

## YAYIM YÖNTEMLERİ

Yayım çalışmalarının temelinde iletişim vardır. Bu nedenle; yayım elemanı ile çiftçiler arasında iletişimin sağlanmasında kullanılan tüm yayım yöntemlerinin amacı çiftçileri motive etmek ve çiftçilerin kendi sorunlarına çözümler bulabilmeleri için yeterli hale getirmektir. Yayım yöntemleri, çiftçileri karar alma sürecinde özgür tercihler yapabilmelerine olanak sağlamalıdır. Yayım çalışmalarında, koşullara bağlı olarak pek çok yayım yöntemi kullanılabilir. Ancak bu aşamada önemli olan nokta, yayım yöntemlerinin birbirini tamamlayıcı yönde kullanımınıdır.

Yayım yöntemlerinin, *“yönteme katılan kişi sayısına göre”* yapılan sınıflandırması Çizelge 2’de verilmiştir.

### 1) Bireysel Yöntemler

Bireysel Yöntemler yayım çalışmaları sırasında en fazla kullanılan yöntemlerdir. Bu nedenle, kitle iletişim ve grup yöntemleri ile aralarında bir tamamlayıcılık ilişkisi de vardır.

Bireysel yöntemler;

- Çiftçi sorunlarının belirlenmesi ve çözümüne yardımcı olmak
- Anlaşmazlıkların giderilmesi
- Bilgi eksikliğinin giderilmesi, gibi amaçlarla kullanılır.

Çiftçi ile yayım elemanı arasındaki karşılıklı görüşmenin gerçekleştiği yer, çiftçinin işletmesi olabildiği gibi, yayım elemanının bürosu da olabilir.

Kişisel görüşme sırasında yayım elemanı, karşısındaki kişi üzerinde olumsuz etki yapan iletişim davranışlarından kaçınmalıdır.

Çizelge 2: Yayım Yöntemleri

AMAÇ	YÖNTEM	HEDEF KİŞİ /GRUP
Sorunların çözümünde yardımcı olma  ↓  Sorun belirleme  ↓  Bilgi transferi	Bireysel Yöntem (İşletme / Büro Ziyaretleri)	Birey
	Grup tartışması Gösterim İşletme Ziyareti	Grup
	Tarla günü Toplantı Yarışma	Büyük grup
	Fuar Radyo, TV yayınları	Kitle

Aşağıda olumlu ve olumsuz iletişim davranışlarından bazıları listelenmiştir.

### **Olumlu Davranışlar**

- Karşısındakinin görüşlerini kabullenmeye hazır aktif bir dinleyici olmak.
- Karşısındakine yoğunlaşmak
- Karşısındakini görüşlerini daha açık bir şekilde ifade etmesi için teşvik etmek.
- Teknik kavramları açıklarken karşısındakinin dilini kullanmak.
- Karşısındakini, kendi fikirleri, istekleri ve sorunları olan bir kişi olarak kabul etmek.
- Onun düşünce yapısını izlemek
- Onun problemlerin çözümünde alternatifler üretmesine yardımcı olmak.
- Sözel olmayan mesajlardan da yararlanmak.
- Onun davranışlarını yargılamamak.

### **Olumsuz davranışlar**

- Kendini suçlu hissetmesini sağlamak.
- Yönetmek, baskı yapmak, tehdit etmek.
- Herhangi bir açıklama yapmadan konuyu değiştirmek.
- Konuşurken yüzüne bakmamak, bakışlarını kaçırmak.
- Duygularını yönlendirmeye çalışmak.

### **İşletme Ziyareti**

İşletme ziyaretleri, yayım elemanı ile çiftçi arasında bireysel temasın sağlanması amacıyla en sık kullanılan yöntemdir. Yayım elemanının çiftçiyi işletmesinde ziyaret etmesi, çiftçinin, yayım elemanını büroda ziyaret etmesinden daha avantajlıdır.

#### **İşletme ziyaretleri ile yayım elemanı;**

- Çiftçi ve ailesini yakından tanımış olur
- Çiftçiye özel konularda ona bilgi verebilir ve tavsiyelerde bulunabilir.
- Çiftçilerin karşılaştıkları sorunlar ve bölgenin özellikleri hakkında bilgi sahibi olur.
- Çiftçiye yeni öneriler/uygulamalar hakkında bilgi verir veya bu uygulamaların sonuçlarını takip eder.
- Çiftçiler arasında genel bir ilgi uyandırır ve yayım faaliyetlerine katılmalarını teşvik eder.

İşletme ziyareti sırasında, yayım elemanı, kendi gözlemlerine ve çiftçiden almış olduğu bilgiye dayalı olarak, sorunların çözümü yolunda çiftçi ile daha kolay işbirliği yapabilir.

İşletme ziyaretleri her zaman belirli bir amaç için yapılmayabilir, fakat bu ziyaretler çiftçiler ile sağlıklı bir iletişimin sağlanması açısından faydalı bir yöntemdir. Yayım elemanının sadece hatır sormak için bile bu ziyareti yapması, yayım elemanı ile çiftçi ailesi arasında karşılıklı saygı ve dostluğun gelişmesine katkıda bulunacaktır.

#### **b) Büro Ziyaretleri**

Yayım elemanı çiftçiyi ziyaret ettiği gibi, çiftçinin de kendisini bürosunda ziyaret etmesini beklemektedir. Böyle bir ziyaret genellikle yayım elemanının yöre çiftçileri arasında uyandırdığı ilginin bir yansımasıdır. Yöre çiftçilerinin yayım elemanına olan güveni ne kadar fazla ise, o kadar çok yayım elemanını ziyaret ederler. Böyle büro görüşmeleri yayım elemanının çok az zamanını almakta ve çiftçi ziyaretlerinden daha fazla avantajlar ortaya koymaktadır.

### c) Çiftçi Mektupları

Bazı durumlarda yayım elemanı çiftçiyle mektuplar sayesinde ilişki kurabilir. Çiftçi mektupları yayım elemanının çiftçi ziyaretleri sırasında kurmuş olduğu ilişkinin takip edilmesi işlevini yerine getirir.

### d) Örnek Çiftçi

Örnek çiftçi yönteminde, yayım elemanı ile hedef kitleyi oluşturan çiftçiler **arasında köprü görevini yerine getiren örnek çiftçiler yer alırlar**. Yayım elemanı hedef kitleye aktarmak istediği yayım önerilerini örnek çiftçi aracılığı ile hedef kitleyi oluşturan çiftçilere ulaştırır. Yayım elemanı ile örnek çiftçi arasında bire bir ilişki sözkonusudur. Örnek çiftçinin yayım elemanından aldığı yayım önerilerini diğer çiftçilere de bireysel olarak aktarması beklenir. Bu nedenle yayım elemanı tarafından örnek çiftçi olarak seçilen kişilerin gerek yayım elemanı gerekse diğer çiftçiler ile olan ilişkilerinde uyumlu olması, hedef kitleyi oluşturan çiftçiler ile iletişiminin yüksek olması ve en önemlisi yayım önerilerine açık bir kişilik yapısına sahip olması gerekir.

## 2) Grup Yöntemleri

Yayım çalışmalarında benzer özelliklere sahip, pek çok grup yöntemi kullanılmaktadır. 5-30 kişi arasında çiftçiden oluşan çiftçi grupları; yayım elemanı ile, ortak sorunlarının çözümüne yönelik olarak, bilgi almak veya görüş alışverişinde bulunmak gibi amaçlarla bir araya gelirler.

Grup yöntemlerinin diğer yöntemlere göre olan avantajları şunlardır;

- Daha fazla kişiye ulaşmaya olanak sağlar.
- Bireysel yöntemlere göre daha kısa sürede daha fazla sayıda kişiye ulaşılır.
- Çiftçi başına düşen yayım maliyeti daha düşüktür.
- Çiftçilerin daha fazla katılımına olanak sağlar.
- Yayım elemanının performansı konusunda çiftçiler daha kolay bilgi sahibi olabilirler.

Yayım elemanının, grup yöntemlerinin yukarıda sözü edilen avantajlarından yararlanabilmesi için, bu yöntemlerin kullanımı konusunda bazı temel bilgileri edinmiş olması gerekmektedir. Bu bilgiler;

- Eğer daha önceden oluşmuş bir çiftçi grubu yoksa, bu grupları oluşturmak ve işlevsel hale dönüştürmek oldukça güçtür. Yayım elemanı grubun kompozisyonunu belirleyemez. Onun işi, grubu oluşturan bireyler arasında, grubun işlevi açısından uyumlu bir yapının oluşmasını sağlamaya çalışmaktır.
- Grup yöntemleri; katılımcıların belirlenmesi, davet edilmesi ve programın belirlenmesi aşamalarının dikkatli olarak planlanmasını gerektirir.

- Çeşitli eğitim materyalinin ( slayt, resim, örnek olay vb ) kullanılması, grup yöntemlerini, katılanlar açısından daha çekici hale getirmekle beraber, yayım elemanının bu eğitim materyallerinin hazırlanması için gerekli olanaklara ve bilgiye sahip olması gerekir.
- Çoğu zaman, konu ile ilgili tarafların veya uzmanların davet edilmesi, yayım elemanının organizasyon yeteneğinin daha üst düzeyde olmasını gerektirir.
- Grup yöntemlerinin uygulanması sırasında, yayım elemanı ile çiftçiler arasında, bireysel yöntemlere kıyasla, anlaşmazlıkların ortaya çıkma olasılığı daha yüksektir. Ancak, bu durumu olumlu yönde değerlendirmek gerekir. Çiftçiler, grup içinde, fikirlerini daha etkin bir şekilde savunma olanağı bulabilirler.

Yayım çalışmasının amacına, çiftçilerin ve yayım elemanının önceliklerine ve olanaklarına bağlı olarak aşağıdaki grup yöntemleri kullanılabilir.

Grup yöntemlerinden bazıları şunlardır:

- a) Yöntem Demonstrasyonu
- b) Sonuç Demonstrasyonu
- c) Yarışma
- d) Tarla Ziyaretleri
- e) Tarla Günü
- f) Tartışma
- g) Ders
- h) Panel
- i) Sempozyum
- j) Seminer

### ***3) Kitle İletişim Yöntemleri***

Kitle İletişim yöntemleri aynı anda türdeş olmayan ve çok sayıda bireyden oluşan bir kitleye ulaşılmasını sağlayan yöntemlerdir. **Bu yöntemlerin kullanılabilmesi için herşeyden önce bir kitle iletişim aracından yararlanma olanağının sağlanması gerekir.** Diğer yayım yöntemlerine göre birim maliyeti en düşük olan yöntemdir. Ancak izleyenlerin bireysel koşullarına uygun mesajların düzenlenmesi mümkün olmadığından **yeniliğin veya yeni teknolojinin "duyurulması" açısından etkin yöntemlerdir.**

Kitle İletişim Yöntemlerinden Bazıları şunlardır:

I) Basılı Materyal

- i) Gazete
- ii) Duvar gazetesi
- iii) Sirküler Mektup
- iv) Broşür

II) Görsel-İşitsel Araçlar

- i) Radyo
- ii) Televizyon
- iii) Poster
- iv) Fuar
- v) Sergi

KITALAR	KULLANILAN YAYIM YÖNTEMLERİ (Yayımda Kullanım Oranı %)		
	Bireysel	Grupsal	Kitlesele
Avrupa	57	31	12
Afrika	35	51	14
Yakın Doğu	45	28	27
DÜNYA (126 ülke)	43	41	16

Swanson 1990

### YAYIM ÇALIŞMALARINDA YÖNTEM SEÇİMİ

Yöntem seçiminde ilk aşamada o bölgenin veya toplumun gereksinimleri belirlendikten sonra, en etkin yayım yönteminin seçimi yayım elemanı tarafından yapılır.

**Yöntem seçiminden önce şu unsurlar göz önüne alınmalıdır.**

— **Hiçbir yöntem diğerinden daha iyi değildir.**

Yayım elemanı koşullara en uygun yöntemi seçmelidir. Hiçbir yöntem diğerinden üstün görülmemelidir.

- **Programın yürütülmesinde birden fazla yöntem kullanmak.**

Şimdiye kadar yürütülen yayım çalışmalarında birden fazla bilgi iletim yönteminin kullanılmasının bireylerin öğrenme süreçlerini hızlandığı görülmüştür.

### **- Yöntemlerin akışması**

Kullanılan yöntemlerin birbiriyle çakışmaları beklenir.Eğer bir demonstrayon çalışması grup tartışmasını gerektiriyorsa, demonstrasyonla verilen bilginin kuvvetlendirilmesi için iki yöntem birlikte kullanılabilir.

**- Olası koşullarda görsel ve yazılı materyalin kullanılması. Eğitim, görsel ve yazılı materyal kullanarak desteklenebilir.**

Yayım alışması sırasında amaç çiftçilerde yayım önerileri doğrultusunda davranış değişimi sağlamaktır. Ancak bu sonuca tek bir aşama ile ulaşmak mümkün değildir. Çiftçilerin yenilikleri benimseme süreci boyunca göstermiş oldukları tutum ve davranışlar da göz önüne alındığında, davranış değişimi sonucuna ulaşabilmek için yayım çalışmasının bazı alt evrelere ayrılarak her bir evrede etkili olacak yayım yöntemlerinin ayrı ayrı belirlenmesi gerekir.

**Bir yayım çalışmasının farklı evrelerinde kullanılacak yayım yöntemlerinin belirlenmesinde, o evrede çiftçi davranışları açısından hedeflenen durum temel kriterdir.**

Aşağıda bir yayım çalışmasının farklı evrelerindeki farklı amaçlara ulaşabilmek için hangi yayım yöntemlerinin kullanılabilceğine ilişkin bilgiler sunulmaktadır.

## **UYGUN YÖNTEM SEÇİMİ**

Kırsal alanda yaşayan, tarımsal yayımın hedef kitlesini oluşturan bireylerin nasıl bir eğitim istedikleri şu şekilde sıralanabilir:

- 1- Eğitimin amaçlarını, kendi bilgi ve ihtiyaçlarına dayanarak kendileri belirtmelidir.
- 2- Kendi hayatlarında başarılı olmaya yarayacak bir öğrenim isterler. Gerçek problemini çözmeğe, işine yarayacak yeni amaçlara yönelmeye yardımcı nitelikte bir eğitim görme ihtiyacı duyarlar.
- 3- Hemen ya da kısa sürede uygulayabileceği bilgi ve becerileri öğrenmek isterler.
- 4- Öğrenme sürecine etkin bir şekilde katılmak, kendi tecrübesine dayalı olarak görüşlerini açıklamak, tartışmak isterler.
- 5- Bilgi, beceri, alışkanlık ve hareketlerini geliştirecek, problemlerini kendi başına çözebilecek duruma getirecek yöntemleri kazanmak isterler.
- 6- Çevresini tanıma isteğine ağırlık verirler (Kurt, 2000).

### ÖRNEK:

Antalya’da yapılan bir demonstrasyon çalışmasına başlamadan önce bir grup uzman, durum analizi yapmak üzere gittikleri Antalya’ya 50 km uzaklıktaki bir köyde şöyle bir olayla karşılaşılır;

Üreticilerin sorunları ile ilgili yakınmaları “elmalarının para etmemesi” noktasında odaklaşmaktadır. Köydeki ve bölgedeki üreticilerin üretimleri elmada yoğunlaşmakta, ancak elmalarını değerince bir fiyata satamamaktadırlar. Çiftçilerle uzmanlar bir toplantı yaparlar. Çalışma grubundan bir kişi, köyde yaşayan kişilerin okuma yazma oranının ne kadar olduğunu sorar. Toplantıda bulunan öğretmen, biraz da küçümser bir ifade ile orada bulunan çiftçileri göstererek “siz bunların böyle konuştuklarına bakmayın, bunların yarısı okuma yazmaz bilmez öğrenmekte istemezler, okuma yazma kursu açıyoruz da gelen olmuyor” der.

Öğretmenin orada bulunan üreticileri küçümser biçimdeki bu konuşması, toplantı alanında bulunanların yüzlerinin bozulmasına bazı üreticilerin başlarını öne eğmelerine sebep olmuştur. Kısa bir sessizlikten sonra “neden gelmeyeceğimi anlatıvereyim de herkes bilsin beyim” diyerek 60 yaşlarına bir çiftçi sesliği bozar.

“Bütün gündür buradasınız, konuştuk, dertlerimizi söyledik, bizim derdimiz elmamızın para etmemesi. Elmayı tüccarlara kilosunu 70-75 kuruştan satıyoruz. Geçtiğimiz senelerde Isparta’ya satayım dedim. Nakliyecilerle pazarlık ettim, 500 liraya anlaştık. Sabahtan yola çıktık, Isparta haline gittik. Elmaya 1 ile 1,5 lira verenler oldu, en yüksek fiyatı verene 1,65 liradan sattım. Elmayı indirdik, bir buçuk lira etti, halci parayı verdi, 200 lirasını kesti neymiş toptancı hale giriş parasıymış, beş yüzünü nakliyeciyi aldı bana kaldı yedi yüz lira para. Köyden siparişler vardı hanımınla kızın, onların yarısını aldım yarısı alamadım. Nakliyeciyi köye dönerken baktım ki manavlarda benim elmanın aynısını 3,5-4 liradan satıyorlar. Beni aldı bir düşünce, nakliyeciyi bir şey yapmadı sadece elmayı taşıdı 500 lira aldı, haldeki toptancı benden aldı 1,65’e, satıyor manava 3 liraya, manavda satıyor 4 liraya. Nakliyeciyi, toptancıyı ve de manavı düşman görmeye başladım. Bizim öğretmen de okuma yazma kursu açıyorum gelen yok diyor. Okuma yazma öğrensem elmanın kilosunu 2 lira mı olacak? Öğretmen bana bunu öğretecekse hanımı da alıp gelirim kursa. Anladınız mı şimdi neden buradakilerin okuma yazma kursuna gelmediklerini.

Yayın eğitim faaliyetleri için de bazı şartlar gerekmektedir. Bu şartlardan bazılarını şu şekilde sıralamak mümkündür.

- 1- Birey, öğretim amaçlarını, kullanılacak eğitim yöntemlerini kavramalı, benimsemelidir.
- 2- Eğitim sırasında öğrenenin, öğreticinin, basılı kaynaklardaki bilgilerin, görüşlerin, tecrübelerin ortaya çıkması sağlanmalıdır.
- 3- Eğitimde kazandırılacak bilgiler, görüşler, öğrenenin tecrübeleriyle bütünleşebilmelidir.
- 4- Görüşler, tecrübeler belli odak noktalarında yoğunlaştırılmalıdır.
- 5- Bireyin öğrenmesini kolaylaştıran bir ortam hazırlanmalıdır.



Bütün bu şartların gerçekleştirilebilmesi için;

- 1- Faaliyetlere geçmeden önce çay saati gibi resmi olmayan oturumlar düzenlenebilir.
- 2- Eğitimde kaynak kişi tek ise, düz konuşma yoluna gidilebilir. Konuşma sonunda tartışmaya yer verilmelidir.
- 3- Birden fazla kaynak kişi varsa açık oturum yapılabilir.
- 4- Eğitim alanların katılması için problemlerin sergilenmesi, örnek olay uygulamalarından faydalanılabilir.
- 5- Alan incelemesi gösterilebilir.
- 6- Film, TV gösterileri düzenlenebilir.
- 7- Eğitime katılanlar serbestçe görüşlerini belirtebilmeli, tartışmalara katılabilmelidir (Kurt,2000)

### **Yayın Eğitiminde Araç Seçimi:**

#### **a-) Faydalanılacak Aracın Seçiminde Dikkat Edilecek Hususlar:**

- Eğitime katılanların ihtiyaç ve ilgileri,
- Eğitim sürecinin oluşacağı fiziksel çevre,
- Yayın elemanının yeteneği,
- Eğitsel araçların var olup olmadığı,

Böylece:

- Eğitime katılanların etkin biçimde faaliyetlere katılmasına elverişli yöntemler seçilmelidir.
- Grup (küme) çalışması yapılmalıdır.
- Yeni bilgilerin hemen kullanılabilmesine öncelik verilmelidir.
- Bireylerin önceki bilgileri ile yeni öğrenecekleri arasında ilişki kuracak teknikler kurulmalıdır.
- Tek bir yöntemle yetinmek yerine, öğrenme hızını düşürmemek şartı ile, değişik uygulamalara yer verilmelidir.
- Bireyin eğitim sırasında ilerlemesini ölçerek, kendi kendilerini değerlendirmelerine (öz değerlendirme) fırsat sağlanmalıdır.

Yöntem Seçiminde Dikkat Edilecek Dikkat Edilecek Hususlar;

- Hedef kitlenin ihtiyaç ve ilgileri,
- Fiziksel çevre
- Yayın elemanının yeteneği,
- Araçların var olup olmadığı (Kurt 2000).

Tarımsal yayım faaliyetlerinde kullanılacak olan yöntem ve araç seçimini birçok faktör etkileyebilir. Sıralanacak olan faktörler öğretim-öğrenme sisteminin unsurları olup birbirleri ile etkileşim içerisindeyler. Birinin seçim ya da kullanımı, diğerinin seçim ya da kullanımını doğrudan etkileyebilir. Bu faktörleri şu şekilde sıralamak mümkündür.

- **Yayım programı hedefleri:** Yayım faaliyetlerinde kullanılan bütün araçlar hedef kitlenin öğretim hedeflerine ulaşmalarına doğrudan yardımcı olmalıdır. Ancak “x” davranışının anlatılmasında çok faydalı olan bir araç “y” davranışının anlatılmasında faydalı olmayabilir. Bu durumun dikkate alınması gerekir. Ayrıca aynı öğretim hedefine ulaşmada tek bir araç veya yöntem kullanılma mecburiyeti de yoktur. Birden fazla yöntem veya araçlar kullanılabilir.
- **Yayım yöntemi:** Uygulanacak olan yayım programının özelliğine göre, hedef kitleyi oluşturan bireylerin sayısına göre bir veya birden fazla yayım yöntemi uygulamayı gerektirirse, seçilen yöntemin en etkili olmasında gerekli olan araçlarda bu doğrultuda seçilmelidir. Örneğin, önceden belirlenmiş özel amaçların gerçekleştirilmesi bireylere yönelikse, bireysel yöntemlerdeki araçları; gruba yönelikse buna uygun araçlar seçilecektir. Ayrıca yöntemin görmeye, işitmeye, beceriye, yeteneğe, uygulamaya dayalı olma özelliği de araç seçimini etkileyecektir.
- **Hedef kitle özellikleri:** Hedef kitlenin öğrendiklerini hemen kullanmayı, faydalanmayı isteme gibi özellikleri seçilecek yöntemleri etkileyecektir. Ayrıca hedef kitlenin genellikle yetişkin bireylerden oluştuğu göz önüne alınırsa, yetişkinlerin görsel-ışitsel tercihleri, öğrenme düzeyleri, ilgileri, beceri, ve yetenekleri de bu doğrultuda etkili olacaktır.
- **Araçların özellikleri:** Araçların uygulanan yayım programına uyumluluğu, hedef kitle tarafından kullanma kolaylığı ya da zorluğu araçların seçimini etkileyecektir.
- **Yayım elamanlarının tutumları ve becerileri:** Yayım programına uygun olan yöntemlerin veya araçların nitelikleri ne olursa olsun, bunları kullanmak ve bunlardan istenilen şekilde yararlanılması için, kullanılacak kişide belirli düzeyde konu ile ilgili olarak bilgi ve becerinin olması gerekir. Yayım elemanı ilgili araçları kullanmada gerekli bilgi ve beceri seviyesine sahip değilse ya da bunların faydasına pek inanmıyorsa araçları kullanmak istemeyecektir. Dolayısıyla, yayım elemanındaki bilgi beceri eksikliği ve yanlış tutumlar araçların seçimini etkileyebilecektir.
- **Ekonomiklik:** Seçilen yöntemin veya araçların maliyet ve zaman açısından ekonomik olup-olmaması, uygulanacak olan yayım programına veya hedef kitleye ekonomik olarak bir külfet getirip getirmemesi de yayım yönteminin ve araçların seçimini etkileyecektir (Kurt 2000)

### Yayım Yönteminin Doğru Seçilip Seçilmediğini Test Etmek

Yayım yönteminin ve araçlarının seçiminde bütün bu sıralanan faktörlere rağmen, kullanılacak olan yöntem ve araçların doğru seçilip seçilmediğini anlayabilmek için yayım elemanı bazı soruları kendine sormalıdır. Bu soruların çoğuna olumlu cevap veriliyorsa seçimin doğru olduğu söylenebilir:

Yöntem ve araç;

- 1- Kazandırılması öngörülen davranış değişimini oluşturabilecek nitelikte mi?
- 2- Yöntemi uygulama basamakları ardışık olarak bir sırayı izliyor mu?
- 3- Hangi özellikteki üreticilerle kullanılarak geliştirildiği ve denendiği rapor ediliyor mu?
- 4- Etkililiğini desteklemeye olanak veren veriler var mı?
- 5- Hedef kitlenin özelliklerine uygun mu?
- 6- Hedef kitlenin daha iyi düşündürmeye ve eleştirici olmaya yöneltebilir mi?
- 7- Eğitim materyali ; a- Taşınabilir mi? b- Başka personel yardımı gerektirmeden kullanılabilir mi? c- Seçilip kullanılması için harcanacak zaman, çaba ve ekonomik karşılığa değer mi? d- Daha iyi ve etkili olarak kullanılmasına yardımcı olacak yazılı bir rehberi var mı? (Kurt 2000)