



T.C.  
ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ  
ZİRAAT FAKÜLTESİ  
TARIM EKONOMİSİ BÖLÜMÜ

## KİTLE YAYIM YÖNTEMLERİ

Prof. Dr. Göksel ARMAĞAN

---

---

---

---

---

---

---

---



### Kitle Yayın Yöntemleri

Kitle yayım yöntemleri, daha çok sayıda insana, yeni teknikleri, yeni fikirleri ulaştırmak ve bazı acil durumlar (Yaşanan doğal olayları, fırtına, şiddetli yağış vs.) karşısında onları geç kalmadan uyararak için kullanılır. Kitle yayım yöntemleri genel olarak "tek yönlü bilgi akışı" ve "medya araçlarının yoğun kullanımı" ile ifade edilir.

---

---

---

---

---

---

---

---



### Avantajları

- Yayım metotları içerisinde en geniş etkiye sahip olanlar bunlardır.
- Kısa sürede çok sayıda katılımcıyı bilgilendirme olanağı
- Çok büyük uzaklıklar da bile iletişim kurma olanağı

---

---

---

---

---

---

---

---



#### Dezavantajları

- Fazla sayıda ve farklı özelliklere sahip katılımcılarla çalışılması nedeniyle yayım mesajları çoğunlukla geneldir.
- Ağırlıklı olarak tek yönlü iletişim söz konusudur ve bu nedenle de çiftçi için önemli problemler gündeme gelmez ve çiftçi kendisini hitap edilmemiş hisseder.
- İletişim sürecinin tarafları için kişisel kontak imkanı yoktur.
- Yayım konularını kasetler, radyo ve filmler yoluyla hedef kitlelere ulaştırmakla sınırlayan bir yayım politikası çok yüksek bir teknolojik altyapı, yetenek, kontrol ve yönetim sistemine sahip olmayı gerektirir.

---

---

---

---

---

---

---

---



#### Dezavantajları

- Köy şartlarında medya araçlarının temini ve kullanımı çok zordur, yayımcıyı bir noktada dışarıdan kişilere ve kuruluşlara bağımlı kılar.
- Yayım çalışmalarında sadece medya araçlarının kullanımı çiftçilerin alışkın olmadıkları bir metottur. Çiftçiler verilen mesajları tek başlarına anlayamayacakları gibi, karşılarında her an soru sorabilecekleri insanlar ararlar.
- Tek yönlü olarak medya araçlarının kullanımı durumunda çiftçilerin problemlerin tespiti, çözümü ve yayım konularının belirlenmesine hiçbir katkıları olamaz.

---

---

---

---

---

---

---

---



*Kitle yayım metotlarında kullanılan materyaller hazırlanış şekline, kullanıldığı yerlere ve etki farklılıklarına göre üç grup ta incelenebilir.*

Bunlar;

- Basılı yayınlar (Poster, Gazete, Broşür, Bülten, Liflet, Sirküler Mektup)
- Görüntülü ve sesli yayınlar
- İnternet (Sanal ortam) yayınları

---

---

---

---

---

---

---

---



#### Genel Olarak Görsel Araçlar

- 1- Daha iyi anlamayı sağlarlar
- 2- Hatırlamaya yardımcı olurlar
- 3- İkona edicidirler
- 4- İnsanların ilgisini çekerler
- 5- Zamandan kazanmayı sağlarlar

---

---

---

---

---

---

---

---



#### Görsel Araçların Planlanması

- 1- **Konu:** Neyi göstermek istiyorsunuz?
- 2- **Yaklaşım:** Konu ile nasıl ilgiliniyorsunuz?
- 3- **Uygulama:** Ne göstereceksiniz?

---

---

---

---

---

---

---

---



#### 1. Basılı Yayınlar

Kitle iletişim araçlarından olan basılı yayınlar; bireysel ve grup yayım metotlarını tamamlayan, destekleyen ve çiftçi kitesinin okur yazarlık oranının artması ile tarımsal yayım sürecinde önemini giderek artıran kitle yayım metotlarıdır.

---

---

---

---

---

---

---

---

#### BASILI YAYINLAR



##### Basılı Yayınların Avantajları

- Çiftçi, zamanı kontrol imkanına sahiptir. Okuma işini istediği zamana ve istediği hızda yapabilir.
- Çiftçi mesaj içeriğini tekrar gözden geçirme imkanına sahiptir. Anlamadığı yerleri tekrar okuyabilir.
- Yayın uzmanı, konuyu gerekiyorsa detaylı ve resim, şekil gibi yardımcılarla daha iyi işleyebilir.
- Devamlı okuyucuları tarafından atfedilen yüksek bir prestije sahiptir
- Özellikle güvenilir kişi veya kuruluşlarca hazırlandığında, güven duygusu uyandırır ve doğruluğu baştan kabul edilir.
- Diğer yayım metotlarının desteklenmesinde önemli rolleri vardır

---

---

---

---

---

---

---

---

#### BASILI YAYINLAR



##### Basılı Yayınların Dezavantajları

- Okuma yazma bilmeyen çiftçiler yararlanamazlar.
- Değişen şartlara ve teknolojilere bağlı olarak sık sık gözden geçirilerek tekrar basılmaları gerekir.
- Basılı yayın içinde yer alan bilgiler yerel ya da bölgesel şartlara uymadığı takdirde yarar sağlamayabilir.
- İlgililerin eline geçmediği takdirde yarar sağlamazlar.
- Televizyon veya radyo yayınları gibi daha eğlendirici, kitle yayım metotları ile kıyaslandığında basılı yayınlar genellikle istenilen seviyede takip edilmez.

---

---

---

---

---

---

---

---

#### BASILI YAYINLAR



Yayın uzmanı hazırlanan basılı yayını çoğaltmadan önce aşağıdaki sorulara cevap verebilmelidir:

- Amaç belirgin mi ?
- İçerik amaçla ilgili mi ?
- Hedef kitle açıkça belirlenmiş mi ?
- Okuyucu tercihleri belirlenmiş mi ?
- İlk sayfa dikkat çekiyor mu ?
- Başlık basit, ilgi çekici ve bilgilendirici mi?
- Metin okuyucu için uygun uzunlukta mı ?
- Yayının kağıdı ve boyutu okuyucuya uygun mu ?
- Yazı büyüklüğü okuyucuya uygun mu ?
- Yazının zamanlaması uygun mu ?
- Konu okuyuculara yararlı mı ?
- Her konu önemiyle doğru orantıda uzunlukta mı ?
- Verilen bilgi konuya özel mi ?
- Kişilere hitap eden basit ve sohbet dili kullanılmış mı ?

Soruların cevabı **EVEET** ise bu yayın çoğaltılabilir ve yayım sürecinde kullanılabilir.

---

---

---

---

---

---

---

---



### BASILI YAYINI OLUŞTURAN ÖGELER

1. Başlık
2. Metin
3. Slogan
4. Görüntü Ögesi
5. Tasarım

---

---

---

---

---

---

---

---



### BASILI YAYINI OLUŞTURAN ÖGELER

#### 1. Başlık:

Bir yayında okuyucunun ilk dikkatini çeken yazılı öge başlıktır. Başlık metnin özünü ve yayının mesajını çok iyi yansıtmalıdır. Metnin anlamını tamamlaması gereken başlığın görevleri:

- › Çarpıcılığı sağlamak,
- › Hedefi doğru göstermek
- › Metni okutturmak için ilgi çekmek olmalıdır.

---

---

---

---

---

---

---

---



#### Başlık Çeşitleri:

**Dolaysız Başlıklar** Haber niteliği taşıır. Bilgiyi dolaysız verir, çarpıcı değildir. (Traktör)

**Dolaylı Başlıklar** Kanıksanmış, alışılmış şeylerle ilgilenmeyen insanların var olduğunu düşünerek, daha ilgi çekici başlıklar kullanılabilir. (İşte çiftçinin başpehlivani..)

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

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

**"Nasıl"lı Başlıklar** "Nasıl"lı başlıklar, merak uyandırır, okuyucunun sorunlarıyla ilgili ise, çözüm getiriyorsa ilgi çekicidir. (Bu işleri nasıl yapacak?..)

**Soru Başlıklar** Soruyla yapılan başlıklar da merak uyandırıcıdır, ilgi çekicidir. Kişiyi cevabını bulmak için metni tümüyle okumaya yöneltir. (Traktör ne kadar iş yapabilir?)

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

---

---

---

---

---

---

---

---



#### Başarılı Başlığın Özellikleri:

- > Kalıplaşmış değil, özgün olmalıdır.
- > İlgi uyandırıcı, dikkat çekici olmalıdır.
- > Sözcüklerin anlamı güçlü olmalı ve ispatlanabilir.
- > Kolay anlaşılmalıdır. Çiftçinin anlayacağı dil kullanılmalıdır.
- > Konunun genel değil en önemli özelliğini vermelidir.
- > Okura bir yarar vaat etmelidir.
- > Metin ve resim gibi öğelerle uyuşmalıdır.
- > Olumsuz başlık kullanılmamalıdır.
- > Kolay okunan bir yazı karakteri seçilmelidir.

---

---

---

---

---

---

---

---



#### 2. Metin

Metin, başlık ve görüntü öğelerinin bir açıklamasıdır. Esas görevi ilgi çekiciliği sağlamak, bu konudaki tüm bilgileri inandırıcı ve anlaşılır bir dille anlatmak, sonuçta hedef kitleyi harekete geçirmektir. Aynı zamanda eylemi sürekli kılmaktır.

---

---

---

---

---

---

---

---



#### Metin Çeşitleri:

**Sebepl gösteren metin** Ürünün veya eylemin yarattığı olanaklar ve kolaylıklar belirtilirken bunların sebepleri de gösterilir.

**Mizahi metin** Bazen basit bir öykü, mesajı unutulmaz kılabilir.

**Anlatıcı metin** Konunun bütün özellikleri anlatılır. Çiftçinin bilgilendirilmesi sağlanır, fakat sıkıcıdır.

**Tanıktı metin** Yayını yapılan ürünü veya eylemi denemiş kişilerin olumlu görüşlerinden yararlanılarak yazılır. İnanırdıcılığı fazladır.

**Konuşmalı metin** İki veya daha fazla kişinin, yayını konusu hakkındaki düşünceleri, konuşmalarıdır. Akıcıdır kolaylıkla takip edilebilir.

**Öykütlü metin** İnsanların ilgisini çeken, onların sorunlarını içeren öykülerden oluşturulur. İlgi çekici olabilir.

---

---

---

---

---

---

---

---



#### Etkili ve Başarılı Bir Metin Özellikleri:

**İlginçlik:** Farklı olan şeyler her zaman insanların ilgisini çeker.

**Basitlik:** Hitap edilecek kişilerin anlayacağı dilden yazmak, kısa sözcük ve kısa paragraf kullanmak basitliği sağlar. 5 N ve 1K kuralı, yani "ne, nerede, ne zaman, niçin, nasıl ve kim?" soruları aranmalıdır.

**İnandırıcılık:** Metin, inandırıcı, gerçeğe uygun olmalıdır.

**Olumluluk:** Seçilen sözcükler pozitif etkide olmalıdır.

**Aşın satıcı olmamak:** Önemli görülen birkaç özellikten söz edilmeli, gereksiz ayrıntıya girilmemelidir.

**Akıcı ve ilgi çekici dil kullanmak:** Günlük konuşma diline uygun olarak, sanki biryle sohbet ediyormuş gibi olmalıdır.

**Harekete geçirmek:** İnsanların kararsızlığına "şimdi yapın", "hemen deneyin" gibi sözcüklerle olumlu yönde etki yapmak gerekir.

---

---

---

---

---

---

---

---



#### 3. Slogan

Bir konu veya eylem, taşıdığı ayırıcı özellikleriyle, benzer olanlardan ayrılır. Amblem, logo, slogan gibi kendine özgü semboller sayesinde belleklerde yer ederler.

Sloganlar, eylemin çarpıcı bir cümlesinden veya başarılı bir başlıktan hareketle üretilirler. Ürün veya eylemin en önemli ve yararlı özelliğini yansıtıp, uzun süre belleklerde kalmasını sağlarlar.

---

---

---

---

---

---

---

---



#### Başarılı Sloganın özellikleri

- > Ürünün veya eylemin farklılığını vurgulamalıdır.
- > Yaptığı işi anlatmalıdır.
- > Kolay hatırlanabilmelidir.
- > Akıcı bir dille yazılmalıdır.
- > Kazandıracığı yarar ve ödül belirtmelidir.
- > Merak uyandırmalıdır.
- > Kısa ve özgün olmalıdır.
- > Sık sık değiştirilmemelidir.

---

---

---

---

---

---

---

---



#### 4. Görüntü Ögesi

Görüntü ögesi, çiftçide istek uyandırır, ilgisini, dikkatini çeker, metni okumasını sağlar. Düşüncelere etki edilecek, gerçekler gösterilecekse görüntü ögesi olarak gerçek fotoğraf veya resim kullanılmalıdır. Duygulara seslenilecekse, istek uyandıracaksa, soyut çalışmalar, şekiller kullanılabilir. Özellikle kapak, çekici, özendirici olmalı, okuyucu kapağı görünc e, içine bakmak için acele etmemelidir.

---

---

---

---

---

---

---

---



#### Başarılı Bir Görüntü Ögesinin Özellikleri

- › Dikkat çekici olmalı.
- › Konuyu etkili ve kolayca anlatabilmeli.
- › Hedef kitlede istek uyandırmalı.
- › Başlık, metin ve sloganı okutabilmek için merak uyandırmalı.
- › Yayının diğer öğeleri ile uyumlu olmalı.
- › İlgili dağıtıcı ayrıntılardan arınmış olmalı.
- › Konunun üslubuna uygun olmalı.
- › İstedimizi anlatmaya yaramayan görüntülere yer verilmemelidir.
- › Her bir görsel objede tek bir kavram sunulmalıdır.
- › Karmaşık görsel objeler basitleştirilmeli
- › Aşına olunmayan nesnelerin büyüklüğünü göstermek için bir ölçek kullanılmalıdır.
- › Metinlerde ve resimlerde zemin rengine zıt bir renk kullanılmalıdır.
- › Birden çok görsel objede tutarlı zemin rengi kullanılmalıdır.
- › Bir görsel objedeki renk miktarı sınırlanmalıdır.
- › Yatay çizgiler durgunluk hissi verir. Dikey çizgiler güç gösterir, yukarı bakma hissi verir. Köşegen çizgiler kuvvetli biçimde hareket ve dinamizm hissi verir.

---

---

---

---

---

---

---

---



#### 5. Tasarım

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

---

---

---

---

---

---

---

---





#### İyi Bir Tasarımın Özellikleri

- › Tasarımı oluşturan öğeler ölçü, biçim, renk ve aralıklarıyla dengeli bir uyum içinde olmalıdır.
- › Bir tasarımı dış hatlarıyla meydana getiren şekil, sıkıcı değil, ilgi çekici olmalıdır. Etkili bir silüet gereklidir.
- › Olabildiğince basit olmalıdır. Özellikle küçük alanlarda yapıtlar sade olmalıdır. Gereksiz süsleme ve eklerden kaçınılmalıdır. Her öğe, mesajın aktarılmasına hizmet etmelidir.
- › Boş alanlar, tasarım için gerekli ve kaçınılmazdır. Boşluklar yaygın öğelerinin algılanmasını kolaylaştırır, çekiciliği sağlar. Okuyucunun dikkatini yönlendirir.
- › Beyaz alan, önemli herhangi bir öğenin, örneğin metnin, belirtilmesine, öneminin artmasına izin verir. Fakat aşırı beyaz alanların lüks ifade ettiği de unutulmamalıdır.

---

---

---

---

---

---

---

---



- › Görüntü öğeleri, hitap edilen kişilerin ilgi alanlarına göre seçilmelidir.
- › Tasarımda olabildiğince görsel öğe kullanılmalıdır.
- › Yayına ürünü kullanan, eylemi gerçekleştiren insan öğesinin girmesi ilgiyi artırır.
- › Yüzler, yayından başka yerlere, dışarıya bakıyor olmamalıdır.
- › Yayındaki yazıların uyumlu olması, aynı yazı ailesinden olması yararlıdır.
- › Görme olayının genelde soldan sağa ve yukarıdan aşağıya doğru olduğunu düşünerek, tasarımın orta-üst kısmına ve tepesine ağırlık verilmelidir.
- › Yayında bir egemen (Dominant) öğenin olması gerekir. Egemen öğenin dikkat merkezi oluşturması, ikincil olanların ona bağlanması etkiyi artırır. Büyük öğeler dikkat çekicidir.
- › Görüntü öğesinin bulunduğu alanın, yayın alanının yarısından büyük olmasında yarar vardır. Daha etkili olabilir.

---

---

---

---

---

---

---

---



#### Tarımsal Yayında Kullanılan Bazı Basılı Yayınlar

##### 1. Gazeteler

Gazetelerde verilen mesajlar genel mesajlardır. Gazeteyi okuyanlar almak istedikleri mesajları alırlar. Yayın teşkilatının duyurmak istediği etkinlikler ve etkinlik sonuçları gazetelerde haber olarak yayınlanabilir. Yine yayım teşkilatının, yayımını yaptığı bir yenilik veya önlenmesini düşündüğü problemle ilgili gazetelerde makaleler yayınlanabilir.

---

---

---

---

---

---

---

---



### 2. Haber Bültenleri

Haber bültenleri genellikle yayım uzmanları tarafından yöresel ve hedef kitleye özel hazırlanır. Resim oranı normal gazetelere göre daha fazladır. Ebatları genel gazetelere göre daha küçüktür ve kısa makaleler tercih edilir. Haber bülteninin hedef kitlesi daha seçici ve dardır. Örneğin bir ildeki sebze yetiştiricileri, bir ildeki hayvan yetiştiricileri vs. Yayım uzmanları süreli olarak hazırlayacakları haber bültenlerini abone sistemi ile dağıtabilirler.

---

---

---

---

---

---

---

---



### 3. Sirküler Mektuplar

Belirli bir gruba yazı ile bilgi yaymada kullanılan önemli bir haberleşme aracı sirküler mektuplardır. Konuşma diliyle kaleme alınan bu mektuplar kişisel mektuplar kadar etkili olmayaabilir. Yayım elemanları yeni bir üretim metodu, yüksek verimli bir tohumluk ya da yeni bir üretim faaliyeti konusunda bölgelerindeki çiftçilere bilgi vermek istediklerinde sirküler mektuplardan yararlanabilirler.

---

---

---

---

---

---

---

---



### 4. Lifletler Broşürler

Broşürler, çiftçi ve ailelerinin belirli bir konudaki ihtiyaçlarını karşılamak için hazırlanan, birkaç sayfalık kitapçık şeklinde yayınlardır. Okuyazar çiftçileri tarımın değişik konularında aydınlatmak, onlara faydalı bilgi vermek amacıyla hazırlanır. Broşür konuları; gübreleme, budama, aşı yapma, süt sağımı, sulama, ilaçlama gibi pratik uygulamalar olabilir.

---

---

---

---

---

---

---

---



**Liflet hazırlarken;**

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

---



---



---



---



---



---



---



**5. Posterler- Afişler**

Poster, üzerinde şekiller ve birkaç basit cümle veya sözcük olan kağıt veya karton levhalardır. Posterler, kişilerin dikkatini çekerek, onları faaliyete geçirmek, bir konu hakkında onları etkilemek, bir fikrin desteklenmesi veya üzerinde daha fazla bilgi sağlanmasını teşvik etmek, bir olayı yada düşüncüyü vurgulamak amacıyla kullanılır.

---



---



---



---



---



---



---



**Bir poster hazırlanırken:**

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

---



---



---



---



---



---



---



## 2. GÖRÜNTÜLÜ VE SESLİ YAYINLAR

Kitle yayım metotları olarak kullanılan, sesli ve görüntülü materyaller; Televizyon yayınları, radyo yayınları ve internet üzerinden yapılan yayınlarla hedef kitleye ulaştırılır. Bunun yanında sesli ve görüntülü materyaller, video, sunu cihazı, tepegöz gibi araçlar kullanılmak sureti ile grup yayım metotlarının iyi bir tamamlayıcısı olarak kullanılabilir. Bu materyaller düzenli bir şekilde seçildiği ve kullanıldığı takdirde yayım sürecine olumlu katkılar sağlarlar.

---

---

---

---

---

---

---

---



## 1. Radyo Yayınları

Bilgiyi konuşmak suretiyle ileten, sadece duyu organına hitap eden sistemlerdir. Radyo, birçok ülkede kitlelere ulaşmada en hızlı ve en yaygın haberleşme aracıdır. Toplumun veya grubun deneyimlerini, diğerleri ile paylaşım imkanı sağlar.

---

---

---

---

---

---

---

---



*Yayım sürecinde, kitle yayım metodu olarak radyo yayınına tercih edilecekse, yayımın etkinliğini artırılması için bazı kriterlere dikkat etmek gerekir;*

- ◆ Yayımın içeriği mümkün olduğunca konuya ve bölgeye özel olmalı, hedef kitlenin problemleri ile ilgili konular seçilmelidir.
- ◆ Son aktivitelere, hedef kitle eğilimlerine, tarımsal kalkınma ve gelişim gibi konulara ağırlık verilmelidir.
- ◆ İlginç fikirler, müzikler, anonslar veya başka metotlar kullanılarak dinleyicinin dikkati çekilmelidir.
- ◆ Yayınların kolay takip edilir ve anlaşılır olması için akıcı bir üslup kullanılmalıdır.
- ◆ Konuların normal sohbet havasında okunmasında, ses tonu çok önemlidir, sesin tabii olması anlaşılabilirliği artırır.
- ◆ Sunuş monoton olmamalı, ses tonlama olmalıdır.
- ◆ Önemli hususlar tekrarlanmalı, örneğin toplantı yeri, saati, konusu gibi.

---

---

---

---

---

---

---

---



## 2. Televizyon Yayınları

Televizyon yayınları vasıtası ile aynı anda, geniş bir çiftçi kitlesine, uzmanların hazırladığı mesajlar, birey başına ucuz bir maliyetle ulaştırılabilmektedir.

Televizyon ile yurt çapında yaygın çiftçi eğitimi projeleri uygulanabilir (YAYÇEP). Ayrıca yayım uzmanları, metot ve sonuç demonstrasyonlarını ayrıntılı biçimde irdelleyebilirler; ev ekonomistleri sağlık, giyim ve diğer konularda programlar hazırlayabilirler.

---

---

---

---

---

---

---

---



## 2. Televizyon Yayınları

Televizyon yayınları vasıtası ile aynı anda, geniş bir çiftçi kitlesine, uzmanların hazırladığı mesajlar, birey başına ucuz bir maliyetle ulaştırılabilmektedir.

Televizyon ile yurt çapında yaygın çiftçi eğitimi projeleri uygulanabilir (Geçmişte uygulanmış YAYÇEP Projesi, GAP TV). Ayrıca yayım uzmanları, metot ve sonuç demonstrasyonlarını ayrıntılı biçimde irdelleyebilirler; ev ekonomistleri sağlık, giyim ve diğer konularda programlar hazırlayabilirler.

---

---

---

---

---

---

---

---



## 3. İNTERNET YAYINLARI

Bireysel yayım metotlarında internet görüşmeleri, iki kişi (yayım uzmanı ve çiftçi) arasında gerçekleştirilen bilgi paylaşımıdır; kaynak yayımcı hedef ise çiftçidir.

Kitle yayımında kullanılan internette ise; karşımızda anında bilgi alabileceğiniz bir yayımcı yoktur. Burada kaynak internet siteleri, alıcı ise çiftçidir. Çiftçi teknik donanımı ve bilgi düzeyine göre ihtiyacı olan bilgilerle ilgili internet sitelerinden ulaşabilir.

---

---

---

---

---

---

---

---



Araştırmacılar, yayım uzmanları ve çiftçiler uluslararası örgütlerin veri tabanlarından da istifade edebilirler. Bu veri tabanlarından en önemlileri AGRIS ve CARIS dir.

FAO, tarımsal kalkınmayı sağlayacak ekonomik ve sosyal politikalar üretirken, grda ve tarımdaki acil durumların ele alınmasında da en büyük rolü üstlenmektedir.

FAO tarafından koordine edilen AGRIS Uluslararası Tarım Bilimleri ve Teknoloji Bilgi Sistemi (International Information System for the Agricultural Sciences & Technology), tüm tarım ve ormancılık konularını kapsayan, dünya çapında bir bilgi sistemidir.

CARIS Devam Eden Tarımsal Araştırmaların yayınlandığı bir Bilgi Sistemidir (Current Agricultural Research Information System).

---

---

---

---

---

---

---

---