikleri ve İletişim. İLAD no:3. AÜ.SBF.BYYO Basımevi Ankara.(180)s).
- BAYINDIROĞLU, A., 1987a. Rural Family Economics. Kadının Tarımsal Üretime Katılımı Semineri 28-29 Eylül 1987, Erzurum.
- BAYINDIROĞLU, A., 1987b. Tarımsal Kalkınmada Yayımın Yeri ve Önemi. Tarımsal Yayım Metotları. TOKB. Yayın Dairesi Başkanlığı. Seminer Notu. Ekim 1987.(20)s).
- BEHRENS, J.H., J.F.EVANS, 1988. Yayım öğretimi için Kitle Haberleşme Araçlarının Kullanılması. Tarımsal Yayım El Kitabı (Çeviri: TOKB) Tyuap Yayınları No: 295/3. Ankara. s.202-220.
- BENOR, D., Q.J. HARRISON, M. BAXTER, 1984. Tarımsal Eğitim ve Ziyaret Sistemi(Çeviri: M. Küçük Kurt, 1988). E.Ü. Ziraat Fakültesi Yayınları No:492. E.Ü.Z.F.Ofset Basımevi 1988, Bornova, İzmir.(86)s.).
- BMZ, 1987. Vulgarisation Agricole. Tome 1. Eschborn, Almanya
- BOYACI, 1996. Avrupa Birliği Ülkelerinde ve Türkiye'de Tarımsal Yayım.TUAM Yayım Serisi 3.Ege Üniv. Basımevi, Bornova-İzmir 1996. (21).s).
- BOZ, İ., 1993. Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Eko- nomisi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Ankara. s.43-161.
- BÜLBÜL, M., FİDAN, 1992. Güneydoğu Anadolu Projesine Dahil Olan İllerde Ziraat Odalarının Etkinliği ve Gelişme İmkanları. MPM Verimlilik Dergisi 1992/3. Ankara. s.165-180.
- CELEP, C., 1995. Halk Eğitimi. Pegem Yayın No:22. 2.Baskı. ISBN: 975-7251-14- 3. Ankara. (134)s.)
- CLAAR, J.B., R.P.BENTZ, 1988. Kuruluş Yapısı ve Yayım İdaresi. Tarımsal Yayım El Kitabı (Çeviri: TOKB) Tyuap Yayınları No:295/3. Ankara 1988 s.228-260.
- CLAAR, J.B., R.P.BENTZ, 1988. Kuruluş Yapısı ve Yayım İdaresi, Tarımsal Yayım El Kitabı (Çeviri: TOKB) Tyuap Yayınları No: 295/3. Ankara 1988. s.228-260.
- CONTADO, T.E., 1990. Agricultural Extension Approaches: What FAO's Case Studies Reveal. Global Consultation on Agricultural Extension 4-8 Aralık 1989. Rome-Italy. S.43-76.
- CORI SpA, 1991. Didactic Material of Course of Agricultural Extension, No129(54th/AE). Centro Studi Agricoli "Borgo a Mozzano" Mutigliano-Lucca, İtalya

- CROUCH, B.R., S.CHAMALA, 1981. Extension Education and Rural Development. Vol:2. John Wiley and Sons. ISBN : 0471-27675-8. Toronto, Australia.
- DOĞANCA, M.Y., 1982. Ziraat Fakültelerinin Bölge Tarımına Olası Katkıları Konusunda Bazı Görüşler. Türkiye'de Uygulanan Tarımsal Yayım Projelerinin Genel Bir Değerlendirilmesi Sempozyumu 13-15 Mayıs 1982. Bornova-İzmir.
- DOĞANCA, M.Y., 1983. Batı Anadolu'nun İki Orman Köyünde Yayım Açısından Kooperatifleşme Olayı ve Kooperatiflere Katılımı Etkileyen Faktörler Üzerinde Bir Araştırma. E.Ü.Ziraat Fakültesi Yayınları No: 469. Bornova-İzmir, (219)s.)
- DÖNMEZER, S., 1982. Toplum Bilime Giriş. İstanbul
- DİE, 1993. Türkiye İstatistik Yıllığı 1993, Yayın No:1620, Ankara.
- DİE, 1993a. Genel Nüfus Sayımı, Nüfusun Sosyal ve Ekonomik Nitelikleri 1990. DİE Yayınları No: 1616 Ankara.
- EL-ZOOBİ, A.M., 1987. Erzurum Kırsal Kalkınma Projesi için Zirai Yayım Düzenlemeleri ve Hizmet İçi Eğitim İhtiyaçları. KKP Uygulamalarına Ait Tecrübeler. TOKB, IFAD, FAO, IBRD. Erzurum. s.55-66
- ERDOĞAN, İ.K., ALEMDAR, 1990. İletişim ve Toplum. Bilgi Yayınları/Özel Dizi:25. ISBN 975-494-170x, İstanbul(239)s.).
- ERGİN, A., 1995. Öğretim Teknolojisi İletişim. Pegem Yayın No: 17. ISBN: 975-7251.08-9 Ankara(291)s.).
- ERKAN, O., 1994. Çiftçilik Sistemleri Araştırmaları (ÇSA): Toros Dağ Köyleri Tarım İşletmelerindeki Örnek Çalışmalar Türkiye 1. Tarım Ekonomisi Kongresi Cilt. 2 8-9 Eylül 1994. İzmir. S.377-386
- ERKUŞ, A., R.DEMİRCİ, 1983. Tarımsal İşletmecilik ve Planlama. AÜZF Yayınları. Ankara.
- ESCHER, M.C., 1971. Catalogue of M.C.Escher Reproductions. Pupliched by G.W.BREUGHEL/REPRINTER Amstelveen 75. 1247 AP Amstelveen Holland. (16)p.
- FITZHERBERT, A.R., 1993. Information, Organisation and Agricultural Change. EÜZF. Tarımsal Yayım ve Haberleşme Merkezi, İzmir. (335)s).
- FLAMENT, C., 1965. Reseau de Communication et Structures de Groupes, Monographies Dunod. Paris-France. (196)s).
- FREMEAUX, J.P., 1982. Communication et Diffusion des Innovations, I.A.M. Montpellier.

- GÜRGEN, Y., 1991 Tarımsal Yayım ve Haberleşme, Ç.Ü.Z.F.Ders Kitabı No 118. Adana (100)s).
- GÜRGEN, Y., 1989a. Tarımsal Yayım ve Haberleşme Yöntemleri, Ç.Ü.Ziraat Fakültesi Ders notları No: 175, Adana, (69)S.)
- GÜRGEN, Y., 1989b. Adana Tarım İl Müdürlüğü Elemanlarının Yayımcı Niteliklerini Belirleme Üzerine Bir Araştırma. Ç.Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt 4, Sayı 4, Adana, S. 96-108.
- GÜRGEN, Y., 1989c. Aşağı Seyhan Sulama Proje Alanına Götürülen Yayım Hizmetlerinde Öncelik Verilen Konular, Başlıca Sorunlar ve Nedenleri, Ç.Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt 4, Sayı 4, Adana, S. 46-60.
- GÜRGEN, Y., O.ÖZÇATALBAŞ, M.E.ORHAN., 1996. Gap Alanında Uygulanmakta Olan Yayım Çalışmalarının Değerlendirilmesi ve Etkinliğini Artırma Olanakları. Ç.Ü. Ziraat Fakültesi Genel Yayın No:151, Gap Yayınları No:92. Adana. (94)s)
- GÜRGEN, Y., U.PLANCK, 1989. Adana Merkez ve Karataş İlçelerindeki Tarım İşletmelerinde Hayvancılığa ve Yem Bitkilerine İlişkin Yeniliklerin Benimsenmesindeki Sorunlar. Ç.Ü.Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt 4, Sayı 1, Adana, S. 41-46.
- HADSELL, 1967. Sevk ve İdarede Haberleşmenin Yeni Rolü, Sevk ve idare Dergisi, Temmuz, 1967. İstanbul
- HOLT, J.E., D.SCHOORL, 1985. The Role of Innovations, Servicing and Obsolescence in Agricultural Extension. Agricultural Systems, Elvise Applied Science Publishers Ltd, England, (s-239-250).
- ISMAIL, M., 1993. Women Farm Workers in Malaysia. Journal of Extension, Winter 1993. Wisconsin. s-23.
- JACOBSEN, C., 1987. Evaluation. Principles and Methods of Extension Work. CINADCO-Haigud. La Semana Publ.Co. Jerusalem-Israel, s.163-173
- KANG, J.T., H.K.SONG, 1988. Birey ve Grup Halinde Öğrenme Metotları. Tarımsal Yayım El Kitabı (Çeviri: TOKB) Tyuap Yayınları No: 295/3. Ankara. s.184-202.
- KASSLER, R., 1988. Communication for Adult Educators. Friedrich Ebert Stiftung 2'nd edition. Rüdiger Sielaff-Trade Union Department printed by Gesellschaft für Druckabwicklung mbH. Königswinter, 1988 Germany(20)p.)
- KASSLER, R., 1989. Non Projected Visual Aids, Do it yourself FES printed by Druckhaus Göttinger. Göttinger Tageblatt GmbH. Göttingen Germany(50)p.)

- KIRMIZI, U., 1991. Tarımda Danışmanlık Hizmetlerinin Temel Projesi. TZOB, Çiftçi ve Köy Dünyası Dergisi. Cilt:7, sayı:82, Ekim 1991. s.13-16.
- KOÇER, M., 1964. Haberleşme. Sanayide Beşeri Münasebetlerin Bazı Vehçeleri. İstanbul.
- KUMUK, T., E.OKTAY, 1994. Türkiye'nin Kırsal Kalkınma Deneyimlerinin Işığı Altında Tarımsal Yayım Yaklaşımları. Örgütlenme, Organizasyon ve Yayım Öğretimi Üzerine Kimi Görüşler. Tarımsal Uygulama ve Araştırma Merkezi Yayın Serisi No:1 İzmir (6)8)s).
- KUNTBAY, İ., D.ONARAN, 1967. Haberleşme. TODAİE. DersNotu, Ankara.
- LAINÉ, F., 1963. Pour une Reforme de L'Entreprise, Paris.
- OAKLEY, P., C.GARFORFTH, 1988. Yayım Eğitim Rehberi FAO Eğitim Serileri No: 11. TOK Başkanlığı TYUAP Yayınları. Genel 294, Seri 2, Ankara (184)s.)
- OSKAY, Ü., 1978. Toplumsal Gelişmede Radyo ve Televizyon, Geri Kalmışlık Açısından Olanaklar ve Sınırlar. AÜ.SBF. Yayınları No: 410, BYYO Yayınları no: 5, A.Ü. Basımevi, Ankara, (107)s.)
- ÖZÇATALBAŞ, O., 1994. GAP Bölgesinde (Şanlıurfa'da) Tarımsal Yayımın Analizi ve Etkin Bir Yayım Çalışması İçin Gerekli Koşulların Saptanması Üzerine Bir Araştırma, Ç.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi. Kod No 266, Adana (261)s.)
- ÖZÇATALBAŞ, O., 1995a. Üretici Çevre İlişkisi ve Çevre Korumada Tarımsal Yayım. TZOB, Çiftçi ve Köy Dünyası Dergisi., Sayı:131-132, Ankara, s.18-19.
- ÖZÇATALBAŞ, O., 1995b. Kırsal Alanda Kadının Rolünün Geliştirilmesinde Tarımsal Yayım Türkiye.MPM. Kalkınmada Anahtar Verimlilik Temmuz 1995, Yıl:7, Sayı:79. ISSN 1300-2414 Ankara, s.16.
- ÖZÇATALBAŞ, O., 1996. Türkiye'de Tarım Sigortaları Uygulamalarının Üretici Açısından Önemi ve Tarımsal Yayım. Karınca Kooperatif Postası Dergisi, Mart 1996, Sayı:711. ISSN 1300-1450. Ankara, s.40-44.
- ÖZÇATALBAŞ, O., Y.GÜRGEN, 1996. Kamu Tarımsal Yayım Çalışmalarının Değerlendirilmesinde Karşılaşılan Sorunlar ve Etkin Bir Değerlendirme İçin Öneriler. Türkiye 2. Tarım Ekonomisi Kongresi 2. Cilt ISBN 975-487-032-2 ve 975-487-034-9. Adana, s.435-441.
- ÖZÇATALBAŞ, O., 1997. Telefonun Yayımında Kullanım Olanakları Ç.Ü.Ziraat Fakültesi Dergisi Cilt:12, Sayı 4. Adana. s.69-76.

- ÖZDEMİR, E., 1990. Adana İli Tarım İl Müdürlüğü Bünyesindeki Tarımsal Yayın Elemanlarının Eğitimleri Üzerine Bir Araştırma. ÇÜ Fen Bilimleri Enstitüsü Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Adana, (74 s.)
- ÖZKAYA, T., 1988. Tarımsal Yayın ve Haberleşme, Tokat Ziraat Fakültesi Ders Notları No: 35, Tokat.
- ÖZKAYA, T., 1996. Tarımsal Yayın ve Haberleşme, EÜ Ziraat Fakültesi Ders Notları, Yayın No: 48/1. İzmir. (170)s.
- ÖZTÜRK, H., 1993. Eğitim Sosyolojisi, Hatipoğlu yayınları: 55, Yükseköğretim dizisi: 13 ISBN: 975-7527-27.0 Ankara. (206)S.)
- PAYR, G. ve Ark., 1981. Landwirthschafliche Beratung. Band 1-2. Eschborn.
- PEKGÖZ, M., R.HANCILAR, 1970. Eğitimde Görme ve İşitme Araçları. Güvendi Matbaası, Ankara. (143)s.
- PSACHAROPOULOS, G., M.WOODHALL, 1985. Education for Development. The World Bank. (Eğitimin Ekonomik Büyümeye Katkısı), Eğitim Ekonomisi Seçilmiş Yazılar. Çeviri: Y.Kavak ve B.Burgaz. Pegem yayın no: 14 Ankara 1994, ISBN: 975-7251-06-2. s(39-46).
- ROGERS, E.M., 1983. Diffusion of Innovations, 3rd edition, New York, (247)s.
- RÖLING, N., 1988. Extension Science, Information Systems in Agricultural Development. Cambridge Press. ISBN: 0521-34437-5. New York. (231)s.
- SAITO, A.K., D.SPURLING, 1992. Designing and Implementing Agricultural Extension for Women Farmers Technical Note. Women Dev. Division. Population and Human Resources. Dept. The World Bank, Washington D.C. (26)s.
- SALINAS, J.L., 1982. Note Sur les Systeme De Vulgarisation I.A.M. Montpellier-France.
- SATTA, M., 1991. Agriculture Extension Methods. Cori SpA Didactic Material of Course of Agricultural Extension, No 129(54th/AE). Centro Studi Agricoli "Borgo a Mozzano" Mutigliano-Lucca, Italy.
- SCHIEFER, G., 1991. Marketing Information System. Curso Superior de Comercializacion de Productos. Agrarios. CIHEAM-IAMZ. Zaragoza, Spain. (20)s.
- SEEPERSAD, J., T.H.HENDERSON, 1984. Agricultural Extension a Reference Manuel Evaluation Extension Programers. FAO. Rome 1984. s.184-196.

- SEEPERSAD, J., T.H.HENDERSON, 1988. Yayın Programlarının Değerlendirilmesi, Tarımsal Yayın El Kitabı (Çeviri: TOKB) Tyuap Yayınları No: 295/3. Ankara 1988 s.261-280.
- SENCER, M., 1992-1993. GAP Bölgesinde Toplumsal Değişme Eğitimleri Araştırması Bölüm 1 : GAP Bölgesinin Sosyo-Ekonomik Profili Başkanlık GAP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı Gen Matbaacılık Reklamcılık Basımı, Ankara, (643)S.)
- SERİN, N., 1979. Eğitim Ekonomisi, A.Ü. Eğitim Fakültesi Yayınları No. 77
- SÜRMELE, A., T.DİNLER, E.GÜR, S.KARADAYI, H.TANRIVERMİŞ, 1995. Tarımsal Ürün Sigortaları, Türkiye Ziraat Mühendisleri 4. Teknik Kongresi TC Ziraat Bankası Kültür Yayınları No:26. ISSN 975-7558-08-07. Ankara. s.1087-1095
- SWANSON, B.E., B.J. FARNER, R. BAHAL, 1990. The Current Status of Agricultural Extension Worldwide. Global Consultation on Agricultural Extension 4-8 Aralık 1989. Rome-Italy. S.43-76.
- SWANSON, B.E., J.B.CLAAR, 1988. Tarımsal Yayının Tarihçesi, Tarımsal Yayın El Kitabı (Çeviri: TOKB) Tyuap Yayınları No: 295/3. Ankara 1988. s.1-28.
- SWANSON, B.E., N.RÖLING, J.JIGGINS, 1988. Teknolojiden Yararlanmada Yayın Stratejileri, Tarımsal Yayın El Kitabı (Çeviri: TOKB) Tyuap Yayınları No: 295/3. Ankara 1988. s.127-153.
- ŞENOCAK, C., 1967. Yayın ve Haberleşme, Güzel Sanatlar Matbaası. Ankara (439)s.)
- TABOR, G., 1993. Group Demonstrations and Demonstration Days. Principles and Methods of Extension Work-Editor: C.Jacobsen. CINADCO-Haigud. La Semana Publ. Co. Jerusalem-Israel, s.163-173.
- TALUĞ, C., 1977. Yayın ve Haberleşme I. A.Ü. Ziraat Fakültesi Ders Notu No 3. Ankara.(176)s.
- TALUĞ, C., H.TATLIDİL, 1981. Tarımsal Yayın ve Haberleşme. A.Ü. Ziraat Fakültesi Ders Notu No:49. Ankara.(72)s.
- TALUĞ, C., H.TATLIDİL, 1993. Tarımsal Yayın ve Haberleşme. A.Ü. Ziraat Fakültesi Ders Notu No 141. Ankara.(198)s.
- TALUĞ, C., 1984. Çorum-Çankırı Kırsal Kalkınma Programının Tarımsal yayım Açısından İncelenmesi. Tar. ve Müh. Dergisi TMMOB Sayı 14, Ankara
- TALUĞ, C., 1987. What Makes on Extension Worker Successful. ICARDA-Mart/Azr Project. Arid Zone Research Inst. Brewery Road, Quetta, Pakistan. (17)s).

- TALUĞ, C., 1992. Araştırma-Teknoloji Politikaları Paneli. Tarım Haftası 92 Sempozyumu. TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası 2000'li Yıllara Doğru Türkiye Tarımı 7-10 Ocak 1992. Milli Kütüphane Ankara. s.554-556.
- TALUĞ, C., 1990. Tarımsal Araştırma-Geliştirme ve Yayım Hizmetlerinin Tarımsal Verimlilik Açısından İncelenmesi. MPM Yayınları:433 Ankara. s.57-66.
- TALUĞ, C., H.TATLIDİL, T.KUMLUK, C.CEYLAN, 1990. Türkiye'de Tarımsal Yayım Hizmetleri, Sorunları ve Öneriler. Türkiye 3.Teknik Kongresi 8-12 Ocak 1990.Maya Matbaacılık Yayıncılık Ltd.Şti. Ankara.s.691-699.
- TATLIDİL, H., 1981. Tarımsal Yayım ve Haberleşme. A.Ü. Ziraat Fakültesi Ders Notu Yayınları. Ankara.(198)s).
- TAYSİ, İ., 1981. Tarımın Yapısı ve Yeniden Düzenlenmesi, Türkiye 2. İktisat Kongresi Tarım komisyonu Tebliği. İzmir.
- TDK, 1992. Türkçe Sözlük. Milliyet Yayınları (1679)s).
- TKB, 1996. Görüşme Notları, TÜGEM, Takip ve Değerlendirme Şube Müdürlüğü ve Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Kayıtları, 13 Temmuz 1996, Ankara.
- TOKB, 1985. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı ile İlgili KHK. APK Başkanlığı Yayın No:94. Ankara. (159)s).
- TOKB, 1986. Tarımsal Yayım ve Uygulamalı Araştırma Projesi TYUAP Proje Yönetimi ve Denetimi, PUGEM Raporları, Ankara. (19)s.)
- TOKB, 1987. Tarımsal Yayım ve Uygulamalı Araştırma Projesi TYUAP Yayınları No:2 Ankara (88)s.)
- TOKB, 1988. TYUAP Yayım Sisteminin Yönetimi. TYUAP Uygulama Kılavuzu, Bölüm 2. (46)s).
- TOKB, 1991. İkinci Tarımsal Yayım ve Uygulamalı Araştırma Projesi, Proje Yayınları Genel 344, seri: 4 Ankara (101)s.).
- TOSUN, K., 1978. İşletme Yönetimi, Birinci cilt, İstanbul
- TOSUN, K., GÜMÜŞLER, M., 1967 Haberleşme TADİE. Ders Notları, Ankara
- TUGAÇ, A., 1971. Kırsal Topluluklarda Değişmeler, Türkiye Coğrafi ve Sosyal Araştırmaları. İÜ.Edebiyat Fak.Coğrafya Enstitüsü. Çağlayan Matbaası İstanbul. s.293-320.
- TURKDOĞAN, O., 1973. Tarımsal Yenilik ve Tekniklerin Yayılması, Federal Almanya Örneği; A.Ü. Yayın No: 321. Erzurum

- UZUNLU, V., A.BAYANER, 1991. Teknoloji Transferini Etkileyen Sosyal ve Ekonomik Faktörler. TARM Genel Yayın No:1991/5, Ankara (24)s..
- VAN DEN BAN, A.W., H.S.HAWKINS, 1988. Agricultural Extension. Longman Scientific and Technical John Wiley and Sons, Inc. New York.
- YURTTAŞ, Z., 1979. Tarımsal Yayım Ders Notları. Atatürk Üniversitesi, Erzurum.