



Продовольственная и
сельскохозяйственная организация
Объединенных Наций



РУКОВОДСТВО
по принятию решений и методам
сельского консультирования

Руководство по принятию решений и методам сельского консультирования

Соня Дэвид и Франческа Конфини

Отдел науки и распространения знаний
Продовольственная и сельскохозяйственная
организация ООН (ФАО)

Продовольственная и сельскохозяйственная организация
Рим, 2019

Обязательная ссылка:

Дэвид, С. и Конфини, Ф. 2019 г. *Руководство по принятию решений и методам сельского консультирования*. Рим, ФАО.

Используемые обозначения и представление материала в настоящем информационном продукте не означают выражения какого-либо мнения со стороны Продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединенных Наций относительно правового статуса или уровня развития той или иной страны, территории, города или района, или их властей, или относительно делимитации их границ или рубежей. Упоминание конкретных компаний или продуктов определенных производителей, независимо от того, запатентованы они или нет, не означает, что ФАО одобряет или рекомендует их, отдавая им предпочтение перед другими компаниями или продуктами аналогичного характера, которые в тексте не упоминаются.

Мнения, выраженные в настоящем информационном продукте, являются мнениями автора (авторов) и не обязательно отражают точку зрения или политику ФАО.

ISBN 978-92-5-131759-4

©FAO, 2019



Некоторые права защищены. Настоящая работа предоставляется в соответствии с лицензией Creative Commons "С указанием авторства – Некоммерческая – С сохранением условий 3.0 НПО" (CC BY-NC-SA 3.0 IGO; <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/igo/deed.ru>).

Согласно условиям данной лицензии настоящую работу можно копировать, распространять и адаптировать в некоммерческих целях при условии надлежащего указания авторства. При любом использовании данной работы не должно быть никаких указаний на то, что ФАО поддерживает какую-либо организацию, продукты или услуги. Использование логотипа ФАО не разрешено. В случае адаптации работы она должна быть лицензирована на условиях аналогичной или равнозначной лицензии Creative Commons. В случае перевода данной работы, вместе с обязательной ссылкой на источник, в него должна быть включена следующая оговорка: «Данный перевод не был выполнен Продовольственной и сельскохозяйственной организацией Объединенных Наций (ФАО). ФАО не несет ответственности за содержание или точность данного перевода. Достоверной редакцией является издание на [указать язык оригинала] языке».

Возникающие в связи с настоящей лицензией споры, которые не могут урегулированы по обоюдному согласию, должны разрешаться через посредничество и арбитражное разбирательство в соответствии с положениями Статьи 8 лицензии, если в ней не оговорено иное. Посредничество осуществляется в соответствии с «Правилами о посредничестве» Всемирной организации интеллектуальной собственности <http://www.wipo.int/amc/ru/mediation/rules/index.html>, а любое арбитражное разбирательство должно производиться в соответствии с «Арбитражным регламентом» Комиссии Организации Объединенных Наций по праву международной торговли (ЮНСИТРАЛ).

Материалы третьих лиц. Пользователи, желающие повторно использовать материал из данной работы, авторство которого принадлежит третьей стороне, например, таблицы, рисунки или изображения, отвечают за то, чтобы установить, требуется ли разрешение на такое повторное использование, а также за получение разрешения от правообладателя. Удовлетворение исков, поданных в результате нарушения прав в отношении той или иной составляющей части, авторские права на которую принадлежат третьей стороне, лежит исключительно на пользователе.

Продажа, права и лицензирование. Информационные продукты ФАО размещаются на веб-сайте ФАО (www.fao.org/publications); желающие приобрести информационные продукты ФАО могут обращаться по адресу: publications-sales@fao.org. По вопросам коммерческого использования следует обращаться по адресу: www.fao.org/contact-us/licence-request. За справками по вопросам прав и лицензирования следует обращаться по адресу: copyright@fao.org.

Перевод и издание руководства на русском языке осуществлено под руководством Хафиза Муминджанова и при поддержке Субрегионального отделения ФАО по Центральной Азии.

Перевод Веры Колдаевой

Оглавление

	Введение	1
	Структура руководства	4
	Общие рекомендации по пользованию руководством	6
	Общие факторы, влияющие на результативность и возможные сложности	6
Секция 1	Карточки с описанием методов	7
	Стандарты для анализа эффективности хозяйства	9
	Демонстрационный метод	10
	Учебные группы для фермеров	11
	Стационарные и передвижные ярмарки и выставки	12
	Распространение знаний внутри сообщества фермеров	13
	Сельские самозанятые распространители информации	14
	Полевые школы фермеров	15
	Полевые школы и школы жизни юного фермера	16
	Бизнес-школа для фермеров	17
	Методологии ведения домохозяйства	17
	Инновационные платформы	18
	Учебные мероприятия	20
	Курсы	20
	Семинары	21
	Консультирование по управлению семейными хозяйствами	22
	Мобильная связь	23
	Поставщики информации из числа представителей местности	24
	Клиники растений	25
	Радио	26
	Рекламные радио-кампании	27
	Прослушивание радиопередач в группах	28
	Радио-пьесы	28
	Сельские ресурсные центры	29
	Учебные кружки	30
	Учебные поездки	31
	Телевидение	32
	Видео	33
	Просмотр видео в группах с обсуждением	35
	Некоторые инструменты, применяемые при распространении сельскохозяйственных знаний	36
	Обучение на основе участия и совместных действий	36
	Печатные материалы	36
	Социальные сети	37
	Игры	37
	Народный фольклор	38
Секция 2	Выбор метода	41
	Инструкция по работе с матрицей принятия решений	42
	Матрица принятия решений	44
	Ссылки на использованную литературу и источники	47

Благодарности

Авторы

Соня Дэвид и Франческа Конфини

Отдел науки и распространения знаний

Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН (ФАО)

Редакторы

Кейтлин Кольверсон, Университет Флориды, США

Ботир Досов, Центральноазиатский и кавказский форум
по консультационным услугам (CAC-FRAS)

Августина Мальвидо, Национальный институт сельскохозяйственных технологий Аргентины

Маргарет Мангени, УниверситетMakerere, Уганда

Патрис Дьямен, ресурсный центр центрально- и западноафриканского совета по вопросам сельского хозяйства
и сельской местности (RESCAR)

Джон Прессинг, ФАО

Сокращения

AESA	Аналитика агроэкосистем
EAS	Услуги по распространению знаний и консультированию
FBS	Бизнес-школа для фермеров
FLG	Учебные группы для фермеров
F2F	Фермер-фермеру
F2FE	Распространение знаний от фермера к фермеру
FO	Организации фермеров
ICT	Информационно-коммуникационные технологии
IP	Инновационная платформа
IVR	Интерактивная голосовая служба
JFFLS	Полевая школа и школа жизни юного фермера
MAFF	Консультирование по управлению семейными хозяйствами
NGO	Неправительственная организация
PLA	Обучение на основе участия и совместные действия
PRC	Радио-кампания на основе участия
RAS	Сельские консультационные услуги
RRC	Сельский ресурсный центр
SC	Учебный центр
SMS	Служба коротких сообщений
ST	Учебный тур
TV	Телевидение



Введение

В современном быстро меняющемся мире сельскохозяйственным организациям необходима поддержка для внедрения инноваций.¹ Кроме того, им нужны надежные источники информации, знаний, навыков и технологий, а также полноценная производственно-сбытовая цепочка в области растениеводства, животноводства и аквакультуры. С 1980-х годов роль и функции организаций по распространению сельскохозяйственных знаний и предоставлению сельских консультационных услуг (СКУ) существенно поменялась ввиду изменения и усложнения природы ведения сельского хозяйства и самой сельской среды. В распространении знаний становятся задействованы все больше и больше участников, включая неправительственные организации, частный сектор и производителей, при этом правительственные организации стараются не только повысить спрос на сельские консультационные услуги, но и расширить понимание о потребностях сельской местности. Традиционный способ распространения знаний, ориентированный на производство и технологии сместились в сторону усиления роли и участия фермеров, что по сути и запустило инновационный процесс посредством установления связей между фермерами и другими участниками цепочки в результате чего расширились связи на рынке, укрепилась предпринимательская составляющая и расширился доступ к удобрениям и кредитным средствам. Кроме того, благодаря распространению консультационных услуг внимание сместилось с производства на производительность, что расширило сам перечень обсуждаемых вопросов, интегрировав в повестку такие темы, как продовольственная безопасность, климатические изменения, питание, гендерные аспекты, здоровье и прочие.

Несмотря на все эти изменения, одной из основных функций распространения знаний является предоставление фермерам, организациям и другим участникам рынка доступа к знаниям, информации и технологиям (Кристополос, 2010). Для выполнения такого объема работ профессионалы в сфере распространения знаний используют широкую палитру методов и подходов. Несмотря на то, что практически каждая программа по распространению знаний и предоставлению сельских консультационных услуг имеет параметры оценки эффективности метода, есть существенный недостаток наличия подробной информации о том, какие факторы необходимо учитывать при выборе программы по распространению знаний и применению консультационных методов с учетом целей и содержания. В результате некоторые поставщики услуг придерживаются минимализма, применяя один или несколько методов. Некорректный подбор методов распространения информации может отрицательно сказаться на эффективности предоставления услуг, что в результате приведет к невозможности выполнить запрос клиента.

Настоящее руководство составлено в помощь организациям-распространителям знаний. Оно предназначено помочь им принять правильные решения в отношении того, какой метод и подход избрать для предоставления информации, технологий и услуг сельским производителям, обеспечения потока взаимодействия и обмена опытом. Мы полагаем, что настоящее руководство будет полезным сельским консультантам, распространителям знаний и составителям программ.

¹ Инновация – это процесс посредством которого сотрудники и организации улучшают и внедряют производство новой продукции (и технологий), процессов и форм, вне зависимости от того находится ли такая инновация в пользовании других хозяйств.

В настоящем руководстве мы расскажем о следующих консультационных методах и их вариациях:²

- Оценка эффективности деятельности хозяйства;
- Демонстрационный метод: учебные группы для фермеров;
- Стационарные и передвижные ярмарки и выставки;
- Обучение «от фермера к фермеру», самозанятые распространители информации из числа местного населения;
- Полевые школы для фермеров, фермерские школы жизни для начинающих фермеров, бизнес-школы для фермеров;
- Методологии ведения хозяйства;
- Инновационные платформы;
- Учебные мероприятия: курсы и семинары;
- Консультирование по управленческим вопросам для семейных ферм;
- Мобильная связь (программа «mExtension»), поставщики информации из числа представителей местности;
- Растениеводческие клиники;
- Радио: рекламные радио-кампании, прослушивание радиопередач в группах, радио-пьесы;
- Учебные кружки;
- Учебные поездки;
- Телевидение;
- Видео: просмотр видео в группах с обсуждением.

Такие методы освещены в большинстве литературных источников. Хотя они и не являются всеобъемлющими, здесь мы приводим самые широко используемые и наилучшим образом описанные. Все методы, входящие в настоящее руководство внедряются различными поставщиками сельских консультационных услуг (СКУ), а именно государственными агентствами, НКО, частными предприятиями и фермерскими хозяйствами. В настоящем руководстве мы также расскажем о пяти наиболее распространенных инструментах распространения сельскохозяйственных знаний и оказании консультационных услуг, в частности, об обучении на основе участия и совместных действий, печатных материалах, социальных сетях, играх и местном фольклоре.

² Вариация- это вариант метода, отличающийся от изначального метода или подхода, при котором по-прежнему соблюдаются базовые принципы и сохраняются некоторые аспекты первичной версии.

Определение основных терминов

Услуги по распространению знаний и предоставлению консультационных услуг	«Мероприятия по предоставлению информации и услуг, необходимых и запрашиваемых фермерами и другими представителями сельских предприятий с целью оказать им поддержку в развитии их собственных технических, организационных и управленческих навыков и практики повышения их благосостояния» (Кристополос 2010 г.). В настоящем документе термины «сельские консультационные услуги» (СКУ) и «услуги по распространению информации и консультированию» (УРЗК) взаимозаменяемые.
Философия распространения знаний и предоставлению консультационных услуг	Основополагающая философия и теория распространения знаний и предоставления сельских консультационных услуг. Философия распространения знаний включает в себя определенные подходы в отношении распространения знаний и применения подходов.
Консультационный подход	Действия, основанные на философии распространения знаний, которые определяют направление, характер и стиль определенных аспектов, а именно структуры, руководства, методов, техник, ресурсов и связей в отношении предоставляемых услуг по распространению знаний и консультированию (Аксинн, 1988). Некоторые из подходов подразумевают подход на основе участия, распространение знаний внутри фермерского сообщества, подходы к распространению знаний, директивные подходы, тренинги, поездки в поля и работу в группах.
Консультационные методы	Систематически применяемые процедуры и техники по применению процедур и предоставлению услуг производителям, способствующие обучению. Методы также подразумевают использование инструментов, соответствующих достижению целей.
Инструменты	Техники или типы «оборудования» и инструментов, способствующие распространению знаний и предоставлению консультационных методов. Такие инструменты включают в себя информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), печатные материалы (например, постеры, брошюры, календари), местный фольклор (например, литература, кукольные театры, песни, поговорки) и игры. В отношении сельских консультационных услуг, такие ИКТ, как мобильные телефоны, видео, телевидение и радио применяются в ряде отдельных консультационных методов.

Структура руководства

Настоящее руководство разделено на две секции. В секции 1 представлены характеристики методов, их задачи (часть 1), рекомендуемое содержательное наполнение (часть 2), оценка эффективности методов в отношении географического распространения, затрат и применимости при работе с малообразованным населением и женщинами (часть 3). **В случае, если метод преследует больше одной цели, основная из них выделена жирным шрифтом.** Среди характеристик также указаны как ключевые факторы, способствующие успеху проводимых мероприятий, так и возможные сложности при реализации метода.

В секции 2 руководства представлена матрица принятия решений. С её помощью пользователи смогут выбрать наилучший метод с учетом их целей в плоскости предоставлении консультационных услуг.




Часть 1. Определение целей консультационных методов

Цель	Описание
Повышение уровня осведомленности	Предоставление информации об инновации, включая механику работы, способ применения, преимущества и недостатки.
Изменение поведения и восприятия	Касается инициатив, направленных на изменение социального восприятия, структур и норм на всех уровнях (индивид, домохозяйство, группа людей, сообщество), что способствует внедрению инновации или практики.
Передача полномочий	Расширение возможностей индивидов и групп выражать свои потребности и интересы другим заинтересованным сторонам, принимать решения и преобразовывать их в желаемые действия и результаты, переходить к действиям и получать результаты.
Наращивание инновационного потенциала	Расширение возможностей производителей по адаптации и реагированию для полной реализации потенциала инновации, будь то технология, оптимизация организационной структуры или процессов и других административных инноваций.
Укрепление связей	Установление связи между мелкими хозяйствами, рынком и другими участникам сельскохозяйственной производственно-сбытовой цепочки, такими как предприниматели, кредитно-финансовые учреждения, метеорологические службы, частные фирмы.
Обучение	Продвижение образования посредством проведения лекций, консультаций и неформальных мероприятий.
Предоставление продукции и информации	Распространение продуктов, т.е. предоставление клиентам технологий, информации или удобрений.
Укрепление социального капитала	Упрочнение доверия и сотрудничества на сельском уровне посредством создания групп, сетей, ассоциаций и других видов социально-ориентированных образований с целью достижения эффективного социального взаимодействия, направленного на развитие.
Развитие технологий, их апробация и адаптация	Производители, исследователи, консультанты по распространению знаний и фермеры совместными усилиями разрабатывают, тестируют, адаптируют и улучшают новые технологии, практики, фермерские системы, инновации и установленные процедуры.

Часть 2. Определение содержания консультационных методов

Содержание	Описание
Диагностика и консультирование	Идентификация проблемы посредством выявления причин и симптомов. В результате формируется рекомендация в отношении способа решения проблемы.
Информация	Факты о каком-либо явлении, например, инновации, организации, услуге или мероприятии.
Знания	Получение теоретического и практического понимания предмета путем активного вовлечения в процесс обучения.
Навыки	Умения, в частности, технические и социальные, включая коммуникативные, способность проводить переговоры, разрешать конфликтные ситуации, находить решения в сложных ситуациях и укрепление уверенности в себе.
Технологии/практики (инновации)	Технические инновации, нацеленные на улучшение и расширение сельскохозяйственных систем, например, высадку новых культур, применение новой техники, применение пестицидов, внедрение практик экономного использования сельскохозяйственных и природных ресурсов (например, обработка земли, техники высадки, технологии обработки почвы после сбора урожая).

Часть 3. Критерии и качественные индикаторы оценки консультационных методов

Содержание	Описание	Индикаторы			
 Охват	Количество людей, до которых можно донести информацию о методе (фактически или потенциально), прямо или косвенно с учетом текущих ресурсов в заданные временные рамки.	<table border="1"> <tr><td>Широкий</td></tr> <tr><td>Умеренный</td></tr> <tr><td>Ограниченный</td></tr> </table>	Широкий	Умеренный	Ограниченный
Широкий					
Умеренный					
Ограниченный					
 Простота внедрения	Уровень сложности применения метода в разрезе полного цикла, от начала до конца, с учетом создания программы и содержательного наполнения, найма квалифицированных сотрудников, подготовки материалов, обучения педагогов и пр.	<table border="1"> <tr><td>Легко</td></tr> <tr><td>Умеренно-сложно</td></tr> <tr><td>Сложно</td></tr> </table>	Легко	Умеренно-сложно	Сложно
Легко					
Умеренно-сложно					
Сложно					
 Затраты	Стоимость внедрения метода включает в себя, в частности, заработную плату сотрудников, расходы на обучение, транспорт, оценку потребностей, разработку содержательной части, оборудование.	<table border="1"> <tr><td>Низкая</td></tr> <tr><td>Умеренная</td></tr> <tr><td>Высокая</td></tr> </table>	Низкая	Умеренная	Высокая
Низкая					
Умеренная					
Высокая					
 Возможность внедрения среди малообразованного населения	Возможность применения метода при работе с необразованным и малообразованным населением.	<table border="1"> <tr><td>Высокая</td></tr> <tr><td>Умеренная</td></tr> <tr><td>Низкая</td></tr> </table>	Высокая	Умеренная	Низкая
Высокая					
Умеренная					
Низкая					
 Возможность распространения знаний среди женщин	Возможность адаптации метода под специфические ограничения при работе с малообразованными женщинами, имеющими ограниченные возможности по выезду, ограниченные временные возможности ввиду ухода за детьми или культурологических табу на совместную работу с мужчинами, участие в разговорах с мужчинами, либо ограниченных во времени ввиду домашних и прочих обязанностей.	<table border="1"> <tr><td>Высокая</td></tr> <tr><td>Умеренная</td></tr> <tr><td>Низкая</td></tr> </table>	Высокая	Умеренная	Низкая
Высокая					
Умеренная					
Низкая					

Общие рекомендации по пользованию руководством

Цель: большинство методов преследует несколько целей, при этом основная цель каждого метода выделена подчеркиванием.

Затраты: расходы на внедрение консультационных методов зависят от географического контекста, региона, месторасположения и времени года. В настоящем руководстве указаны ориентировочные суммы, взятые из списка рекомендованной литературы.

Вариативность: во избежание повторения информации, при указании в вариантах методов, указаны только их отличительные особенности.

Возможность применения при работе с малообразованными слоями населения и женщинами обозначается следующими индикаторами:

Высокая – метод соответствует потребностям малообразованного населения и женщин, необходимость в адаптации и модификации низкая;

Умеренная – при внедрении метода необходима адаптация под нужды малообразованного населения и женщин;

Низкая – метод необходимо значительно адаптировать или модифицировать под нужды малообразованного населения и женщин, либо метод не подходит для работы с этими группами населения.

Общие факторы, влияющие на результативность и возможные сложности:

В руководстве указаны конкретные факторы, способствующие результативности и трудности, которые могут возникнуть при работе с каждым из методов.

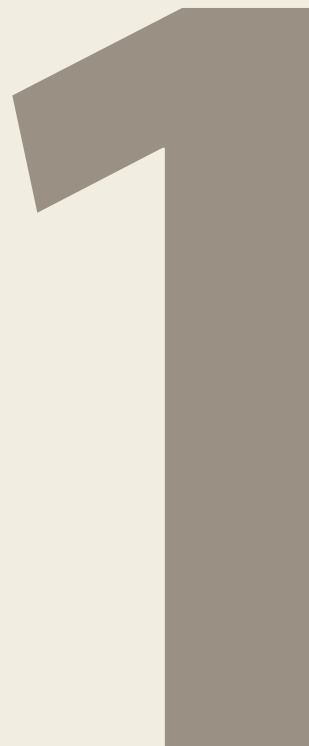
Основные факторы, влияющие на результативность внедрения консультационных методов включают в себя, в частности:

- Регулярное обновление технической информации;
- Участие консультантов и посредников, обладающих хорошими техническими знаниями и умением способствовать внедрению процесса;
- Качественное сопровождение работы и поддержка со стороны консультантов;
- Партнерства с профессиональными учреждениями, например, исследовательскими институтами, частными организациями, метеорологическими службами, системами информирования о состоянии рынка и т.д.;
- Соответствие потребностям и ограничениям со стороны клиентов женского пола и других групп населения (молодежи, взрослых, не владеющих навыками чтения и письма);
- Качественная организация и планирование.

Основные трудности включают в себя:

- Регулярное обновление содержательной части и ее адаптация под клиентов, принадлежащих к разным категориям, например, под производителей, перерабатывающие организации и с/х предпринимателей;
- Зависимость заказчиков от удобрений, бюджета и пр.
- Возможная предвзятость программы, ее центрированность на внедряющей компании или спонсорах. Например, демонстрация, проводимая при поддержке с/х дилеров может косвенно рекламировать продаваемую ими продукцию.
- Директивный подход, односторонняя коммуникация, которая неизбежно снижает участие клиентов и не учитывает их потребности, запросы и интересы.
- Финансовая стабильность.

Секция



Карточки с описанием методов

А. Стандарты для анализа эффективности хозяйства

Оценка эффективности деятельности хозяйства – системный подход к сельскохозяйственной деятельности, направленной на оценку её эффективности посредством детального сравнения предшествующих периодов работы одного хозяйства (внутренняя оценка) или сравнения деятельности различных хозяйств (внешняя оценка) для выявления наилучших практик и повышения результативности работы. В отношении внешней оценки необходимо обеспечить поддержку процесса консультантом по распространению знаний с опытом управления фермерским хозяйством или консультантом с профильным университетским образованием или хотя бы специалистом, прослушавшим вводный курс по управлению фермой. Оценка эффективности можно проводить на всех типах ферм, включая домашние фермы, продукция которых в основном обеспечивает одно домохозяйство, при этом, метод эффективен и для коммерческих производителей, которым необходимо повысить прибыльность и конкурентоспособность.

Оценку можно проводить индивидуально, но чаще всего ее проводят в группах по 20 фермеров, которые ведут схожую деятельность со сходным объемом оборота в пределах определенной территории. После формирования учебной группы по проведению оценки, посредник организует встречу, включающую 9 шагов: идентификация проблем, которые необходимо исследовать, определение показателей производительности, выявление образцовых ферм (успешных производителей), сбор данных для сравнения и информации от групп и с образцовых ферм (тип почвы, урожайность, цены, затраты и количество), сравнение производительности, трактовка различий, обмен полученной информацией и результатами, создание плана, внедрение изменений, обдумывание и оценка результатов.

→ **Цель:** Передача полномочий, обучение, повышение осведомленности.

→ **Содержание:** Диагностика и консультирование, знания, информация, навыки.



Охват: ограниченный.



Простота внедрения: от средней до сложной.



Затраты: умеренные.

Затраты подразумевают расходы на проведения тренинга и работу посредника, заработные платы и возмещение расходов консультантам, стоимость сбора данных, как у учебной группы, так и из документов хозяйства, на основании которых ведется оценка, канцелярские товары (блокноты, ручки и пр.).



Возможность внедрения среди малообразованного населения: низкая.

Для проведения оценки необходимо делать записи, вести учет и делать расчеты. При этом, для работы с малообразованным и необразованными фермерами есть символные и карточные методы учета.



Возможность распространения среди женщин: низкая.

При работе с женщинами сложность может заключаться в недостаточной грамотности. По возможности рекомендуется формировать женские группы обучения. При формировании смешанных групп постарайтесь учитывать интересы обоих полов. При выборе индикаторов/показателей включите, как индивидуальные, так и общие, в частности, разделение видов работ с учетом половой принадлежности работников.

Факторы, способствующие положительному результату:

- Доверие и желание работать в группах;
- Желание фермеров предоставлять информацию;
- Умение проводить оценку и соответствующие знания, включая навыки формирования групп, диагностика фермы, управление фермой, технические вопросы ведения сельского хозяйства;
- Посредник помогает фермерам корректно собрать информацию об их хозяйстве.

Вероятные сложности:

- Идентификация общих критериев для сравнения ферм;
- Нежелание фермеров обмениваться информацией друг с другом;
- Недостаток корректной информации в документах учета.

В. Демонстрационный метод

Демонстрация является одним из самых применяемых методов распространения знаний и включает в себя демонстрацию техник или навыков, применение удобрений, практик, технологий и их потенциальную пользу для целевой аудитории. Некоторые эксперты проводят различия между демонстрационными методами, целью которых является продемонстрировать практику или технологию и методами, направленными на демонстрацию результативности посредством сравнения рекомендуемой и существующей практик. Этот метод очень разнообразен, его можно использовать как разово, так и на протяжении определенного периода времени в зависимости от целей. При выборе участка необходимо учитывать его масштаб и месторасположение, поскольку во время проведения демонстраций необходимо обеспечить максимальную наглядность. Демонстрации можно проводить на разных территориях, например, на фермерских полях, в сельских учебных центрах, на общественной или школьной территории. Демонстрации могут проводить как сами фермеры (демонстрации

→ Цель:	Предоставление продукции и информации, обучение, повышение осведомленности.
→ Содержание:	Технологии/практики, навыки.



Охват: от среднего до ограниченного.



Простота внедрения: от легкой до умеренно-сложной.



Затраты: от низких до умеренных.

Затраты подразумевают обучение консультантов по распространению знаний, материалы, расходы на поддержание и последующие мероприятия.



Возможность внедрения среди малообразованного населения: высокая.

Грамотность не является ключевым критерием, поскольку метод подразумевает демонстрации и устное объяснение сути техники или практики.



Возможность распространения среди женщин: высокая.

Грамотность не является ключевым критерием для результативности, кроме того, настоящий метод подразумевает определенную гибкость в отношении временных рамок. Для обеспечения вовлеченности женщин в демонстрации с учетом очевидных ограничений в отношении тяжелого физического труда, необходимо должным образом адаптировать демонстрационный процесс, учитывать их временные возможности при составлении графика и выбирать легкодоступные демонстрационные площадки.

с непосредственным участием), так и консультанты по распространению знаний. Демонстрации могут быть организованы при участии государственного сектора, НКО или частного сектора. Демонстрации являются неотъемлемой частью других методов по распространению знаний, например, полевых школ фермеров, демонстрационных залов и общественных семинаров.

Факторы, способствующие положительному результату:

- Четко обозначенные цели (чему посвящена демонстрация, какова цель её проведения, какие задачи необходимо выполнить).
- Простота демонстрационного процесса, охват одной практики в рамках одной демонстрации.
- Постепенное повышение уровня сложности мероприятий.
- Участие фермеров в проектировании и управлении демонстрационными участками.
- Удобное месторасположение демонстрационной площадки.
- Удобное устройство демонстрационной площадки (тропинки, знаки с названием методов, достоверная информация о площади хозяйства, привычная для текущей местности).
- Информирование местных властей о проведении демонстрации.
- Адаптивность программы под разную аудиторию: старшее поколение, мужчин и женщин, опытных фермеров и новичков.

Вероятные сложности:

- Длительность подготовки и внедрения программы.
- Состояние демонстрационного участка. Ответственность за его подготовку несет сообщество.
- Разность результатов ввиду различий самих площадок.

В1. Учебные группы для фермеров

Учебные группы для фермеров подразумевают структурированный подход, в основе которого лежит демонстрации. В рамках этого фермеры посещают регулярные встречи на одном или нескольких демонстрационных участках и работают в соответствии с учебным планом. В учебном процессе принимают участие профессиональные консультанты по распространению знаний или прошедшие обучение и соответствующую подготовку фермеры.

→ **Цель:** Обучение, предоставление продукции и информации, повышение осведомленности.

→ **Содержание:** Технологии/практики, навыки.



Охват: ограниченный.



Простота внедрения: умеренно-сложная.



Затраты: умеренные.

Возможные сложности:

- Необходимы ресурсы и время на разработку учебного плана.

С. Стационарные и передвижные ярмарки и выставки

Организации по распространению знаний и исследовательские институты, в частности, государственные департаменты, НКО, посредники по продаже удобрений, опытные фермеры и т.д. организуют стационарные и передвижные ярмарки и выставки для населения с целью повысить осведомленность и продемонстрировать сельскохозяйственные технологии и инновации, а также для общения с фермерами. Стационарные ярмарки и выставки длятся дольше, чем передвижные, от нескольких дней до нескольких недель. Участники представляют свои организации на специально организованных стендах. Стационарные выставки и ярмарки требуют серьезной подготовки и рекламы, а передвижные могут иметь спонтанный характер и пользоваться простыми инструментами рекламы такими как растяжки, баннеры и информационные объявления. Любое мероприятие обычно посвящено какой-то конкретной теме, например, инновациям, технологиям, особенностям процесса торговли, обмену знаниями или обучению. Они привлекают большое количество посетителей, на них устраивают различные конкурсные мероприятия с призовыми местами (ярмарки и выставки), куда входит развлекательная программа, постановки и музыкальные выступления. На подобных выставках устанавливают мониторы для демонстрации видео-роликов и раздают печатные материалы. На стационарных и передвижных выставках и ярмарках фермеры могут познакомиться с различными организациями по распространению знаний и с исследовательскими организациями, задать вопросы и получить информацию об инновациях и сложностях, установить взаимодействие с другими фермерами.

→ **Цель:** Повышение осведомленности, предоставление продукции и информации.

→ **Содержание:** Технологии/практики, навыки.



Охват: от ограниченного до широкого.



Простота внедрения: от легкой до умеренно-сложной.



Затраты: низкие – на передвижные и высокие – на стационарные выставки и ярмарки. Затраты на организацию выставок подразумевают расходы на аренду помещения, рекламу и транспорт для фермеров.



Возможность внедрения среди малообразованного населения: высокая. Общественные мероприятия подразумевают личное взаимодействие с экспертами и профессионалами по распространению знаний, поэтому строгое требования к высокому уровню грамотности нет.



Возможность распространения среди женщин: от умеренной до низкой. Отсутствует жесткое требование к высокому уровню грамотности, метод можно адаптировать под нужды различной аудитории. Для женщин посещение выставок может оказаться сложнее ввиду удаленности места проведения от их дома или привычного места работы, невозможности для женщин надолго оставить детей без присмотра, а также ввиду культурологических ограничений или запрета на нахождение на мероприятиях, в которых участвуют мужчины.

Факторы, способствующие положительному результату:

- Качественное планирование, хорошая реклама и организация.
- Удобное расположение площадки с точки зрения логистики.
- Разнообразие экспонентов во избежании недостаточной освещенности какой-то из категорий.
- Привлечение спонсоров для облегчения расходной части.

Вероятные сложности:

- Организация выставок занимает много времени и может быть дорогостоящей, в частности, ввиду затрат на логистику. Профессионалам в области распространения знаний рекомендовано участвовать в большом количестве мероприятий, например, в ежегодных фермерских днях или местных мероприятиях, организованных силами одного сообщества.
- Сложность в оценке результативности.

D. Распространение знаний внутри сообщества фермеров

Распространение знаний внутри сообщества фермеров охватывает подходы, при реализации которых сами фермеры выступают в качестве сельскохозяйственных консультантов, сотрудничая с государственными и частными организациями, а также с НКО. Фермеры-консультанты по распространению знаний также могут проводить постоянную работу по распространению знаний в рамках одного сообщества, быть лидерами в своей области производства, заниматься обучением, и проводить обучение на добровольной основе, их работа может оплачиваться или не оплачиваться. Как правило, они не являются официальными сотрудниками организации, но их расходы подлежат компенсации. Мотивация фермеров-консультантов обычно заключается в наличии доступа к новым знаниям и информации, социальном признании и часто основана на альтруизме.

Фермеры-консультанты, как правило, проводят тренинги, консультации, мониторинг, организуют встречи, демонстрации и выезды в поля. Обычно фермеры-консультанты принадлежат к местному сообществу, их выбирают организации по распространению знаний при сотрудничестве с местными властями и сообществом на основании уровня их знаний, опыта работы в фермерском сообществе, умения коммуницировать, доверия к ним и наличия у них временных возможностей для проведения такой работы.

→ **Цель:** Предоставление продукции и информации, обучение.

→ **Содержание:** Технологии/практики, информация, навыки.



Охват: умеренный.



Простота внедрения: умеренно-сложная.



Затраты: от низких до умеренных. Затраты подразумевают расходы на процесс обучения, на оборудование для фермеров-консультантов (средства передвижения или компенсация транспортных расходов, приобретение одежды, канцелярских товаров, оплату мобильной связи и рабочих часов), проверку усвоения знаний и последующие технические консультации. Например, затраты на проведение первичной и последующей технических консультаций на молочном производстве в Кении составили примерно 160 долларов США за год (Кипот, Франзел и Кируй, 2012 г.).



Возможность внедрения среди малообразованного населения: высокая. Фермеры-консультанты имеют обширные знания о местности, принятой культуре работы и применяемых практиках. Кроме того, они владеют местным языком и могут без труда общаться с фермерами.



Возможность распространения среди женщин: высокая.

Программы по распространению знаний в формате от фермера-к-фермеру дают женщинам доступ к участию в получении сельских консультационных услуг. Такой подход благоприятно использовать в условиях, когда женщинам комфортнее работать с женщинами-консультантами.

Обычно профессионалы в области распространения знаний проводят для них первичные тренинги по актуальным для региона темам, методам и подходам распространения знаний, навыкам поддержки и коммуникации и несколько последующих встреч с различной периодичностью. Метод от фермера-к-фермеру часто используется в сочетании с другими методами, например, с полевой школой фермеров, ИКТ-подходами и демонстрациями для расширения охвата.

Факторы, способствующие положительному результату:

- Отбор фермеров-консультантов совместно с местными фермерскими организациями, местными властями и сообществом для гарантии качества. Привлечение местных организаций для мониторинга и оценки работы фермеров-консультантов.
- Всесторонняя техническая поддержка для обеспечения высокого качества работы.
- При работе фермеров-консультантов на добровольной основе необходимо предусмотреть немонетарные способы их вознаграждения.
- Обеспечение транспорта для фермеров-консультантов.

Вероятные сложности:

- Применение метода от фермера-к-фермеру не рекомендовано при работе с практиками и инновациями, которые подразумевают высокий уровень технических знаний или опыта в конкретном направлении (лечение скота, мониторинг качества воды) или при вероятности возникновения высокого уровня риска для инвестиций.
- Фермеры-консультанты ожидают материального или нематериального вознаграждения.

Интеграция фермеров-консультантов в работу организаций по распространению знаний способствует установлению договорных рабочих отношений между сторонами, что может изменить природу работы с добровольной на оплачиваемую.

D1. Сельские самозанятые распространители информации

При применении такой вариации метода от фермера-к-фермеру организации нанимают фермеров-консультантов для продажи удобрений и предоставления технических консультаций для коллег-фермеров.

→ Цель:	Предоставление продукции и информации, обучение, посредничество, установление связей.
→ Содержание:	Технологии/практики, информация, навыки, диагностика, консультирование.



Охват: от умеренного до ограниченного.



Простота внедрения: умеренно-сложная.



Затраты: низкие. Затраты подразумевают расходы на предоставление первичного и последующих технических тренингов для фермеров-консультантов и мониторинг качества их работы.



Возможность внедрения среди малообразованного населения: высокая. Настоящий подход подразумевает личное взаимодействие с агентами. Строгие требования к уровню грамотности отсутствуют.



Возможность распространения среди женщин: высокая. Гибкость в отношении места проведения встреч между агентами и клиентами, возможность привлекать агентов-женщин, нет строгих требований к уровню грамотности.

Вероятные сложности:

В связи с необходимостью возмещать затраты и выплачивать компенсацию непроизводственные инновации (управление природными ресурсами, доступ к рынку) могут иметь меньшей приоритет, даже при условии их качественного планирования.

Е. Полевые школы фермеров

Полевые школы фермеров представляют собой работу в группах на основе участия. Они являются одновременно и методом распространения знаний, и формой образования для взрослых. Полевая школа обычно подразумевает проведение встреч для групп по 20-30 человек в течение определенного времени (например, урожайный цикл, если речь идет о сельскохозяйственных культурах) под руководством прошедшего обучение посредника, консультанта по распространению знаний или фермера. В основе философии полевых школ лежит передача полномочий фермеру посредством формирования навыка принимать решения с опорой на доступную информацию о своей ферме и фермерских хозяйствах в целом, с учетом использования качественных знаний и понимания биологических процессов, сельскохозяйственной экологии и общей совокупности внешних факторов характерных для местности. Целью полевых школ является укрепление социального капитала и социальных навыков, развитие нестандартного мышления, пунктуальности, рабочей этики, умения выступать на

→ Цель:

Передача полномочий, расширение инновационных технологий, обучение, укрепление социального капитала, изменений поведения и восприятия, предоставление продукции и информации.

→ Содержание:

Знания, диагностика/консультации, технологии/практики, навыки.



Охват: ограниченный. Полевые дни и метод распространения знаний от фермера к фермеру способствует распространению навыков, технологий и практик.



Простота внедрения: от умеренной до сложной.



Затраты: от умеренных до высоких. Затраты напрямую зависят от темы и длительности проведения, и подразумевают расходы на оценку потребностей, разработку учебного плана, обучение основного тренера и посредника, расходы на проведение полевых школ (материалы и пр.), оплату услуг преподавателей, и последующие расходы на формирование структуры и администрирование. Средняя стоимость организации полевой школы составляет 56 долларов США на человека.



Возможность внедрения среди малообразованного населения: умеренная. В основе методологии полевых школ лежит аналитика сельскохозяйственной системы (AESA), которая подразумевает умение писать и рисовать карандашом. Необходимо прикладывать усилия для обеспечения баланса между образованными и необразованными участниками в группе. Экспериментальные методы обучения практически недоступны неграмотным фермерам, поэтому для распространения программы среди малоимущих слоев фермеров необходимо прилагать особые усилия. Для получения полноценного результата от участия в полевой школе необходимо обладать хотя бы базовыми навыками чтения, письма и счета.



Возможность распространения среди женщин: умеренная. Ввиду продолжительности программ полевых школ, участие женщин может быть ограничено временными рамками проведения обучения, которое чаще всего приходится на ранние утренние часы, недостаточной грамотностью и ограничений на работу в смешанных группах ввиду культурологических особенностей. Необходимо принимать особые меры для преодоления сложностей, например, проводить отдельные консультации или даже организовывать женские школы.

публике и прочих. Полевые школы следуют согласованной программе, в которой посредством предварительной оценки запросов определены приоритеты и ограничения. Полевые школы не предписывают рекомендаций, но предлагают пищу для размышлений. Фермерам предлагается проводить эксперименты в своих хозяйствах и принимать решения на основании наблюдений и знаний. Принципы полевых школ применимы в отношении широкого числа тем, включая управление земельными ресурсами, организацию скотоводства, лесохозяйств, климатических изменений, устойчивое управление земельными ресурсами и прочих.

Полевые школы, как правило, внедряются посредством государственных программ распространения знаний, силами НКО, частных проектов и фермерских организаций. Кроме того, исследовательских институты и профильные агентства тоже могут предлагать подобные программы.

Факторы, способствующие положительному результату:

- Наличие учебного плана работы полевой школы.
- Регулярные технические консультации от основного тренерского состава и технических экспертов.
- Четкое понимание концепции и процедур работы полевой школы всеми участниками процесса.

Вероятные сложности:

- По сравнению с рядом других методов распространения знаний организация полевой школы подразумевает более высокие затраты и низкую рентабельность в широком масштабе. (см. Уаддингтон и Уайт, 2014 г.)
- Сложность в поддержании высокого уровня посредничества и супервизорства при работе в условиях активного сельскохозяйственного цикла.
- Сложности в нахождении достаточного финансирования на организацию полевой школы ввиду низкого уровня институциональной поддержки.

E1. Полевые школы и школы жизни юного фермера

Полевые школы и школы жизни юного фермера являются формой полевой школы. Они освещают, как сельскохозяйственные, так и жизненные навыки, и ориентированы исключительно на молодежь. При этом, программа может быть нацелена на конкретную аудиторию, например, сирот, внутренне перемещенных лиц, беженцев, молодых возвращенцев и молодых демобилизованных солдат. Учебная программа охватывает такие темы, как навыки ведения сельскохозяйственной деятельности, предпринимательство, гражданские ценности, установление мира и защиты, повышение осведомленности о ВИЧ и СПИДе и мерах предотвращения их распространения, гендерные вопросы, психосоциальные аспекты, деловые качества и пр.

В формате школы для начинающих фермеров можно делать упор на последующее трудоустройство в рамках которого молодым людям обоих полов оказывается поддержка, поощряется их участие в действующих фермерских кооперативах, женских объединениях, благодаря которым можно получить доступ к ресурсам и возможностям рекламировать свой товар на более широкую аудиторию. Такие школы действуют при поддержке консультантов по распространению знаний, учителей и социальных деятелей. Дети и молодежь учатся наблюдая, делая выводы и принимая решения на основании полученной информации.

→ **Цель:** Передача полномочий, обучение, укрепление социального капитала, изменений поведения и восприятия.

→ **Содержание:** Знания, диагностика и консультирование технологии/практики, навыки.

Е2. Бизнес-школа для фермеров

Бизнес-школа для фермеров является вариантом полевой школы, адаптированным под развитие навыков прибыльного управления малыми фермерскими хозяйствами. В основе настоящего подхода лежат простые инструменты принятия решений, перечни сверки по ключевым аспектам ведения хозяйства, стратегические вопросы. Подход рассматривает в основном аспекты ведения бизнеса, возможности и сложности, связанные с маркетингом и рекламой.

→ **Цель:** Обучение, передача полномочий, изменений поведения и восприятия.

→ **Содержание:** Знания, навыки, диагностика и консультирование.

Ф. Методологии ведения домохозяйства

Методология ведения домохозяйства означает ряд методов и процессов на основе участия целью которых является укрепить полномочия хозяйств и возможностей групп и индивидов по принятию решений и их трансформации в действия. В частности, эти методы подразумевают наставничество для домохозяйств, гендерную систему обучения переходу от принятия решения к действиям, походы для мужчин и прочие. Все эти методы ориентированы на разные аспекты деятельности, они разнятся по затратам и длительности. Все методы, направленные на укрепление хозяйства, реализуются в определенные сроки в рамках одного хозяйства или работы в группе при поддержке посредников, специализирующихся на работе в группах (начальный

→ **Цель:** Передача полномочий, укрепление социального капитала, изменение поведения и восприятия.

→ **Содержание:** Знания, навыки.



Охват: умеренный или ограниченный.



Простота внедрения: сложная.



Затраты: от умеренных до высоких. Затраты подразумевают расходы на обучение для посредников, встречи по оценке эффективности внедрения программы, взаимные посещения хозяйств и повторные курсы для посредников и руководителей проектов, сплочивание сообществ и лидеров, организацию мероприятий для продвижения этого метода и задействования государственных деятелей. Например, расходы на проведение мероприятий в рамках программы наставничества для домохозяйств в Уганде составляют 27 долларов США на хозяйство, что покрывает расходы на составление первичного варианта учебной программы, проведение обучения для тренеров и наставников, мероприятий с участием наставников (ежемесячную оплату труда менторов), надзор и мониторинг (расчет сделан авторами на основе данных Международного фонда развития сельского хозяйства, 2014).



Возможность внедрения среди малообразованного населения: высокая. Инструменты и стратегии легкодоступны даже для неграмотных фермеров.



Возможность распространения среди женщин: высокая.

Все методологии укрепления хозяйства направлены на решение проблемы неравенства полов на уровне хозяйства, в частности, недостаточное участие женщин в процессе принятия решений, и разрушение существующих социальных предрассудков, сложностей в отношении и поведении, и самой существующей системы. Подход может быть реализован силами наставников обоих полов.

уровень), посредника-коллеги, который является участником самого сообщества (частное лицо, являющееся членом сообщества, имеющее должную мотивацию и навыки для поддержания процесса изменений) или ментора (добровольца или консультанта по распространению знаний, который специализируется на посредничестве и укреплении деятельности хозяйств). Организации, внедряющие программы, несут ответственность за выбор, обучение и повторные технические консультации для посредников, а также за мониторинг процесса.

Методологии ведения сельского хозяйства касаются таких вопросов, как выращивание сельскохозяйственных культур, разведение скота, процесс принятия решений в отношении использования земельных ресурсов, инвестиции, продажи продукции, управление природными ресурсами в сообществе, ведение сельского хозяйства с учетом климатических условий местности, гендерных аспектов и внутреннего процесса принятия решений на уровне хозяйства.

Факторы, способствующие положительному результату:

- Выбор приемлемых посредников при участии представителей сообщества или групп, к которым есть доверие.
- Мотивационная составляющая для посредников, включая финансовую, а также оборудование, инструменты и прочие ресурсы.
- Вовлеченность местных властей в процесс повышения осведомленности для создания благоприятной среды для внедрения серьезных изменений.
- Партнеры в области распространения знаний, в частном секторе и партнеры по внедрению устойчивого развития и положительного влияния.
- Для поддержания положительных изменений необходимо набрать значительное количество сторонников среди хозяйств в регионах.

Вероятные сложности:

- Сложносоставной процесс внедрения.
- Формат групповой работы может быть сложным для реализации в наиболее уязвимых хозяйствах.
- Вероятность зависимости слабых хозяйств от посредника/ментора и нежелание действовать самостоятельно.

Г. Инновационные платформы

Инновационные платформы являются объединяющим ресурсом для многочисленных участников процесса, в частности, фермеров, других сельских жителей, торговцев, перерабатывающих компаний, исследователей, представителей власти и пр. с целью выявить общие проблемы/сложности, внедрить мероприятия для достижения общих целей, обсудить и скоординировать действия. Этот метод обычно используют исследовательские сельскохозяйственные организации, НКО, представители власти на местном и федеральном уровне, в плоскости производственно-сбытовой цепочки или внутри сектора экономики. Они могут быть посвящены отдельной теме, например, отдельному виду продукции массового потребления, или нескольким, например, управлению природными ресурсами, практике принятия решений, распространению и целевой направленности мероприятий по внедрению изменений.

Инициатор запускает платформу, определяет её задачи и приглашает других участников для прохождения следующих этапов, а именно, более точного формулирования целей, определения тонкостей, сложностей и возможностей с учетом собранных данных и информации, определения способов решения проблем и возможностей, апробирования и адаптации решений, выявления возможностей для развития способностей, необходимых членам платформы, внедрения и масштабирования успешных инноваций, аналитики и выявления

уроков из допущенных ошибок. Ключевыми требованиями к платформе являются компетентность и беспристрастное посредничество со стороны сотрудников организации-инициатора или внешней организации.

В задачи посредника входит управление процессом коммуникации, разрешение конфликтов, сохранение баланса сил, документирование и составление отчетов по мероприятиям и процессам, развитие возможностей и поддержка изменений на институциональном уровне.

→ Цель:	Расширение эффективности инноваций, передача полномочий, развитие технологий, опробация и ападтирование, укрепление социального капитала, содействие установлению связей.
→ Содержание:	Технологии/практика, новыки, знания, информация.



Охват: ограниченный.



Простота внедрения: сложная.



Затраты: от умеренных до высоких. Затраты напрямую зависят от характера проводимых мероприятий и могут достигать 1000 долларов США в год (Постумус, Г. and М. Вонгдшовски, 2014 г.). Затраты подразумевают расходы на оплату работы посредника, аренду помещения, транспорт и питание для участников, коммуникацию, бюджет на апробацию новых решений (если предусмотрен).



Возможность внедрения среди малообразованного населения: умеренная. В инновационных платформах задействованы все представители сектора, они собираются для обсуждения и поиска решений существующих проблем, для участия в таких встречах грамотность не нужна. Посредники должны обладать соответствующими навыками проведения встреч с участием разных групп и слоев населения и дать слово всем, включая тех, кто имеет низкий социальный статус или исключен из активного социального взаимодействия.



Возможность распространения среди женщин: умеренная. Поскольку в рамках работы подобных платформ обсуждаются вопросы обладания властью и преимуществами, посреднику необходимо владеть навыками проведения мероприятий, на которых обсуждаются вопросы гендерных ограничений, и обеспечить право голоса женщинам. Прежде чем запускать такие платформы особенно важно понять роль женщин в рамках определенного хозяйства и сообщества. При составлении графика встреч необходимо учитывать особенности графика работы женщин.

Факторы, способствующие положительному результату:

- Вовлеченность всех участников, задействованных в обсуждаемом процессе.
- Опора на существующие партнерства и инициативы при запуске платформы.
- Работа именно с заявленными проблемами, а не с повесткой инициатора.
- Беспристрастность и компетентность посредников.
- Ощущение включенности в процесс, желание участвовать, доверие со стороны участников.
- Регулярный мониторинг и оценка мероприятий, проводимых участниками, рост интереса к процессу обучения.

Вероятные сложности:

- Сложный, время- и ресурсозатратный процесс внедрения.
- Недоступность беспристрастных, компетентных посредников.
- Социальные и институциональные конфликты, недостаток политической поддержки, сдерживание развития инновационных платформ со стороны властей.

- Платформы работают на долгосрочную перспективу, но для мотивации участников может потребоваться достижение осязаемых краткосрочных результатов.

Н. Учебные мероприятия

Мероприятия по распространению знаний в области сельского хозяйства основаны на структурированных учебных мероприятиях, курсах и семинарах. Обучающие мероприятия могут различаться по уровню структурированности и взаимодействию между участниками и тренерами. Проводят такие мероприятия тренер или посредник (или коллектив тренеров/посредников), в частности, консультант по распространению знаний, работник из числа представителей сообщества или технический специалист. Учебные мероприятия для производителей и других представителей сельского производства проводят в классе, в поле или частично в классе, частично в поле с упором на демонстрацию, групповые и индивидуальные упражнения и ролевые игры. Мероприятия могут быть одноразовыми или многократными с определенной частотой для одной и той же группы участников. Их необходимо детально спланировать заранее, верно подобрать время проведения, длительность, время года в зависимости от целей, обеспечить максимальное участие.

→ Цель:	<u>Обучение</u> , предоставление продукции и информации, изменение поведения и восприятия.
→ Содержание:	Технологии и практики, знания, навыки, информация.



Охват: от умеренного до ограниченного.



Простота внедрения: от легкой до умеренно-сложной.



Затраты: от низких до умеренных. Уровень затрат зависит от длительности мероприятия, места проведения и прочих факторов, включая заработную плату, суточные, размещение для посредников и тренеров, оборудование и материалы, питание, проезд и размещение участников. Например, стоимость (включая заработные платы) семинара в рамках одного сообщества составляет 26 долларов США на фермера (Бентли, 2007 г.).

Факторы, способствующие положительному результату:

- Использование методов обучения для взрослых.
- Применимость полученных знаний на практике непосредственно после мероприятия с последующим повторением мероприятия.

Вероятные сложности:

- Обучение проводится одноразово, поэтому его результативность сложно определить.
- Повышение мотивации со стороны участников при предоставлении им суточных.

Н1. Курсы

Курсы имеют четкую структуру и определенную задачу. Их основной целью является непосредственно обучение. Организаторы четко определяют цели обучения и программу, в число методов входят лекции, индивидуальные и групповые упражнения, дискуссии. Несмотря на то, что курсы часто не подразумевают активной вовлеченности, непосредственное участие слушателей

имеет огромное значение. В идеале курсы для малых производителей должны основываться на принципах построения программ обучения для взрослых, что подразумевает наибольшую эффективность обучения основанного на опыте, размышлении, работе с непосредственными запросами, ответственность за собственные действия, участие, обратную связь, эмпатию и проходит в безопасной, комфортной среде. По окончании ряда курсов выдается сертификат.



Охват: ограниченный.



Возможность внедрения среди малообразованного населения: от умеренной до низкой. Часто требуются навыки грамотности и счета.



Возможность распространения среди женщин: от умеренной до низкой. Высокий уровень неграмотности среди женщин, формальная обстановка на курсах, удаленность курсов, длительность курсов, невозможность обеспечить помощь по уходу за детьми на время прохождения обучения может ограничить участие женщин даже несмотря на то, что для предотвращения этих сложностей были приняты особые меры.

Н2. Семинары

Семинары носят интерактивный характер, участники задействованы в дискуссиях и упражнениях. Разборы практических случаев, ролевые игры, обсуждения ситуаций, поиск решений и ответов в группе являются наиболее часто используемыми инструментами на семинарах для вовлечения участников и содействия процессу обучения. Семинары в формате распространения знаний часто подразумевают полевые мероприятия для наглядности.



Охват: от умеренного до ограниченного.



Возможность внедрения среди малообразованного населения: от умеренной до высокой. Несмотря на интерактивную природу семинаров, для участия в них необходимо владение грамотой и навыками счета. Для работы с малообразованными группами участников можно использовать средства мультимедиа (изображения, фильмы, музыку).



Возможность распространения среди женщин: от умеренной до низкой. Гибкая и интерактивная природа семинара способствует участию женщин. В число ограничивающих факторов при этом может входить приоритет мужчинам при отборе, низкий уровень грамотности, удаленность места проведения семинара, длительность и время начала/окончания семинара, отсутствие помощников по уходу за детьми, ограничение на участие обоих полов в мероприятиях, например, в некоторых культурах женщины не выступают на публике в присутствии мужчин.

I. Консультирование по управлению семейными хозяйствами

Консультирование по управлению семейными хозяйствами представляет собой подход к консультированию фермеров в рамках которого производители учатся корректно принимать решения и управлять хозяйством, в частности, организовать выращивание сельскохозяйственных культур с учетом необходимости обеспечения продовольственной безопасности, снижения расходов на удобрения за счет оптимизации их применения, ведения бюджета без задолженностей и оптимизации рабочей силы. Обычно фермеры, по одному от каждого хозяйства, встречаются с консультантом по распространению знаний или посредником из фермерской среды раз в две недели. Полный цикл консультирования длится в среднем три года и состоит из шести шагов: 1. определение потребностей хозяйства; 2. организация группового тренинга по выбранным сельскохозяйственным практикам; 3. обучение управленческим процессам (планирование высадки культур с учетом сезонности, управление зернохранилищем, планирование финансового потока, ведение бухгалтерского учета и пр.); 4. частные выезды в хозяйства для консультирования; 5. анализ технических и экономических результатов деятельности с точки зрения оптимального использования участка и с точки зрения организации фермерской работы в группах с использованием ПК; 6. самостоятельное планирование следующего посадочного сезона с учетом полученных и желаемых результатов. Учебный процесс состоит из обмена опытом, самостоятельного анализа фермерами их текущей экономической ситуации и производительности, полевых выездов, экспериментов на фермах и формального обучения. В учебный план входят такие темы, как планирование сезонности высадки культур с учетом технической и экономической информации, организация хранения остатков продукции на складе и процесс принятия решений с учетом данных бухгалтерского учета. Демонстрация также входит в спектр применяемых инструментов.

→ **Цель:** Передача полномочий, обучение, предоставление информации и продукции, изменение поведения и восприятие.

→ **Содержание:** Знания, технологии/практики, диагностика и консультирование, навыки.



Охват: ограниченный.



Простота внедрения: от умеренно-сложной до сложной.



Затраты: от умеренных до высоких. В затраты входят расходы на заработную плату и возмещение расходов консультантам и администраторам программы, расходы на инструменты и методы развития, проведение мероприятия по внедрению программы и техническому сопровождению. Средний уровень затрат на реализацию программы в Африке составляет 20-80 долларов США на фермера в год с учетом расходов на заработную плату и операционные расходы на деятельность посредников, обучение посредников и супервизию. Уровень затрат можно существенно снизить при привлечении посредников из числа фермеров (Фо и другие, 2015 г.).



Возможность внедрения среди малообразованного населения: низкая. Необходимы навыки ведения бухгалтерского учета, наблюдений и осуществления замеров. Инструменты для применения среди необразованных фермеров находятся в процессе разработки.



Возможность распространения среди женщин: низкая. Несмотря на то, что в процессе реализации метода учитываются ограничения каждого участника в группе, сложность участия для женщин может заключаться в необходимости обладания навыками грамотности. Если от хозяйства группу посещает мужчина есть вероятность того, что он не передаст информацию женщинам, работающим в хозяйстве.

Факторы, способствующие положительному результату:

→ Наличие организаций, способных адаптироваться и применять метод.

Вероятные сложности:

- Высокие первичные затраты на запуск и реализацию пилотного проекта.
- Длительность цикла реализации.
- Метод подходит для работы с фермерами, обладающими хорошим спектром ресурсов, навыками грамотности и умеющими вести учет.
- Фокусировка на каждом участнике снижает концентрацию внимания на экономических аспектах деятельности и приоритетах участников хозяйства, что препятствует полноценному анализу текущего состояния дел в хозяйстве.

Ж. Мобильная связь (программа «MExtension»)

Мобильная связь представляет собой двухсторонний инструмент коммуникации, применяемый при распространении знаний и консультировании. Программа мобильного распространения знаний способствует распространению информации о продукции в отдаленных и разрозненных поселениях, где есть покрытие мобильной сетью, в режиме реального времени с низкими затратами и применением ряда подходов. Фермеры могут связываться с телецентрами и электронными киосками (помещениями, оснащенными компьютерами, интернетом, телефоном, факсом, принтерами) для получения технической информации, информации о погоде и рынке по телефону или посредством смс-сообщений. Также, они могут оформить подписку на смс-сообщения (иногда за небольшую плату) для регулярного получения информации по выбранным темам, получать информацию через интерактивную голосовую службу (IVR) или компьютерную систему телефонной связи. Консультанты по распространению знаний и консультанты-фермеры связываются с фермерами по телефону для предоставления информации. Программа подразумевает использование мобильных устройств, обычных телефонов и смартфонов, а также подключение через веб-порталы, мобильные приложения, видео, радио, изображения (включая анимированные). Программа мобильного распространения знаний требует разработки содержательной части и соответствующей инфраструктуры (хорошей интернет-линии, обслуживания инфраструктуры), в некоторых случаях также сотрудников, обрабатывающих входящие сообщения и звонки. Организации по распространению знаний также используют службу смс-сообщений для мониторинга, сбора данных с полей (например, отслеживание состояния культур и уровня удовлетворенности клиентов), рассылают опросники посредством сообщений и картируют данные.

→ Цель:	Повышение осведомленности, укрепление связей, предоставление продукции и информации.
→ Содержание:	Информация, технологии/практики.



Охват: от широкого до умеренного.



Простота внедрения: от легкой до умеренно-сложной.



Затраты: от умеренных до высоких (зависит от типа системы). Затраты подразумевают расходы на организацию и развитие инфраструктуры, разработку/адаптацию контента информационного продукта, администрирование системы, обучение персонала, рекламу, обучение клиентов и обслуживание инфраструктуры.

Факторы, способствующие положительному результату:

- Хорошее покрытие мобильной сетью и доступ в сеть Интернет.
- Значительное число фермеров имеют собственные мобильные телефоны или доступ к мобильным устройствам.
- Осведомленность клиентов об услугах.
- Предоставление услуг на бесплатной основе или за минимальную плату.
- Получение обратной связи и оптимизацию услуг с её учетом.
- Создание партнерства между оператором сотовой связи и организациями-распространителями знаний (исследовательскими институтами, метеорологическими службами, информационными рыночными системами) для гарантии качества и регулярного обновления контента.

Вероятные сложности:

- Ограниченность территории покрытия.
- Неумение пользоваться мобильными телефонами для поиска и получения информации, недостаток навыков грамотности для пользования некоторыми из услуг.

11. Поставщики информации из числа представителей местности

Некоторые организации-распространители знаний привлекают местное население для предоставления информации и обучения навыкам пользования мобильными телефонами и электронными инструментами. Например, предоставление информационным службам мобильных телефонов с установленными приложениями, в которых сотрудники службы могут изучать различную информацию (цены на сельскохозяйственные культуры, информацию о погоде). Направленность информационных приложений определяется запросом клиентов. Также, службам предоставляют ноутбуки с доступом в интернет и камерой для просмотра видео роликов и фото изображений или самостоятельной съемки фото и видео, обращение за консультациями к распространителям знаний посредством сети Интернет или мобильной связи. Службы предоставляют информацию по телефону и в переписке. Услуги по предоставлению информации такими службами могут быть платными.

→ **Цель:** Предоставление продукции и информации, повышение осведомленности.

→ **Содержание:** Диагностика и консультирование, технологии/практики, информация.



Охват: ограниченный.



Простота внедрения: от легкой до умеренно-сложной.



Затраты: от низких до умеренных. Затраты подразумевают расходы на обучение информационных служб, предоставление службам оборудования, регулярное обслуживание оборудования, супервизию и технические консультации.



Возможность внедрения среди малообразованного населения: высокая. Поскольку подход подразумевает взаимодействие напрямую, жесткие требования в отношении навыков грамотности отсутствуют.



Возможность распространения среди женщин: высокая. Поскольку подход подразумевает взаимодействие напрямую, в его рамках допустимо привлечение консультантов-женщин что дает возможность распространять информацию среди женщин.

К. Клиники растений

Здоровье растений вдохновлено практикой здравоохранения и подразумевает организацию такого пространства, в котором фермер может проконсультироваться с врачом-растениеводом (консультантом по распространению знаний или агрономом) по вопросам здоровья растений. Во время работы полевой растениеводческой клиники на рынках, во время передвижных ярмарок и на днях фермеров, врачи-растениеводы предоставляют фермерам консультации по наличию информации, печатных материалов и диагностике (по видимым признакам), а также в письменном виде дают рекомендации по лечению. Клиники сохраняют информацию о фермерах, выявленных проблемах и выданных рекомендациях, на основании которой можно оптимизировать процесс принятия решений и реализовывать программу предотвращения распространения заболеваний. Кроме того, такие клиники могут служить в помощь исследователям при постановке приоритетов. Этот метод можно использовать в комбинации с передвижными ярмарками, направленными на профилактику заболевания растений, массовыми акциями по распространению информации и радио-передачами для информирования как можно большего числа фермеров.

→ **Цель:** Повышение осведомленности, предоставление продукции и информации.

→ **Содержание:** Диагностика и консультирование, технологии/практики, информация, знания.



Охват: от умеренного до ограниченного.



Простота внедрения: умеренно-сложная.



Затраты: умеренные. Затраты подразумевают расходы на организацию консультаций, планирование мероприятий, оплату труда сотрудников, обучение сотрудников, рекламу клиник, расходы на мебель и базовое оборудование для проведения консультирования (изображения с симптомами, соответствующая литература, лупы) и предоставление технической информации «врачам». Средние затраты на функционирование клиники в Уганде может достигать 36 долларов США с учетом оплаты труда сотрудников клиники, транспортировки мебели и навесов, сборки навесов, координирования работы и рекламы (Даниэльсен и Мутеби, 2010 г.).



Возможность внедрения среди малообразованного населения: умеренная. «Врачи»-растениеводы предоставляют рекомендации по лечению в письменном виде, что требует от фермеров владения базовыми навыками грамотности.



Возможность распространения среди женщин: умеренная. Метод может оказаться более действенным при работе с мужчинами, а не с женщинами с учетом большей осведомленности мужчин о таких клиниках, меньшей мобильности женщин в целом ввиду их ограниченных временных возможностей, недостатком владения специфическими терминами, которыми оперирует врач, неспособностью читать письменные рекомендации.

Факторы, способствующие положительному результату:

- Организация клиник в одной и той же локации для укрепления к ним доверия среди клиентов.
- Реклама для охвата целевой аудитории фермеров.

Вероятные сложности:

- Необходимость регулярности в работе клиник.
- Функционирование клиники обычно зависит от временных возможностей

- и уровня вовлеченности отдельного «врача», чья недоступность может ограничить сроки реализации программы.
- Необходимость работы с ограничениями, обусловленными гендерными предрассудками и недостатком грамотности.

L. Радио

Радио (FM-станции, региональные и сельские станции) можно использовать в качестве средства распространения знаний. При этом, они могут стать основным инструментом распространения знаний, выступая в качестве одно- или двухканального средства коммуникации и трансляции содержательного наполнения программ сельских консультационных услуг в различном формате (радио-пьесы/ мыльные оперы, интервью с фермерами, радио-пьес/мыльных опер и ток-шоу в режиме реального времени). Радио можно совмещать с другими инструментами ИКТ, например, с мобильными технологиями, просить фермеров дать обратную связь или ответить на вопросы, позвонив на передачу во время её трансляции, портативными диктофонами (MP3-формата), и линиями интерактивной голосовой связи, которые обеспечивают двухстороннюю коммуникацию с целевой аудиторией (например, обсуждение предварительно переданной информации о рыночных ценах, прогнозе погоды, или повторение ранее переданной информации).

При двухсторонней коммуникации трансляции идут на языке местности, фермерам предлагается средство коммуникации между собой и в группах, а также консультирование с техническими экспертами и институтами (консультантами по распространению знаний, предпринимателями, исследовательскими организациями) с учетом индивидуального спроса на направленность сельских консультационных услуг. Радиовещателям необходимо предоставить техническую информацию о ведении сельского хозяйства, процессе выявления потребностей и эффективной коммуникации с производителями, а также об особенностях работы с коммуникационными технологиями.

→ Цель:	<u>Повышение осведомленности, предоставление продукции и информации, обучение, укрепление связей, изменение поведения и отношения, передача полномочий.</u>
→ Содержание:	Информация, технологии/практики, знания.



Охват: от широкого до умеренного. Широта охвата зависит от формата трансляции и от масштаба станции (национальная или региональная).



Простота внедрения: от умеренно-сложной до сложной. Сложность внедрения зависит от формата. Например, интерактивное ток-шоу проще в реализации, чем радио-кампания. В объем работ входит выбор радио-станции, подготовка соержательного наполнения программы, обучение радиовещателей и слушателей, вещание и мониторинг.



Затраты: от низких до умеренных. Затраты подразумевают расходы на оплату труда сотрудников, производственное оборудование, обучение сотрудников, технические тренинги, проводимые агрономами, производственные расходы на создание программы и эфирное время, что разнится от станции к станции. Шесть выпусков трехминутной программы в Боливии о бактериальном увядании картофеля стоили 840 долларов США. Аудиуория составила около 2000 фермеров (0,42 доллара США на фермера) (Бентли и др., 2007 г.). Расходы на трансляцию четырехмесячной программы о метличке абиссинской в Эфиопии составили примерно 0.38 доллара США на фермера (Рао, 2015 г.).



Возможность внедрения среди малообразованного населения: высокая. Трансляция радио-передач на родном языке фермеров способствует охвату необразованных слоев населения.



Возможность распространения среди женщин: высокая. Возможность освещать женские аспекты работы и соответствующие сельскохозяйственные культуры. Время трансляции должно совпадать с возможным свободным временем в рабочем графике женщин. Запись в MP3-формате и последующее прослушивание в группах повышает уровень использования женщинами радио и мобильных технологий.

Факторы, способствующие положительному результату:

- Партнерства между радио-станциями, фермерами, организациями-распространителями знаний, исследовательскими институтами и прочими участниками производственного-сбытовой цепочки сельскохозяйственной отрасли.
- Использование формата или сочетания форматов адекватных содержательному наполнению программы и целевой аудитории.
- Использование радио вместе с прочими ИКТ (мобильными телефонами) для создания двухстороннего процесса коммуникации в сочетании с другими подходами и инструментами распространения знаний (печатными материалами, демонстрациями) для достижения нескольких целей.
- Обучение сотрудников радио-станции различным аспектам, включая развитие программ, использование мобильных телефонов для связи со слушателями, использование голосовых служб, использование и обслуживание оборудования и технического контента.
- Обучение и информирование слушателей о возможности поучаствовать в информационном сеансе посредством звонков или сообщений.
- Привлечение участников сообщества к разработке и внедрению радио-программ в качестве ведущих, корреспондентов, посредников, что дает сообществу больше полномочий и устойчивости в развитии.
- Выявление источников устойчивого финансирования для укрепления независимости и объективности в отношении содержания программ (реклама во время трансляции, плата за смс-поздравления и благодарности во время трансляции).

Вероятные сложности:

- Ввиду недостатка знаний о сельском хозяйстве радио станции не часто работают с распространителями знаний и другими организациями, развивающими сельское хозяйство.
- Сложность и высокая стоимость реализации разнообразных форматов для освещения разносторонних вопросов.
- Неоднозначное отношение к теме программы с учетом направленности работы станции. Коммерческие и частные станции больше настроены на трансляции программ, спонсорами которых выступают дилеры аграрного сектора, государственные же радиостанции склонны освещать инструменты актуальные в национальном масштабе, не углубляясь в особенности ведения хозяйства на местном уровне.

L1. Рекламная радио-кампания

Радио-кампания представляет собой систематическую, структурированную стратегию достижения цели посредством использования нескольких радио – и прочих форматов (рекламные слоганы, сообщения, программы формата вопрос-ответ, смс, радио-пьесы и пр.). Реализация таких кампаний может подразумевать участие фермеров на этапе создания программы, формулирования и предоставления обратной связи. Использование различных форматов и включение разнообразных инструментов по распространению знаний позволяет достигать многих целей посредством реализации радиопрограмм, например, распространение информации о новых видах сельскохозяйственных культур,

техник возделывания, предупреждения фермеров о распространении вредителей или заболеваний или влиянии климатических изменений.

→ Цель:	<u>Повышение осведомленности, предоставление информации и продукции, обучение, укрепление связей, изменение поведения и отношения к вопросу, передача полномочий.</u>
→ Содержание:	Информация, технологии/практики, знания.



Охват: от умеренного до широкого.



Затраты: от низких до умеренных. Затраты подразумевают расходы на сотрудников, производственное оборудование, обучение сотрудников, техническим тренинги, проводимые агрономами, производство программы, эфирное время, что разнится от станции к станции, рекламный контент.

L2. Прослушивание радиопередач в группах

Группы радио слушателей подразумевают взаимодействие между группой слушателей, в которую могут входить от 15 до 40 фермеров, сформированной специально для такого взаимодействия, с радиостанциями. Группы имеют доступ к радио, диктофонам, иногда мобильным телефонам, выявляют и определяют вопросы, которые имеют для них актуальность. Посредники ведут запись таких обсуждений, иногда участники клуба проводят интервью с остальными представителями сообщества. Радиостанции-партнеры транслируют такие программы с целью повысить осведомленность о проблеме. В некоторых случаях радиостанция привлекает к обсуждению поднятых вопросов соответствующих экспертов и законодателей, такие обсуждения также транслируются для фермерских групп. Клубы предоставляют платформу для доступа к информации относительно спектра вопросов, который может включать, например, услуги, доступ к рынку, цены, сельскохозяйственные инновации, повышение осведомленности о вопросах гендерного насилия, а также возможность двухсторонней коммуникации между сообществом и реализаторами программ развития, целью которых является внедрение группой соответствующих мер.

→ Цель:	<u>Повышение осведомленности, передача полномочий, изменение поведения и восприятия, укрепление связей, укрепление социального капитала.</u>
→ Содержание:	Информация, диагностика/рекомендации, знания, навыки.





Охват: от умеренного до ограниченного.



Затраты: от умеренных до низких. В дополнение к расходам на сотрудников, затраты подразумевают расходы на производственное оборудование, обучение сотрудников, эфирное время, что зависит от типа станции и вида рекламы, расходы на посредничество и обучение посредников.






L3. Радио-пьесы (мыльные оперы)

Радио-пьесы (мыльные оперы) представляют собой череду трансляций в течение определенного времени для информирования фермеров о сельскохозяйственных мероприятиях и актуальных вопросах в развлекательном ключе. Пьесы можно комбинировать с прочими инструментами по распространению знаний, такими как печатные материалы. Для создания аутентичных персонажей и сюжета к составлению пьесы необходимо привлекать представителей целевой аудитории. Слушатели могут устраивать групповое прослушивание пьес.

→ Цель:	<u>Повышение осведомленности, изменение поведения и восприятия, предоставление информации и продукции.</u>
→ Содержание:	Информация, знания.
	Охват: широкий.
	Затраты: высокие. В основные затраты входят расходы на предварительное изучение вопроса, производство, рекламу и эфирное время.

М. Сельские ресурсные центры

Сельские ресурсные центры, действующие учебные центры для фермеров или сельскохозяйственные центры подразумевают работу внутри сообщества по предоставлению консультаций по вопросам ведения сельского хозяйства. Центры предоставляют фермерам доступ к технологиям, знаниям и тренингам, способствуют развитию инновационных подходов, интерактивного обучения и сотрудничества внутри профессионального сообщества. Центры, как правило, располагают площадкой для демонстраций и исследований, питомниками, классными комнатами, небольшой библиотекой, офисным пространством, а иногда и жилыми помещениями для расселения приезжих фермеров. Они предлагают ряд услуг, включая обучение (иногда платное), продажу рассады (семян, саженцев) и фермерской продукции, консультирование по технологиям и инновациям посредством демонстрации, доступу к ИКТ и установлению контактов между производителями и рынком. Центры могут реализовывать несколько целей, как тамбо в Перу, специализироваться на широком (растительные культуры, животноводство, пчеловодство, рыболовные угодья, переработка продукции и пр.) или узком спектре сельскохозяйственных аспектов (развитие сельскохозяйственной деятельности (центры Сонгхай) или лесоводстве. Ресурсные центры также работают с актуальными социальными запросами, например, вопросы гигиены человека, доступа к земле и гражданства. Ресурсные центры могут находиться в ведении государственных организаций, распространяющих знания, фермерских организаций и НКО, их штат представлен консультантами по распространению знаний.

→ Цель:	<u>Развитие технологий, опробация и адаптация, предоставление продукции и информации, обучение, расширение инновационных возможностей, содействие установлению связей, укрепление социальных связей.</u>
→ Содержание:	Технологии/практики, навыки, информация, знания.
	Охват: умеренный.
	Простота внедрения: от умеренно-сложной до сложной.
	Затраты: высокие. Затраты подразумевают расходы на землю, инфраструктуру, обучение сотрудников, стоимость администрирования и проведения технических консультаций. Некоторые центры сохраняют финансовый баланс за счет взимания платы за предоставляемые услуги.
	Возможность внедрения среди малообразованного населения: высокая. Благодаря интерактивной природе подхода жесткие требования к наличию навыков грамотности отсутствуют.
	Возможность распространения среди женщин: от умеренной до низкой. Настоящий подход подразумевает непосредственное взаимодействие, демонстрацию практик и технологий, что делает его доступным для женщин. При этом, у женщин может быть ограничено свободное время и отсутствовать возможность посещать центры ввиду обязанностей по дому, ухода за детьми и прочих трудностей (недостаток средств на проезд, культурные ограничения на перемещение).

Факторы, способствующие положительному результату:

- Эффективное управление.
- Коллектив технических специалистов, обладающих техническими и прикладными знаниями с достаточной мотивацией ими делиться.
- Участие в мероприятиях, которые приносят прибыль для поддержания деятельности центра.
- Сотрудничество с официальными, признанными институтами (фермерскими, НКО, народными) для поддержания достоверности предоставляемой информации.
- Размещение центра в легкодоступной местности.

Вероятные сложности:

- Высокие начальные инвестиции (в землю и строения), расходы на администрирование и технические консультации.
- Предоставление новых услуг в соответствии с потребностями фермеров.

N. Учебные кружки

В состав учебного кружка входит от 5 до 20 человек, как правило, действующих членов фермерских организаций, которые регулярно собираются на встречи для обучения и расширения знаний по интересным всем участникам темам. Способ организации кружков может быть разным, однако все они основаны на общих принципах, а именно, на равенстве, демократии, опыте, сотрудничестве, свободе, праве на постановку целей, непрерывности, планировании и активном участии. Для таких групп характерно самоуправление. Лидером, как правило, выступает опытный руководитель из числа фермеров или консультант по распространению знаний. Роль посредника, который не всегда является экспертом, заключается в помощи при структурировании и ведении диалога без отступления от основных тем. При этом, все полномочия по управлению процессом находят в руках самих участников группы. Группа сама определяет график встреч, обычно цикл длится три-четыре месяца. Для укрепления результативности группа может также совершать выезды в поля. Учебные кружки полезны для укрепления фермерских организаций, создания платформы для распространения сельских консультационных услуг с учетом особенностей спроса и укрепления полномочий среди представителей сообщества, для развития. Метод эффективен при работе с любой возрастной категорией, включая молодежь.

→ **Цель:** Передача полномочий, предоставление продукции и информации, укрепление социального капитала, изменение поведения и восприятия.

→ **Содержание:** Знания, технологии/практики, навыки.



Охват: ограниченный.



Простота внедрения: умеренно-сложная.



Затраты: низкие. Затраты подразумевают расходы на обучение посредников, оплату работы посредников (если применимо), учебные материалы, аренду помещения для проведения встреч (если применимо). По данным автора Чипета (2016 г.) если посредник работает с 10 группами по 10 человек в каждой, стоимость запуска и проведения одного учебного кружка составляет 4-6 долларов США на человека.



Возможность внедрения среди малообразованного населения: от умеренной до высокой. Часто требуются навыки чтения и счета.



Возможность распространения среди женщин: от умеренной до высокой.

Требования к грамотности может снизить вероятность участия женщин. При наличии культурологических ограничений в отношении смешанных учебных групп можно проводить группы только для женщин.

Факторы, способствующие положительному результату:

- Четко сформулированные группой задачи и стратегия.
- Непрерывная поддержка со стороны посредников.

Вероятные сложности:

- Опасность превращения учебных кружков в лекционную форму обучения под руководство тренера.
- Осуществление управления процессом самими участниками и обязательный обмен опытом.

О. Учебные поездки

Учебные поездки (полевые или мотивационные) в составе групп численностью от 5 до 20 человек подразумевают посещение незнакомого участка/региона (внутри или за пределами страны) для реализации конкретной цели обучения. Метод может служить реализации различных задач, например, посещение полей производителей, посещение рыбных хозяйств и других сельскохозяйственных угодий для ознакомления с принятыми практиками, посещение исследовательской станции, лаборатории, сельского предприятия, перерабатывающего хозяйства или сельского ресурсного центра для ознакомления с технологиями и практиками. Такой тур может длиться один день, а может и несколько недель, и быть по-разному организован, в частности, размещение для участников может быть организовано силами местных фермеров. Посещение угодий или предприятий дает производителям возможность обменяться опытом, практиками и свежими идеями. Консультанты по распространению знаний берут на себя задачу по организации и планированию тура, включая логистику (проживание, питание,

→ **Цель:** Обучение, повышение осведомленности, предоставлении продукции и информации, укрепление связей.

→ **Содержание:** Информация, технологии и практики, знания.



Охват: ограниченный.



Простота внедрения: умеренно-сложная.



Затраты: от умеренный до высоких. Затраты подразумевают расходы на планирование и организацию учебного тура, транспорт, проживание и питание.



Возможность внедрения среди малообразованного населения: высокая.

Метод непосредственно демонстрирует реальные жизненные ситуации и подразумевает взаимодействие с людьми. Для реализации этих целей нет жестких требований к наличию навыков грамотности.



Возможность распространения среди женщин: от умеренной до высокой.

Для результативной работы в рамках этого метода нет жестких требований к наличию навыков грамотности. При этом, женщины могут не иметь возможности участвовать в поездках ввиду рабочего графика, обязанностей по уходу за детьми и домашней работы или могут быть ограничены в перемещении (необходимость в получении разрешения от мужа на выезд, культурологические ограничения по свободному перемещению и пр.).

поезд). Спонсорами таких туров могут выступать коммерческие организации, исследовательские институты, проектные или фермерские организации, фермеры.

Факторы, способствующие положительному результату:

- Хорошее планирование и организация.
- Четко сформулированные темы.
- Идентификация участков, подходящих для посещения.

Вероятные сложности:

- Отбор участников со схожей сферой интересов, говорящих на одном языке и при этом обеспечение участия специалистов различной направленности (если применимо).
- Поддержание динамики групповой работы.

Р. Телевидение

Телевидение является общедоступным средством распространения аудио и видео информации и повышения интереса к инновациям со стороны работников сельского хозяйства. Среди населения существует доверие к информации, транслируемой по национальным, региональным и частным каналам. В плоскости распространения знаний телевидение можно использовать двумя способами, а именно производить или транслировать программы. Форматы телевизионных консультационных услуг по вопросам сельского хозяйства, транслируемых по государственным и частным каналам могут включать документальные фильмы, передачи о совместном участии, развлекательно-информационные передачи (шоу, конкурсы, пьесы), которые передают содержательную информацию в развлекательной форме. Трансляция может подразумевать односерийные и

→ **Цель:** Повышение осведомленности, предоставление информации и продукции, изменение поведения и восприятия.

→ **Содержание:** Информация, технологии/практики.



Охват: широкий (особенно при наличии национальных и региональных каналов).



Простота внедрения: умеренно-сложная (при наличии соответствующего телевизионного контента); сложная (при необходимости не только транслировать, но и создать программу с нуля).



Затраты: высокие (на производство любого ТВ-контента); от умеренных до высоких (на трансляцию). Затраты на производство и трансляцию ТВ-программ подразумевают расходы на материалы, работу в поле, пред- и пост-продакшн, написание сценария, студийную съемку, редактирование и эфирное время, заработную плату. При организации просмотра в группах необходимо также заложить расходы на обучение, техническое консультирование и оплату труда посредников.



Возможность внедрения среди малообразованного населения: высокая. Требования к наличию навыков грамотности при работе с аудио и видео контентом нет.



Возможность распространения среди женщин: высокая. Отсутствие навыков грамотности не снижает эффективности восприятия аудио и видео контента. С учетом гендерных вопросов контент необходимо создавать с учетом его актуальности для женщин (тема, манера подачи материала), на местном языке, предусмотреть организацию женских групп для просмотра в удобное для участниц время.

многосерийные передачи длительностью от нескольких минут до нескольких часов. Результативность распространения знаний посредством телевидения можно повысить за счет их просмотра в группах с участием посредника.

Наряду с мобильными телефонами телевидение является одним из ключевых средств ИКТ для создания двухстороннего коммуникационного потока (например, в трансляцию ТВ-программы может входить вопрос-ответ) совместно с распространением печатных материалов и полевых демонстраций. Мультимедийные информационно-развлекательные шоу, как, например, кенийская «Shamba Share Up» задействует фермеров, известных телевизионных личностей и экспертов в демонстрациях, обсуждениях, сеансах вопросов и ответов, при дополнительной поддержке за счет распространения печатных материалов и смс-сервиса.

Факторы, способствующие положительному результату:

- Наличие национальных каналов и региональных каналов.
- Наличие электроэнергии.
- Актуальный контент на родном для зрителей языке.
- Реклама о предстоящей трансляции.
- Эфирное время, удобное для зрителей.






Вероятные сложности:

- Производство и трансляция ТВ-программ является очень затратной.
- Само по себе телевидение создает односторонний канал коммуникации.
- Содержание программ, транслируемых по национальным каналам может не иметь актуальности для отдельных регионов. Также, есть вероятность снижения численности аудитории за счет трансляции на чужом для зрителей языке.
- Оплата производства и трансляции программ частными компаниями при возможности рекламировать собственную продукцию.

Q. Видео

Видео, цифровое или аналоговое, является односторонним аудио-визуальным средством коммуникации эффективного распространения информации, знаний, инноваций и свежих идей. Визуализация дает возможность быстрой передачи информации. Производством видео-роликов может заниматься либо профессиональная студия, либо фермеры, прошедшие базовый курс обучения видеопроизводству при участии профессионалов (например, создание учебных видео-роликов при участии фермеров и видео-ролики, снятые фермерами). По опыту видно, что видеоролики на технические темы можно транслировать на разные регионы и страны без адаптации.

Формат видео (DVD или другой компьютерный формат) обеспечивает легкость и доступность воспроизводства на региональном языке и возможность трансляции по телевидению, посредством мобильных сетей, силами поставщиков сельских консультационных услуг, онлайн видео-порталов и пр., или через специальные онлайн видео-порталы, созданные для поддержки сельскохозяйственных инноваций и распространения знаний напрямую для целевой аудитории. Видео можно использовать изолированно, неструктурировано посредством индивидуальных трансляций на ТВ, в видео-пространствах, демонстраций на специализированных мероприятиях (сельских встречах, выездных ярмарках) или как часть структурированного подхода. Использование видео без участия или с минимальным участием посредника допустимо, если освещаемые практики и технологии хорошо знакомы фермерам и активно ими применяются. Видео можно совмещать с другими методами и подходами, например, с растениеводческими клиниками, ярмарками, шоу и передвижными выставками, демонстрациями, распространением печатных материалов.

→ Цель:	<u>Предоставление продукции и информации, обучение, изменение поведения и восприятия</u> , расширение возможностей для инноваций, повышение осведомленности, развитие технологий, тестирование и адаптация.
→ Содержание:	Технологии/практики, знания, информация, навыки.
	Охват: от широкого (неструктурированный подход) до ограниченного (структурированные подходы).
	Простота внедрения: от легкой (неструктурированный подход) до умеренно-сложной (структурированные подходы).
	Затраты: от низких до умеренных. Затраты разнятся в зависимости от характера производства видео-контента, участников процесса (профессионалы, фермеры), вида используемого оборудования и подхода к донесению информации до фермеров (структурированный или нет, массовое производство DVD-дисков). Например, создание копии, распространение и просмотр видео без посредника обходится 0,50 долларов США на фермера (Бентли и др., 2015 г.).
	Возможность внедрения среди малообразованного населения: высокая. Для работы с аудиовизуальным контентом наличие навыков грамотности не требуется.
	Возможность распространения среди женщин: высокая. Женщинам легко включить просмотр видео-роликов в свой плотный рабочий график ввиду непродолжительности большинства из них. При просмотре в группах необходимо предусмотреть удобство месторасположения помещения и учесть временные возможности участниц. Организация женских клубов для просмотра может способствовать увеличению числа просмотров среди женщин.

Факторы, способствующие положительному результату:

- Участие фермеров (включая женщин и молодежь) на всех этапах производства видео-контента, идентификация темы, написание сценария, в качестве действующих лиц, для повышения качества и достоверности.
- Максимальная длительность видео – 20 минут.
- Озвучание на местном языке.
- Привлечение опытных посредников способствует увеличению посещаемости просмотров в группах, предоставление технической информации и повышение доверия к практикам качественно углубляет учебный процесс.
- Создание стратегических союзов при производстве видео-контента способствует укреплению атмосферы совместно вложенных усилий в конечный продукт.

Вероятные сложности:

- Производство видео-контента затратно, как с точки зрения времени, так и с точки зрения финансов.
- Само по себе видео является односторонним каналом коммуникации. При включении видео в процесс обучения его необходимо комбинировать с методами, подразумевающими непосредственное взаимодействие, например, с демонстрациями.
- Необходимость в установке дополнительного оборудования в отдаленных регионах, неподключенных к электросети.
- Техническое обслуживание и ремонт оборудования.

Q1. Просмотр видео в группах с обсуждением

Структурированный подход к использованию видео подразумевает организацию групп по 15-20 человек, которая с определенной периодичностью встречается для просмотра и обсуждения видео. Сеансы обычно организует посредник, фермер или специалист по распространению знаний, на них происходит обсуждение и демонстрация в поле по просмотренной теме. Посредники следуют учебному плану. Дополнительно можно использовать печатные материалы. Просмотр видео в группах с обсуждением хорошо подходит для практик и технологий при реализации которых необходимо проведение тренингов с практической частью.

→ **Цель:** Обучение, предоставление информации и продукции, изменение поведения и восприятия.

→ **Содержание:** Технологии и практики, навыки.



Охват: ограниченный.



Простота внедрения: от умеренной до сложной.



Затраты: от умеренных до высоких. Затраты подразумевают расходы на разработку учебного плана, обучение, технические консультации со стороны посредников, а также стоимость видео-оборудования и печатных материалов. Стоимость клубов по просмотру видео по интегрированному выращиванию какао и предотвращению распространения вредителей в течение шести месяцев составила 78 долларов США на человека (Мюлерман и Дэвид, 2011 г.).

Некоторые инструменты, применяемые при распространении сельскохозяйственных знаний

Обучение на основе участия и совместные действия.

Обучение на основе участия и совместные действия являются методом обучения взаимодействию с сельскохозяйственным сообществом для выявления потребностей, составления плана, отслеживания и оценки эффективности проведенных мероприятий. Экспертам в области распространения знаний необходимо обладать навыками применения инструментов обучения на основе участия и совместных действий с целью реализации метода и его подходов. В состав инструментов входят, в частности:

- Открытые прогулки – прогулка по территории вместе с представителями местного сообщества с целью создания карты распределения ресурсов, систем землепользования и уточнения нюансов ландшафта.
- Оценка уровня благополучия и благосостояния служит для понимания восприятия понятия благосостояния, неравенства, местных индикаторов уровня благосостояния, благополучия, бедности и ранжирования хозяйств по уровню благосостояния.
- Визуализация применяется в помощь сообществам при развитии видения будущего в графической форме.
- Картирование – упражнение в процессе которого представители местности составляют карту распространения ресурсов, систем землепользования и различных учреждений/строений.
- Составление графиков используется для обозначения последовательности событий с учетом временных рамок.
- Календари и «личный зачет» – визуальное средство изображения зон ответственности и непосредственно ответственных.
- Ранжирование – сбор мнений, убеждений, выявление тем, вызывающих обеспокоенность и приоритетов местного населения в отношении таких категорий, как технологии, ограничения, сельскохозяйственные культуры и т.д.
- Собеседования с гибким сценарием – разговоры по сценарию для сбора информации по конкретной теме.

Печатные материалы:

Печатные материалы – средство распространения знаний и информации для производителей и представителей местного сообщества в печатной или визуальной форме, например, в виде:

- постеров;
- брошюр;
- листовок;
- инфографик;
- комиксов;
- буклетов;
- руководств;
- газет;
- календарей и т.д.

Печатные материалы применимы совместно с большинством методов и подходов.

При рассмотрении возможности использования печатных материалов профессионалам в области распространения знаний, следует учитывать такие факторы, как стоимость, наличие дизайнера и полиграфии, способ распространения материалов. Для определения формата материалов и грамотного баланса между

текстовым и визуальным изображением перед созданием материалов важно уточнить уровень грамотности целевой аудитории, местный язык или языковое разнообразие. Для создания актуальных и понятных печатных материалов к их производству рекомендуется привлекать разные категории населения, включая мужчин, женщин и молодежь. Перед запуском в массовое производство рекомендуется представить готовый материал небольшому числу представителей целевой аудитории для проверки на адекватность и соответствие запросам.

Социальные сети

Социальные сети – онлайн инструменты двусторонней коммуникации между производителями и поставщиками услуг. Пользователи социальных сетей могут создавать, сохранять и обмениваться цифровым контентом.

Примеры социальных сетей:

- Фейсбук и Твиттер («Facebook» и «Twitter»);
- Службы обмена сообщениями (например, «WhatsApp»), в которых можно создавать группы и обмениваться разнообразным контентом;
- «Foga», онлайн площадка для обмена мнениями и идеями по конкретным темам;
- Блоги, странички с регулярно обновляемой и дополняемой информацией, которые ведет один или несколько человек, как правило, в неформальном стиле.
- «Wiki», веб-страница или база данных, которую создают группы пользователей, открытая для редактирования всем пользователям.

Производители обмениваются комментариями, отзывами и опытом друг с другом, обращаются за советом к экспертам в области распространения знаний или в области проведения исследований.

Организации предоставляющие консультационные услуги в области ведения сельского хозяйства генерируют информацию о потребностях и актуальном спросе среди фермеров, сводят воедино отзывы от производителей для расширения территории распространения знаний, продвижения своих организаций, сотрудничества между собой на местном и международном уровне.

Деятельность организаций по предоставлению услуг подкрепляется стратегией в соответствии с которой происходит отбор инструментов для реализации обозначенных задач. Для ведения социальных сетей и создания контента для них необходим модератор, который также отслеживает качество публикуемой в постах информации.

В частности, в социальных сетях возможно применение следующих инструментов:

Игры

Для лучшего понимания особенностей восприятия и процесса принятия решений через который проходят фермеры при распространении знаний в области сельского хозяйства применяют игры. Они также могут способствовать повышению уровня эффективности обучения, как участников местного сообщества, так и новичков.

В число игр могут входить:

- Ролевые игры и настольные игры, что дает фермерам возможность обозначить свои приоритеты, а также озвучить непростые темы. Кроме того, их используют для повышения осведомленности и стимулирования запуска процесса изменений в поведении.
- Игры с воспроизведением различных сценариев показывают, насколько хорошо люди реагируют на угрозы, неопределенности, новые возможности, как

принимают решения с учетом знаний, опыта и на основании каких факторов расставляют приоритеты. Этот метод часто применяют в контексте темы управления природными ресурсами. Поскольку профессионалы в области распространения знаний обычно используют стандартный набор игр, перед внедрением метода необходимо проводить предварительную пробу с целевой аудиторией, чтобы убедиться, что игра подходит, как для целей, так и для культурного контекста.

Народный фольклор

Народный фольклор – формы развлекательного контента, например, пьесы, песни, истории, театр марионеток, пословицы и загадки, основанные на традициях. Их можно использовать в связке с методами и подходами по распространению знаний для донесения информации, повышения осведомленности и изменения поведения. Такой контент можно передавать посредством ИКТ (радио, телевидение, видео) или вживую. Для повышения уровня доверия и привлечения внимания в качестве действующих лиц и исполнителей рекомендуется задействовать представителей местного сообщества.

При выборе инструмента необходимо определить формат, наиболее полно передающий суть контента, а также стоимость его производства, необходимо также разработать стратегию распространения.

Секция

2

Выбор метода

Инструкция по работе с матрицей

Настоящий инструмент представляет собой матрицу для принятия решений. Она занимает две страницы. Для выбора наилучшего метода для реализации Ваших целей следуйте этим простым шагам:

Шаг 1

Ознакомьтесь с характеристиками каждого метода, представленными в предыдущей секции.

Ответьте на следующие вопросы в отношении планируемых действий:

- Какую основную цель я преследую/какую основную задачу я намереваюсь реализовать в процессе предоставления консультационных услуг или посредством распространения знаний? Что именно я собираюсь предпринять? (см. колонку 1 на стр. 4: Определение целей/задач).
- Каково содержание моей программы? (см. колонку 2 на стр. 5: Определение содержательной части).
- Каким уровнем грамотности обладает потенциальная аудитория? Что необходимо учитывать при взаимодействии с работниками, не владеющими навыками чтения и письма?
- Какое процентное соотношение женщин и мужчин в целевой аудитории? Есть ли специфические факторы, которые необходимо учитывать при работе с женщинами?

Шаг 2

После ответа на эти вопросы переходите к работе с матрицей.

Шаг 3

- Определите основную задачу с помощью графы «Задачи».
- Определите содержательную часть мероприятий в этом ряду. В соответствующем ряду в третьей колонке указаны методы наилучшим образом подходящие для реализации задачи и её содержательной части. Методы обозначены буквенным кодом: А, В, С, и т.д., см. перечень ниже.

Коды, используемые в матрице решений

Метод	Код	Метод	Код
Стандарты анализа эффективности хозяйства	A	Консультирование по управлению семейными хозяйствами	I
Демонстрационный метод	B	Мобильная связь (mExtension)	J
Учебные группы для фермеров	B1	Поставщики информации из числа представителей местности	J1
Стационарные и передвижные ярмарки и выставки	C	Клиники растений	K
Распространение знаний внутри сообщества фермеров	D	Радио	L
Сельские самозанятые распространители информации	D1	Рекламные радио-кампании	L1
Полевые школы фермеров	E	Прослушивание радиопередач в группах	L2
Полевые школы и школы жизни юного фермера	E1	Радио-пьесы	L3
Бизнес-школа для фермеров	E2	Сельские ресурсные центры	M
Методологии ведения домохозяйства	F	Учебные кружки	N
Иновационные платформы	G	Учебные поездки	O
Учебные мероприятия	H	Телевидение	P
Курсы	H1	Видео	Q
Семинары	H2	Просмотр видео в группах с обсуждением	Q1

Шаг 4

Перейдите ко второй странице матрицы принятия решений и найдите буквенные обозначения методов, выбранных в шаге 3. Теперь ответьте на вопросы в отношении метода и планируемых действий:

- Какую по численности аудиторию я хочу охватить?
- Какие ресурсы и какой их объем есть у меня в наличии для реализации консультационных услуг или услуг по распространению знаний? Например, материальные средства, человеческие ресурсы и пр.
- Каково процентное соотношение грамотных и неграмотных слушателей в составе моей потенциальной целевой аудитории?
- Есть ли женщины в числе моей целевой аудитории?

Оцените возможность донести информацию до аудитории и потенциальный охват, простоту внедрения, затраты и возможность работы с женщинами и малограмотным населением. Если необходимо, еще раз ознакомьтесь с описанием метода. Оцените эффективность метода в применении к конкретно Вашей ситуации. Примите решение о его адекватности или неадекватности условиям. Поступательно оцените каждый метод, начиная с шага 3.

Шаг 5

Постарайтесь ознакомиться с дополнительной литературой по приоритетным методам, если такая доступна (см. ссылки на литературу). Попробуйте разработать свой собственный метод/подход, скомбинировав элементы разных методов или подходов. Проанализируйте содержание с учетом:

- Доступных ресурсов (денежных средств, человеческих ресурсов и их временных возможностей, учебной программы, инструментов по распространению знаний и пр).
- Регуляторного климата и общего культурологического контекста, в котором Вам предстоит работать.
- Информации о Вашей целевой аудитории (язык, культурологические особенности, возраст, социально-экономический статус и пр.).
- Наличия потенциальных партнеров среди радиостанций, НИИ, НКО и пр.
- Опыта и практик, принятых в регионе, где Вы намереваетесь применить метод.

Шаг 6

После проведения анализа контекста, примите окончательное решение в отношении метода, который Вы намереваетесь использовать.

Шаг 7

Оцените эффективность метода и при необходимости внесите изменения.

Матрица принятия решений

Задача	Содержание	Методы
Предоставление продукции информации	Информация	B • B1 • C • D • D1 • H • L • L1 • L2 • L3 • M • O • P • Q • Q1
	Технологии и практики	B • B1 • C • D • D1 • H • J • J1 • L1 • M • O • P • Q • Q1
	Знания	Неприменимо
	Диагностика и консультирование	D1 • J1 • K
	Навыки	Неприменимо
Повышение осведомленности	Информация	C • J • J1 • K • L • L1 • L2 • L3 • O • P • Q
	Технологии/практики	B • B1 • C
	Знания	Неприменимо
	Диагностика и консультирование	Неприменимо
	Навыки	Неприменимо
Развитие технологий, апробация и адаптация	Информация	G
	Технологии/практики	B • B1 • E • M • Q
	Знания	G
	Диагностика/консультирование	Неприменимо
	Навыки	G
Обучение	Информация	A • D • D1 • H • L • L1 • M • O
	Технологии/практики	B • B1 • D • D1 • E • E1 • H • I • M • Q • Q1
	Знания	A • E • E1 • H • I • L • L1
	Диагностика и консультирование	Неприменимо
	Навыки	A • B • B1 • D • D1 • E • E1 • E2 • F • H • H1 • H2 • I • M • Q • Q1
Укрепление социального капитала	Информация	G
	Технологии/практики	G
	Знания	G
	Диагностика и консультирование	Неприменимо
	Навыки	E • E1 • F • L2 • M • N
Передача полномочий	Информация	G
	Технологии/практики	G
	Знания	A • E • E1 • F • G • I • L2 • N
	Диагностика и консультирование	A • L2
	Навыки	E • E1 • F • I • N
Наращивание инновационного потенциала	Информация	Неприменимо
	Технологии/практики	Неприменимо
	Знания	E • G • M • Q
	Диагностика и консультирование	Неприменимо
	Навыки	E • M • O
Укрепление связей	Информация	C • D1 • J • L • L1 • L2 • M • O
	Технологии/практики	E • E1 • M
	Знания	Неприменимо
	Диагностика и консультирование	M
	Навыки	Неприменимо
Изменения поведения и восприятия	Информация	I • L1 • L2 • L3 • P • Q
	Технологии/практики	Неприменимо
	Знания	E • E1 • H • H1 • H2 • I • L1 • L2 • L3 • N • Q1
	Диагностика и консультирование	Неприменимо
	Навыки	Неприменимо



Методы	Страница	Охват			Простота внедрения			Затраты			Возможность внедрения среди малообразованного населения			Возможность распространения среди женщин			Первичное решение		
		Широкий	Умеренный	Ограниченный	Легко	Умеренно-сложно	Сложно	Низкая	Умеренная	Высокая	Высокая	Умеренная	Низкая	Высокая	Умеренная	Низкая	Да	Нет уверенности	Нет
A	Стандарты для анализа эффективности хозяйства			●			●			●					●				
B	Демонстрационный метод		●			●			●					●					
B1	Учебные группы для фермеров			●		●			●					●					
C	Стационарные и передвижные ярмарки и выставки	●				●		Собрания	●	Ярмарки					●				
D	Распространение знаний внутри сообщества фермеров		●			●			●					●					
D1	Сельские самозанятые распространители информации		●			●			●					●					
E	Полевые школы фермеров			●		●			●					●					
E1	Полевые школы и школы жизни юного фермера			●		●			●					●					
E2	Бизнес-школа для фермеров			●		●			●					●					
F	Методологии ведения домохозяйства		●			●			●					●					
G	Инновационные платформы			●		●			●					●					
H	Учебные мероприятия		●			●			●					●					
H1	Курсы			●		●			●					●					
H2	Семинары			●		●			●					●					
I	Консультирование по управлению семейными хозяйствами			●		●			●					●					
J	Мобильная связь	●				●			●			IVR	CMC	●					
J1	Поставщики информации из числа представителей местности			●		●			●					●					
K	Клиники растений			●		●			●					●					
L	Радио	●				●			●					●					
L1	Рекламные радио-кампании	●				●			●					●					
L2	Прослушивание радиопередач в группах			●		●			●					●					
L3	Радио-пьесы	●				●			●					●					
M	Сельские ресурсные центры		●			●			●					●					
N	Учебные кружки			●		●			●					●					
O	Учебные поездки			●		●			●					●					
P	Телевидение	●				●			●					●					
Q	Видео	*		**		*	**		●					●					
Q1	Просмотр видео в группах с обсуждением			●		●			●					●					

* неструктурированные подходы ** структурированные подходы

Ссылки на использованную литературу и источники

А. Стандарты анализа эффективности хозяйства

Kahan, D. 2013. Farm business analysis using benchmarking. FAO, Rome.

В. Демонстрационный метод

Apina, H.T. 2009. Conservation agriculture demonstration guide. Sudan Productive Capacity Recovery Programme (SPCRP). FAO, EU and Government of Southern Sudan. Available at: http://www.fao.org/ag/ca/Training_Materials/CA_demonstration_guide_Sudan.pdf

Bell, M. & Rickman, J. 2012. The Farm Walk – Farm-Led Demonstrations. Factsheet. UC Regents Davis campus. Available at: http://afghanag.ucdavis.edu/other-topic/culture-and-extension/fact-sheets/FS_Ext_Farm_Walk.pdf/view

Cai, T., Rodriguez, L. & Abbott, E. 2014. The ability of training approaches to reduce agricultural knowledge gaps between men and women in rural Uganda. *Journal of International Agricultural and Extension Education*, 21(2): 17–31. Available at: https://www.iaaee.org/attachments/article/1596/2014-212_final.pdf

Daudu, S. 2009. Problems and prospect of folk media usage for agricultural extension service delivery in Benue State, Nigeria. *Journal of Human Ecology*, 25(1): 19–24. Available at: <http://www.krepublishers.com/02-Journals/JHE/JHE-25-0-000-09-Web/JHE-25-1-000-2009-Abst-PDF/JHE-25-1-019-09-1664-Daudu-S/JHE-25-1-019-09-1664-Daudu-S-Tt.pdf>

Gerber, C. K., Hillger, D. & Maddy, B. 2015. Planning and Conducting Field Demonstration Tours. *Journal of Extension*, 53(5): Online article 5TOT10. Available at: <https://joe.org/joe/2015october/tt10.php>

Hancock, J. 1997. Extension Education: Conducting Effective Agricultural Demonstrations. University of Kentucky Cooperative Extension Service. Available at: <http://www2.ca.uky.edu/agcomm/pubs/id/id111/id111.htm>

HELVETAS Swiss Intercooperation. 2015. SLMP Training for Resource Persons on Participatory Extension. Collection of published Concept Notes 2015. Helvetas Afghanistan and SDC. Available at: https://assets.helvetas.ch/downloads/e6a_extension_methods.pdf

ICAR. No date. Front-line demonstration. Umiam (Barapani), INDIA. Available at: www.icarzcu3.gov.in/kvk/technical/9.pdf

Nafziger, E.D. 1984. Use of demonstration plots as extension tools. *Journal of Agronomic Education*, Available at: <https://www.agronomy.org/files/publications/nse/pdfs/jnr013/013-01-0047.pdf>

Richardson, J.G. 2003. On-farm demonstrations: consideration factors for their success and viability as an extension teaching tool. *South African Journal of Agricultural Extension*, 32: 114–124. Available at: <http://www.ajol.info/index>.

С. Учебные группы для фермеров

Government of Bangladesh. Agricultural Extension Manual Chapter. Available at: http://dae.portal.gov.bd/sites/default/files/files/dae.portal.gov.bd/publications/295f75c5_f491_4f9c_bd63_86f3268e231d/Extension_Manual_Chapt10.pdf

Ifenkwe, G.E. 2012. Organizing agricultural shows and fairs in Nigeria. *International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development*, 1(4): 74–87. Available at: <http://www.hrmars.com/admin/pics/1185.pdf>

INTA [Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, Argentina] No date. [website] http://www.intaexpone.gov.ar/?page_id=82

ITU [International Trade Centre] 2012. Basics for organizing trade fairs a guide for developing countries. Technical paper. Geneva, ITU. Available at: <http://www.intracen.org/Basics-for-organizing-trade-fairs/>

Odhiambo, D. and Muthuri, M. 2013. [article on line] Evergreen and Strengthening Rural Institutions represented at the East African Farmer Innovation Fair. World agroforestry news on-line. Available at: <http://www.worldagroforestry.org/sites/default/files/Evergreen%20and%20Strengthening%20Rural%20Institutions%20represented%20at%20the%20East%20African%20Farmer%20Innovation%20Fair.pdf>

D. Распространение знаний внутри сообщества фермеров

FAO [Food and Agriculture Organization of the United Nations]. 2016. Asistencia Técnica y Extension Rural Participativa en América Latina. FAO, Lima.

Franzel, S., Degrande, A., Kiptot, E., Kirui, J., Kugonza, J., Preissing, J. & Simpson, B. 2015. Farmer-to-farmer extension. Note 7. GFRAS Good Practice Notes for Extension and Advisory Services. Global Forum for Rural Advisory Services: Lindau, Switzerland. Available at: <http://www.g-fras.org/en/download.html>

Franzel, S., Wambugu, C., Nanok, T. & Coe, R. 2011. The 'model farmer' extension approach revisited: Are expert farmers effective innovators and disseminators? In: CTA, Proceedings of the International Conference on Innovations in Extension and Advisory Services: Linking Knowledge to Policy and Action, 15–18 November 2011, Nairobi, Kenya. Wageningen, the Netherlands, CTA. Available at: http://extension.cta.int/pages/Documents/Tools%20and%20Approaches/2.Changing%20Concepts%20and%20Functions%20to%20Empower%20Farmers/CTA129%20Changing%20Concepts%20and%20Functions%20to%20Empower%20Farmers_Franzel_04.pdf

JICA, NACA and DoF. 2013. Proceedings of the International Symposium on Small-scale Freshwater Aquaculture Extension, 2–5 December 2013, Bangkok, Thailand. Available at: <https://www.jica.go.jp/thailand/english/office/topics/c8h0vm00008umorn-att/131205.pdf>

Kiptot, E., Franzel, S. and Kirui J. 2012. Volunteer farmer-trainers: improving smallholder farmers' access to information for a stronger dairy sector. *World Agroforestry Centre Policy Brief*, No. 13. Nairobi. Available at: <http://www.worldagroforestry.org/downloads/publications/PDFS/PB12236.PDF>

Simpson, B., Franzel, S., Degrande, A., Kundhlande, G. & Tsafack, S. 2015. Farmer to farmer extension: issues in planning and implementation. *MEAS Technical Note*. Urbana, IL. USA. Modernizing Extension and Advisory Services, USAID.

Tsafack, S., Degrande, A., Franzel, S. & Simpson, B. 2014. Farmer-to-farmer extension in Cameroon: a survey of extension organisations. *ICRAF Working Paper*, No. 182. Nairobi, World Agroforestry Centre.

Van Campenhout, B. 2013. Is There an App for That? The Impact of Community Knowledge Workers in Uganda. *IFPRI Discussion Paper*, 01316. Development Strategy and Governance Division. IFPRI.

Wellard K., Rafanomezana, J., MNyirenda, M., Okotel, M. & Subbey, V. 2013. A review of community extension approaches to innovation for improved livelihoods in Ghana, Uganda and Malawi. *The Journal of Agricultural Education and Extension*, 19 (1): 21–35.

Available at: <http://www.selfhelpafrica.org/downloads/CEA-approaches-review-ghana-uganda-malawi.pdf?eca494>

Е. Полевые школы фермеров

Anandajayasekeram, P., Davis, K. & Workneh, S. 2007. Farmer field schools: an alternative to existing extension systems? Experience from Eastern and Southern Africa, *Journal of International Agricultural and Extension Education*, 14(1): 81–93. Available at: <https://www.aiaee.org/attachments/article/125/Anandajayasekeram%2014.1-7.pdf>

Bentley, J.W., Barea, O., Priou, S., Equise, H. & Thiele, G. 2007. Comparing Farmer Field Schools, Community Workshops, and Radio: Teaching Bolivian Farmers about Bacterial Wilt of Potato. *Journal of International Agricultural and Extension Education*, 14(3): 45–61. Available at: https://www.aiaee.org/attachments/137_Bentley-Vol-14.3-4.pdf

Braun, A., Jiggins, J., Röling, N., van den Berg, H. & Snijders, P. 2006. A global survey and review of farmer field school experiences. ILRI. Available at: <http://www.share4dev.info/kb/documents/1880.pdf>

Chuluunbaatar, D. & Yoo J. 2015. A Shift in Global Perspective Institutionalizing Farmer Field School. Rome, FAO.

Dhamankar, M. & Wongtschowski, M. 2014. Farmer Field Schools (FFS). Note 2. GFRAS Good Practice Notes for Extension and Advisory Services. GFRAS. Lindau, Switzerland.

FAO/WFP. 2007. Getting started! Running a Junior Farmer and Life Field School. Rome, FAO. Available at: <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/010/a1111e/a1111e01.pdf>

FAO. 2011. Farm Business school Training of Farmers Programme South Asia Handbook. Bangkok, FAO. Available at: <http://www.fao.org/docrep/014/i2137e/i2137e00.pdf>

GFRAS. 2013. Summary of the e-discussion of Mobilizing Extension and Advisory Services to Improve Food Security and the Livelihoods of the Rural Poor. GFRAS-MEAS-USDA/NIFA. Available at: <http://www.g-fras.org/en/forum/mobilizing-extension/338-1st-question-what-approaches-methods-tools-are-available-for-delivery-of-advisory-services-and-scaling-up.html?start=6>

Groeneweg, K., Buyu, G., Romney, D. & Minjauw, B. 2006. Livestock farmer field schools – Guidelines for facilitation and technical manual. ILRI, Nairobi.

May, L. 2014. Farmer to farmer experience sharing, mutual learning and dissemination of good practices for an improved agricultural production. An experience from Food Security and Livelihoods Program (2011-2014). Kayah State, ACF Myanmar Mission. Available at: http://www.themimu.info/sites/themimu.info/files/assessment_file_attachments/140725_FFS_capitalization_Final_2.pdf

Petricis, H., Blum, M., Kaaria, S., Tamma, P. & Barale, K. 2015. Enhancing the potential of family farming for poverty reduction and food security through gender-sensitive rural advisory services. Rome, FAO.

SUSTAINET EA. 2010. Technical Manual for farmers and Field Extension Service Providers: Farmer Field School Approach. Nairobi, Sustainable Agriculture Information Initiative. Available at: http://www.fao.org/ag/ca/CA-Publications/Farmer_Field_School_Approach.pdf

Waddington, H. & White, H. 2014. Farmer field schools: from agricultural extension to adult education, 3ie Systematic Review Summary 1. London, International Initiative for Impact Evaluation (3ie).

F. Методологии ведения домохозяйства

IFAD [International Fund for Agricultural Development][website]. Household Methodologies. Available at: https://www.ifad.org/topic/household_methodologies/overview

G. Инновационные платформы

Tucker J, Schut M. & Klerkx L. 2013. Linking action at different levels through innovation platforms. *ILRI Innovation Platforms Practice Brief* 9. <http://cgspace.cgiar.org/bitstream/handle/10568/34163/Brief9.pdf?sequence=1>

Posthumus, H. & Wongtschowski, M. 2014. GFRAS Good Practice Notes for Extension and Advisory Services. Innovation Platforms. Note 1. GFRAS: Lindau, Switzerland. Available at: <http://www.g-fras.org/en/good-practice-notes/innovation-platforms.html?showall=&start=2#5Note1>

Tucker, J., Cullen, B., Amsalu, A. & Ludi, E., 2014. Innovation Platforms to Enhance Participation in Rainwater Management: Lessons from The Nile Basin Development Challenge with a Particular Focus on Political Economy and Equity Issues. Colombo, Sri Lanka: CGIAR Challenge Program on Water and Food (CPWF). CPWF Research for Development (R4D) Series, no. 11. 40p.

Mulema, A.A., Snyder. K.A., Ravichandran, T. & Becon, M. 2015. Addressing gender dynamics in innovation platforms. *ILRI Innovation platforms practice brief*, No. 14.. Available at: https://www.researchgate.net/profile/Annet_Mulema2/publication/283507196_Addressing_gender_dynamics_in_innovation_platforms/links/563c4c9508aec6f17dd5105e/Addressing-gender-dynamics-in-innovation-platforms.pdf?origin=publication_detail

van Rooyen, A., Swaans, K., Cullen, B., Lema, Z. and Mundy, P. 2013. Facilitating innovation. *ILRI Innovation platforms practice brief*, No. 10. ILRI, Nairobi.

H. Учебные мероприятия

Barrack K.R. (ed). 2012. Methods and techniques for effective teaching in extension and advisory services. *AMEAST Training*. USAID. Available at: <http://www.usaid.gov/locations/east-africa-and-middle-east/education-and-training/ameast-training/>

Bationo, A., Waswa, B., Okeyo, J.M., Maina, F. & Kihara, J.M. (eds). 2011. *Innovations as Key to the Green Revolution in Africa* Vol. 1: Exploring the Scientific facts. New York, USA. Springer.

Bellwood-Howard, I. 2012. Research and dissemination methods for non-literate contexts. University for Development Studies, Harmattan School conference: Literacy and the Millennium Development Goals. Ghana Institute of Linguistics, Literacy and Bible Translation Conference Centre, 6-8 February 2012, Tamale, Ghana. Available at: <http://www.uds.edu.gh/docs/2015/ICEIR/2012/Bellwood-Howard,%20Research%20and%20dissemination%20methods%20for%20non%20literate%20contexts.pdf>

Bentley, J.W., Barea, O., Priou, S., Equise, H. & Thiele, G. 2007. Comparing Farmer Field Schools, Community Workshops, and Radio: Teaching Bolivian Farmers about Bacterial Wilt of Potato. *Journal of International Agricultural and Extension Education*, 14(3): 45–61. Available at: https://www.iaee.org/attachments/137_Bentley-Vol-14.3-4.pdf

Dalsgaard, J.P.T., Minh, T.T., Giang, V.N. & Riise, J.C. 2005. Introducing a farmers' live-stock school training approach into the national extension system in Vietnam. *Agricultural Research & Extension Network, Network Paper*, No. 144. Available at: <https://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/5170.pdf>

Fox, J., Hebert, L., Martin, K. & Bairnsfather, B. 2009. An Examination of the Benefits, Preferred Training Delivery Modes, and Preferred Topics of 4-H Youth Development Volunteers. *Journal of Extension*, 47(1): Online article 1RIB2. Available at: <http://www.joe.org/joe/2009february/rb2.php>

Hanson, J.C., Johnson, D.M., Miller, R.J. & Adams, D.C. 2006. Training Extension Professionals from Developing Countries Through Educational Workshops Conducted in the United States. *Journal of extension*, 44(5): Online article 5FEA6. Available at: <http://www.joe.org/joe/2006october/a6.php>

HELVETAS Swiss Intercooperation. 2015. SLMP Training for Resource Persons on Participatory Extension. Collection of published Concept Notes, 2015. Helvetas Afghanistan and SDC. Available at: https://assets.helvetas.ch/downloads/e6a_extension_methods.pdf

Khin Mar Cho, 2002. Training Needs of Agricultural Extension Agents in Myanmar. Proceedings of the 18th Annual AIAEE Conference. Durban, South Africa. Available at: <https://www.aiaee.org/attachments/article/1322/cho72-80.pdf>

Unesco (website). Learning Knowledge and Skills for Agriculture and Rural Livelihoods. Literature findings and research design. Power point presentation. Available at: <http://www.unesco.org/education/Globalseminar-literature-research-design.pdf>

I. Консультирование по управлению семейными хозяйствами

Faure, G., Pautrizel, L., de Romémont, A., Toillier, A., Odru, M. & Havard, M. 2015. Management Advice for Family Farms to Strengthen Entrepreneurial Skills. *GFRAS Good Practice Notes for Extension and Advisory Services*, Note 8. GFRAS, Lindau, Switzerland.

Faure, G. & Kleene, P. 2004. Lessons from new experiences in Extension in West Africa: MAFF and farmers governance. *The Journal of Agricultural Education and Extension* 10(1).

Faure, G., Toillier, A. & Ismail, M. 2013. How to address up-scaling and sustainability of innovative advisory services: the case of management advice for family farms in Africa. CIRAD, UMR Innovation, France & Burkina Faso. From: http://ifsa.boku.ac.at/cms/fileadmin/Proceeding2014/WS_1_2_Faure.pdf

Faure, G., Dugué, P. & Beauval, V. 2004. Conseil à l'exploitation familiale. Expériences en Afrique de l'Ouest et du Centre Coédition Gret-Cirad.

J. Мобильная связь (программа «mExtension»)

Barrantes, R. & Agüero, A. 2014. Mobile phones for agricultural extension in Peru. In: Mobile phones for agricultural extension. Worldwide mAgri Innovations and Promise for Future. New India publishing Agency, New Delhi.

E-krishok website: <http://wp.ekrishok.com/>

GSMA. 2016. The mobile economy. GSM Association. London, UK. Available at: <https://www.gsmainelligence.com/research/?file=97928efe09cdba2864cdcf1ad1a2f-58c&download>

Saravanan, R. & Suchiradipta, B. 2015. mExtension – Mobile Phones for Agricultural Advisory Services. *GFRAS Good Practice Notes for Extension and Advisory Services*, Note 17. GFRAS, Lindau, Switzerland. Available at: <http://www.g-fras.org/en/good-practice-notes/mextension.html>

Saravanan, R. 2014. Mobile phones for agricultural extension. In: Worldwide mAgri Innovations and Promise for Future. New India publishing Agency, New Delhi.

Van Campenhout, B. 2013. Is there an app for that: the impact of community knowledge workers in Uganda. *IFPRI Discussion Paper*, 01316. Development Strategy and Governance Division. IFPRI

K. Клиники растений

Boa, E., Franco, J., Chaudhury, M., Simbalaya, P. and Van Der Linde, E. 2016. Plant Health Clinics. Note 23. *GFRAS Good Practice Notes for Extension and Advisory Services*. GFRAS: Lausanne, Switzerland.

Danielsen, S. and Mutebi, E. 2010. The introduction of mobile clinics to Uganda. Technical report. University of Copenhagen, Makerere University, Cabi.

Negussie, E., Karanja, P., Day, R., Romney, D., Reeder, R., Boa, E., Muriithi, C., Kamau, R., Phiri N., Danielsen, S., Murage, N., Gitare, I., Wanjiku, R., Mutisya, J., Ngige, D., Kimani M., and Festus, W., 2011. Innovations in extension and advisory services international conference role of plant health clinics in meeting the needs of small-scale farmers for advisory services: experiences from eastern Africa in Proceedings of "Innovations in Extension and Advisory Services: Linking Knowledge to Policy and Action for Food and Livelihoods" conference organised by CTA, Nairobi, Kenya, from 15-18 November 2011. Available at: http://extension.cta.int/pages/Documents/Tools%20and%20Approaches/4.Innovative%20Communication/CTA129%20Innovative%20Communication_Negussie_04.pdf

Remco Mur, R. Williams, F. Danielsen, S. Audet-Bélanger, G. Mulema, J. eds. 2015. Listening to the silent patient. Uganda's journey towards institutionalizing inclusive plant health services. *CABI working paper 7*. CABI publishing. Available at: <http://www.cabi.org/Uploads/CABI/about-us/Scientists%20output/Listening%20to%20the%20silent%20patient.pdf>

L. Радио

ACDI/VOCA [website]. ICT Helps Development Efforts Go Farther and Faster for Real-Time Impact. Available at: <http://52.0.15.52/our-approach/cross-cutting-approaches/information-and-communication-technology-ict>

Acunzo, M., Pafumi, M., Torres, C. & StellaTirol, M. 2012. Communication for rural development sourcebook. Rome, FAO. Available at: <http://www.fao.org/3/a-i3492e.pdf>

Aditeshwar S. 2009. Understanding and Meeting the ICT needs of Community Radio Stations. New Delhi, IIT Delhi.

Bentley, J.W., Barea, O., Priou, S., Equise, H. & Thiele, G. 2007. Comparing Farmer Field Schools, Community Workshops, and Radio: Teaching Bolivian Farmers about Bacterial Wilt of Potato. *Journal of International Agricultural and Extension Education*, 14(3): 45–61. Available at: https://www.aiaee.org/attachments/137_Bentley-Vol-14.3-4.pdf

Chapman, R., Blench, R., Kranjac-Berisavljevic, G. & Zakariah, A.B.T. 2003. Rural radio in agricultural extension: The example of vernacular radio programs on soil and water conservation in N. Ghana. Network Paper No. 127. Agricultural Research & Extension Network, ODI. Available at: www.odi.org/resources/docs/5200.pdf

FAO. 2015. Dimitra Clubs: a unique approach. Dimitra Listeners club. Factsheets. Rome, FAO. Available at: <http://www.fao.org/3/a-i4706e.pdf>

Farm radio International. 2014. Farmer Radio in Sub-Saharan Africa: A Snapshot. Final Report of the African Rural Radio Program Analysis (ARRPA) Project. Ottawa, Farm Radio Research Initiative. Available at: <http://www.farmradio.org/wp-content/uploads/Farm-Radio-International-ARRPA-Report-April-2014.pdf>

Farm Radio International. 2011. The new age of Radio. How ICTs are changing the rural radio in Africa. Ottawa, Farm Radio Research Initiative. Available at: <http://www.farmradio.org/wp-content/uploads/farmradioictreport20111.pdf>

Farm Radio International. 2011. The Participatory Radio Campaigns and food security. How radio can help farmers make informed decisions. Ottawa, Farm Radio Research Initiative. Available at: <http://www.farmradio.org/wp-content/uploads/farmradio-prcreport20111.pdf>

GFRAS. 2012. Investments in agricultural extension and information systems. Switzerland, GFRAS. Available at: <http://www.g-fras.org/fileadmin/UserFiles/Documents/Framesand-guidelines/Financing-RAS/Investments-in-Agricultural-Extension-and-IS.pdf>

Gilberds, H. & Myers, M. 2012. Radio, ICT convergence and knowledge brokerage: lessons from sub-Saharan Africa. *IDS Bulletin*, 43(5): 76–83.

FAO/FES. 2003. The one to watch – Radio, New ICTs and Interactivity. Edited by B. Girard, Rome, FAO. Available at: <ftp://ftp.fao.org/sd/sdr/sdre/ruralradio/publications/The%20One%20to%20Watch/pdf/1-2watch.pdf>

New agriculturist on line. 2005. [online blog]. Agriculture comes clean with soap. Available at: <http://www.new-ag.info/05-2/develop/dev03.html>

Rao, S. 2015. Using Radio in Agricultural Extension. *GFRAS Good Practice Notes for Extension and Advisory Services, Note 18*. GFRAS, Lindau, Switzerland. Available at: <https://www.g-fras.org/en/savoirfr/global-good-practices.html?download=357:ggp-note-18-using-radio-in-agricultural-extension>

Sullivan, B. 2011. How ICTs are changing rural radio in Africa. The new age of radio. African Farm Radio Research Initiative. Available at: <http://bit.ly/farmradioict>

Ulbricht M. 2010. [online blog]. Mobile Tech In Community Radio. Available at: <http://www.mobileactive.org/state-SMS-and-mobile-technology-community-radio-stations>

М. Сельские ресурсные центры

Bicksler, A.J., Bates, R., Burnette, R. & Thansrithong, B. 2014. The Current and Future Roles of Small Farm Resource Centers in Extension and Advisory Services. Synthesis report from seven case studies in Southeast Asia. MEAS. Available at: <http://dev.meas.illinois.edu/wp-content/uploads/2015/08/MEAS-CS-SFRC-0-Synthesis-and-Lessons-Learned-November-2014.pdf>

CTA. 2015. Rural resource centres: bringing agricultural services closer to farmers. Fact sheet, guidebook and poster. Wageningen, CTA.

Degrade, A., Siohdjie Yeptiep, Y., Franzel, S., Asaah, E., Takoutsing, B., Tsobeng, A. & Tchoundjeu, Z. 2014. Disseminating agroforestry innovations in Cameroon: are relay organisations effective? pp. 221–230, in: B. Van Lauwe, P. Van Asten and G. Blomme, (eds). *Agro-ecological Intensification of Agricultural Systems in the African Highlands*. Routledge, New York, USA.

Degrade, A., Tchoundjeu, Z., Kwidja, A. & Fongang Fouepe, G. 2015. Rural Resource Centres: A Community Approach to Extension. GFRAS Good Practice **Notes for Extension and Advisory Services, Note 10**. GFRAS, Lindau, Switzerland.

Degrade, Z. Tchoundjeu & R. Kwidja. 2015. Farmers Rural resource centres: Farmer centred approach to extension. In: *CTA Top 20 Innovations that Benefit Smallholder Farmers*. Available at: http://publications.cta.int/media/publications/downloads/1831_PDF.pdf

N. Учебные кружки

Agriterra. 2014. [online blog] Training in integrated farming system. Available at: <https://agriterra.org/training-in-integrated-farming-system-58460/>

Chipeta, S., Chonde, C., & Sekeleti, M. 2016. Farmer Study Circles. GFRAS Good Practice Notes for Extension and Advisory Services. Note 20. GFRAS: Lausanne, Switzerland.

Ljung, M., Richert, A., & Gibbon, D. 1998. Extended Study Circles as a Means of Facilitating Change. In: Osewe, D.O., Ochola, W., Kharde, P.B. no date. Influence of Study Circle Extension Strategy on Technology Dissemination in Kenya. Available at: https://www.academia.edu/15253891/Influence_of_Study_Circle_Extension_Strategy_on_Technology_Dissemination_in_Kenya

Pokrzywnicka, A. 2015. [online blog] Study Circle. Swedish method of adult education. Available at: <https://ec.europa.eu/epale/en/blog/study-circle-swedish-method-adult-education>

Study Circles Resource Centre (SCRC). 1998. A Guide for Training Study Circle Facilitators. Topsfield Foundation, Inc. (TFI). Available at: http://www.awcnet.org/documents/tools_studycirclefacilitatorsguide.pdf

We effect study circle material: <http://www.weeffect.org/about-us/resources-2/africa/>

O. Учебные поездки

FAO. No date. Guide to extension training. Available at: <http://www.fao.org/docrep/t0060e/T0060E07.htm>

Myers, B. & Jones, L. Effective Use of Field Trips in Educational Programming: A Three Stage Approach. University of Florida, IFAS Extension. Available at <http://edis.ifas.ufl.edu/wc054>

NALEP [National agriculture and livestock extension programme]. 2011. A guide to effective extension methods for different situations. Kenya. Available at: <http://www.nafis.go.ke/wp-content/uploads/2012/05/extension-methods.pdf>

P. Телевидение

Adekunle, A.A., Onyibe, J.E. Ogunyinka, O.M., Omenesa, Z.E., Auta, S.J. & Kuyello, A.U. 2002. Agricultural information dissemination: an audience survey in Kano State. Information and Communication Support for Agricultural Growth in Nigeria (ICS-NIGERIA). International Institute of Tropical Agriculture (IITA), Ibadan, Nigeria.

ACAR [Africa Centre for Applied Research] 2013. Report for Mediae: Shamba Shape Up Series One Development Benefit and Systemic Impact. Nairobi, Kenya.

Chachhar, A.R., Hassan, S.H.J., Omar, S.Z & Soomro, B. 2012. The Role of Television in Dissemination of Agriculture Information among Farmers *Journal of Applied Environmental and Biological Sciences*, 2(11): 586–591. Available at: [http://www.textroad.com/pdf/JAEBS/J.%20Appl.%20Environ.%20Biol.%20Sci.,%202\(11\)586-591,%202012.pdf](http://www.textroad.com/pdf/JAEBS/J.%20Appl.%20Environ.%20Biol.%20Sci.,%202(11)586-591,%202012.pdf)

Ducheneaut, N., Moore, R.J., Oehlberg, L., Thornton, J.D. & Nickell, E. no date. Social TV: Designing for Distributed, Sociable Television Viewing. Available at: <https://www.parc.com/content/attachments/social-tv-ijhci.pdf>

Nazari, M.R. & Hassan, M.S.B.H. 2011. The role of television in the enhancement of farmers' agricultural knowledge. *African Journal of Agricultural Research*, 6(4): 931–936. Available at: http://www.academicjournals.org/article/article1380895095_Nazari%20and%20Hassan.pdf

Khalid Alam, M. & Haque, A. 2014. Contribution of Television Channels in Disseminating Agricultural Information for the Agricultural Development of Bangladesh: A Case Study. DigitalCommons@University of Nebraska – Lincoln. Available at: <http://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2553&context=libphilprac>

Nazari, M.R. & Hassan, S.H.J. 2013. Role of Broadcast Media in the dissemination of agricultural knowledge. *Archive des Sciences*, 65: 3.

Parvzian, F., Lashgarara, F. & Nejad, G.H.H. 2011. Investigating the Role of Radio and Television Programs on the Improvement of Agricultural Extension, *American Journal of Scientific Research*, 16: 6–14. Available at: https://www.researchgate.net/publication/234114933_Investigating_the_Role_of_Radio_and_Television_Programs_on_the_Improvement_of_Agricultural_Extension

TV technologies. 2013. [website]. The State of Television, Worldwide. Available at: <http://www.tvtechnology.com/opinions/0087/the-state-of-television-worldwide/222681s>

University of Reading, 2014. Assessing the Impacts of Shamba Shape Up. Reading, UK.

Q. Видео

Bentley, J., Van Mele, P., Okry, F. & Zossou, E. 2014. Videos that speak for themselves: when non-extensionists show agricultural videos to large audiences, *Development in Practice*, 24(7): 921–929.

Bentley, J. & Van Mele, P. 2011. Sharing ideas between cultures with videos. *International Journal of Agricultural Sustainability*, 9(1).

Bentley, J. Van Mele, P. & Musimami, G. 2013. The Mud on Their Legs – Farmer to Farmer Videos in Uganda. *MEAS Case Study # 3*. MEAS.

Bentley, J., Chowdhury, A. & David, S. 2015. Videos for Agricultural Extension. *GFRAS Good Practice Notes for Extension and Advisory Services Note 6*. GFRAS, Lindau, Switzerland.

Bentley, J., Van Mele, P., Harun-ar-Rashid & Krupnik, T. 2015. Distributing and showing farmer learning videos in Bangladesh. *The Journal of Agricultural Education and Extension*, 1(19):

David, S. & Asamoah C. 2011. Videos as a tool for agricultural extension in Africa: a case study from Ghana. *International Journal of Education and Development using Information and Communication Technology*, 7(1).

Lie, R. & Mandler, A. 2009. Video in development. Filming for rural change. CTA, FAO, GTZ, Wageningen UR. Available at: http://www.fao.org/uploads/media/Video%20in%20Development_1.pdf

Tian Cai, T., Rodriguez, L. & Abbot, E. 2014. The Ability of Training Approaches to Reduce Agricultural Knowledge Gaps between Men and Women in Rural Uganda. *Journal of International Agricultural and Extension Education*, (21)2: 17–31. Available at: https://www.aiaee.org/attachments/article/1596/2014-212_final.pdf

USAID. 2012. Integrating low cost video into agricultural development projects. Toolkit for practitioners; Radio toolkit component 1: how is low-cost video currently being used in agricultural development? Available at: <http://ictforag.org/toolkits/video/component1.html#.V5oKxvI95Mw>

Van Mele, P. 2006. Zooming-in zooming-out: a novel method to scale up local innovations and sustainable technologies. *International journal of agricultural sustainability*, 4(2): 131–142. Available at: <http://www.africarice.org/warda/IJAS%20zooming-in%20zooming-out.pdf>

Ссылки на литературу по инструментам

Обучение на основе участия и совместных действий (PLA)

Appel, K. Buckingham, E. Jodoin, K. & Roth, D. 2012. Participatory Learning and Action Toolkit: for Application in BSR's Global Programs. BSR. Available at: <https://herproject.org/downloads/curriculum-resources/herproject-pla-toolkit.pdf>

Kenton, N. no date [online article]. Participatory Learning and Action (PLA). International institute for environment and development - IIED. Available at: <https://www.iied.org/participatory-learning-action>

Participatory methods website, produced by the Participation Research Cluster, Institute of Development Studies and supported by the Swiss Agency for Development and Cooperation. Available at: <http://www.participatorymethods.org/glossary/participatory-learning-and-action-pla>

Thomas, S. no date. What is Participatory Learning and Action (PLA): An Introduction. University of Wolverhampton, Centre for International Development and Training. Available at: <http://idp-key-resources.org/documents/0000/d04267/000.pdf>

Печатные материалы

David, S & Cobbah, E. A.N. 2008. From our perspective: developing printed extension materials with cocoa farmers in Ghana. *International Journal of Agricultural Sustainability*, (6)4: 267–276. Available at: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.3763/ijas.2008.0354?journalCode=tags20>

Oakley, P. & Garforth, C. 1997. Guide to extension training. FAO, Rome. Available at: <http://www.fao.org/docrep/t0060e/T0060E05.htm>

Government of Bangladesh. Agricultural Extension Manual Chapter. Available at: http://dae.portal.gov.bd/sites/default/files/files/dae.portal.gov.bd/publications/295f75c5_f491_4f9c_bd63_86f3268e231d/Extension_Mannual_Chapt10.pdf

Социальные сети

Chowdhury, A. & Hambly Odame, H. 2013. Social Media for Enhancing Innovation in Agri-food and Rural Development: Current Dynamics in Ontario, Canada. In: W. Ashton & A. S. Carson [Eds]. *Journal of Rural and Community Development*, 8(2): 97–119. Available at: <http://journals.brandonu.ca/jrcd/article/view/1007/232>

Saravanan, R., Suchiradipta, B., Chowdhury, A., Hambly Odame, H. & Hall, K. 2015. Social Media for Rural Advisory Services. *GFRAS Good Practice Notes for Extension and Advisory Services*, Note 15. GFRAS, Lindau, Switzerland. Available at: <http://www.g-fras.org/en/good-practice-notes/social-media-new-generation-tools-for-agricultural-extension.html>

Suchiradipta Bhattacharjee, S. & Raj, S. 2016. Social media: Shaping the future of agricultural extension and advisory services. From: <http://elearning.tki.org.nz/Ministry-initiatives/Connected-Learning-Advisory-service/Social-media>

Typhina E., Bardon, R.E. & Gharis, L.W. 2015. Collaborating with Your Clients Using Social Media & Mobile Communications. *Journal of Extension*, 53(1): Article 1TOT2 Available at: <https://www.joe.org/joe/2015february/tt2.php>

Игры

Chapman, G. 1989. Developing Real Imaginary Games. *Irrigation and Drainage Systems* 3: 309–313.

Hardwick, D. [online article]. Soil science and role plays: A new approach to extension. Available at: <http://ecoag.org.au/soil-science-and-role-plays-a-new-approach-to-extension/>

Speelman, E.N., Garcia-Barrios, L.E., Groot, J.C.J. & Tittone, P. 2013. Gaming for smallholder participation in the design of more sustainable agricultural landscapes. *Agriculture Systems*. 126(April 2014): 62–75. <http://dx.doi.org/10.1016/j.agsy.2013.09.002>

Villamor, G.B. & Badmos, B.K. 2015. Grazing game: a learning tool for adaptive management in response to climate variability in semi-arid areas of Ghana. *Ecology and Society* 21(1): Article 39. <http://dx.doi.org/10.5751/ES-08139-210139>

North-West University South Africa. 2014. [article on line]. Board game to GROW sustainable development in rural areas. Available at: <http://news.nwu.ac.za/board-game-grow-sustainable-development-rural-areas>

Народный фольклор

Chauhan, J. 2007. Agriculture extension education communication in agriculture. (Unpublished document) R.B.S. College, Bichpuri, India. Available at: <http://nsdl.niscair.res.in/jspui/bitstream/123456789/517/1/PDF%20Communication%20in%20Agriculture.pdf>

Daudu, S. & Anyanwu, A.C. 2009. Folk media preferences and prospects for agricultural extension service delivery in Benue state, Nigeria. *Tropical Agricultural Research & Extension*, 12(1). Available at: http://www.agri.ruh.ac.lk/tare/pdf/V_12.1/AEC.07.04.pdf

Government of Bangladesh. Agricultural Extension Manual Chapter. Available at: http://dae.portal.gov.bd/sites/default/files/files/dae.portal.gov.bd/publications/295f75c5_f491_4f9c_bd63_86f3268e231d/Extension_Manual_Chapt10.pdf

Sharma, A. & Singh N. 2015. Role of folk media in rural development. *International Journal of Education and Science Research*, 2(2): 59–63. Available at: www.ijesrr.org/publication/19/IJESRR%20V-2-2-12%20E.pdf



**Руководство по принятию
решений и методам
сельского консультирования**



ISBN 978-92-5-131759-4



9 789251 317594

I8141RU1/09.19