Bu kitaba sığmayan daha neler var!

2023 Eğitim Vizyonu

Karekodu okut, bu kitapla ilgili EBA içeriklerine ulaş!

Google play | Download on the App Store

BU DERS KİTABI MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞINCA ÜCRETSİZ OLARAK VERİLMİŞTİR.
PARA İLE SATILAMAZ.

ISBN: 978-975-11-5742-3

Bandrol Uygulamasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin Beşinci Maddesinin İkinci Fıkrası Çerçevesinde Bandrol Taşıması Zorunlu Değildir.

Mesleki Ve Teknik Anadolu Lisesi

HALKLA İLİŞKİLER VE İLETİŞİM 9

MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ

Halkla İlişkiler Alanı

HALKLA İLİŞKİLER VE İLETİŞİM 9

Ders Kitabı

MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ

HALKLA İLİŞKİLER ALANI

HALKLA İLİŞKİLER VE İLETİŞİM

9

DERS KİTABI

YAZARLAR

Adni Banu BADUROĞLU

Hatice ÇİÇEKDEMİR

İshak KALAÇ

Şenane ULU

DEVLET KİTAPLARI

MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI YAYINLARI.....:7550
YARDIMCI VE KAYNAK KİTAPLAR DİZİSİ.....:1590

Her hakkı saklıdır ve Millî Eğitim Bakanlığına aittir. Kitabın metin, soru şekilleri kısmen de olsa hiçbir surette alınıp yayımlanamaz.

HAZIRLAYANLAR

Dil Uzmanı
Suna GÜNEYKAYA

Rehberlik Uzmanı
Fikret ÖTÜNÇ

Görsel Tasarım Uzmanı
Burak DEMİRTÜRK

Grafik Tasarım Uzmanı
Ayşe YILMAZ

ISBN: 978-975-11-5742-3

Millî Eğitim Bakanlığının 24.12.2020 gün ve 18433886 sayılı oluru ile Meslekî ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğünce öğretim materyali olarak hazırlanmıştır.

İSTİKLÂL MARŞI

Korkma, sönmez bu şafaklarda yüzen al sancak;
Sönmeden yurdumun üstünde tüten en son ocak.
O benim milletimin yıldızıdır, parlayacak;
O benimdir, o benim milletimindir ancak.

Çatma, kurban olayım, çehreni ey nazlı hilâl!
Kahraman ırkıma bir gül! Ne bu şiddet, bu celâl?
Sana olmaz dökülen kanlarımız sonra helâl.
Hakkıdır Hakk'a tapan milletimin istiklâl.

Ben ezelden beridir hür yaşadım, hür yaşarım.
Hangi çılgın bana zincir vuracakmış? Şaşarım!
Kükremiş sel gibiyim, bendimi çiğner, aşarım.
Yırtarım dağları, enginlere sığmam, taşarım.

Garbın âfâkını sarmışsa çelik zırhlı duvar,
Benim iman dolu göğsüm gibi serhaddim var.
Ulusun, korkma! Nasıl böyle bir imanı boğar,
Medeniyyet dediğin tek dişi kalmış canavar?

Arkadaş, yurduma alçakları uğratma sakın;
Siper et gövdeni, dursun bu hayâsızca akın.
Doğacaktır sana va'dettiği günler Hakk'ın;
Kim bilir, belki yarın, belki yarından da yakın.

Bastığın yerleri toprak diyerek geçme, tanı:
Düşün altındaki binlerce kefensiz yatanı.
Sen şehit oğlusun, incitme, yazıktır, atanı:
Verme, dünyaları alsan da bu cennet vatanı.

Kim bu cennet vatanın uğruna olmaz ki feda?
Şüheda fışkıracak toprağı sıksan, şüheda!
Cânı, cânânı, bütün varımı alsın da Huda,
Etmesin tek vatanımdan beni dünyada cüda.

Ruhumun senden İlâhî, şudur ancak emeli:
Değmesin mabedimin göğsüne nâmahrem eli.
Bu ezanlar -ki şehadetleri dinin temeli-
Ebedî yurdumun üstünde benim inlemeli.

O zaman vecd ile bin secde eder -varsa- taşım,
Her cerîhamdan İlâhî, boşanıp kanlı yaşım,
Fışkırır ruh-ı mücerret gibi yerden na'şım;
O zaman yükselerek arşa değer belki başım.

Dalgalan sen de şafaklar gibi ey şanlı hilâl!
Olsun artık dökülen kanlarımın hepsi helâl.
Ebediyyen sana yok, ırkıma yok izmihlâl;
Hakkıdır hür yaşamış bayrağımın hürriyyet;
Hakkıdır Hakk'a tapan milletimin istiklâl!

Mehmet Âkif Ersoy

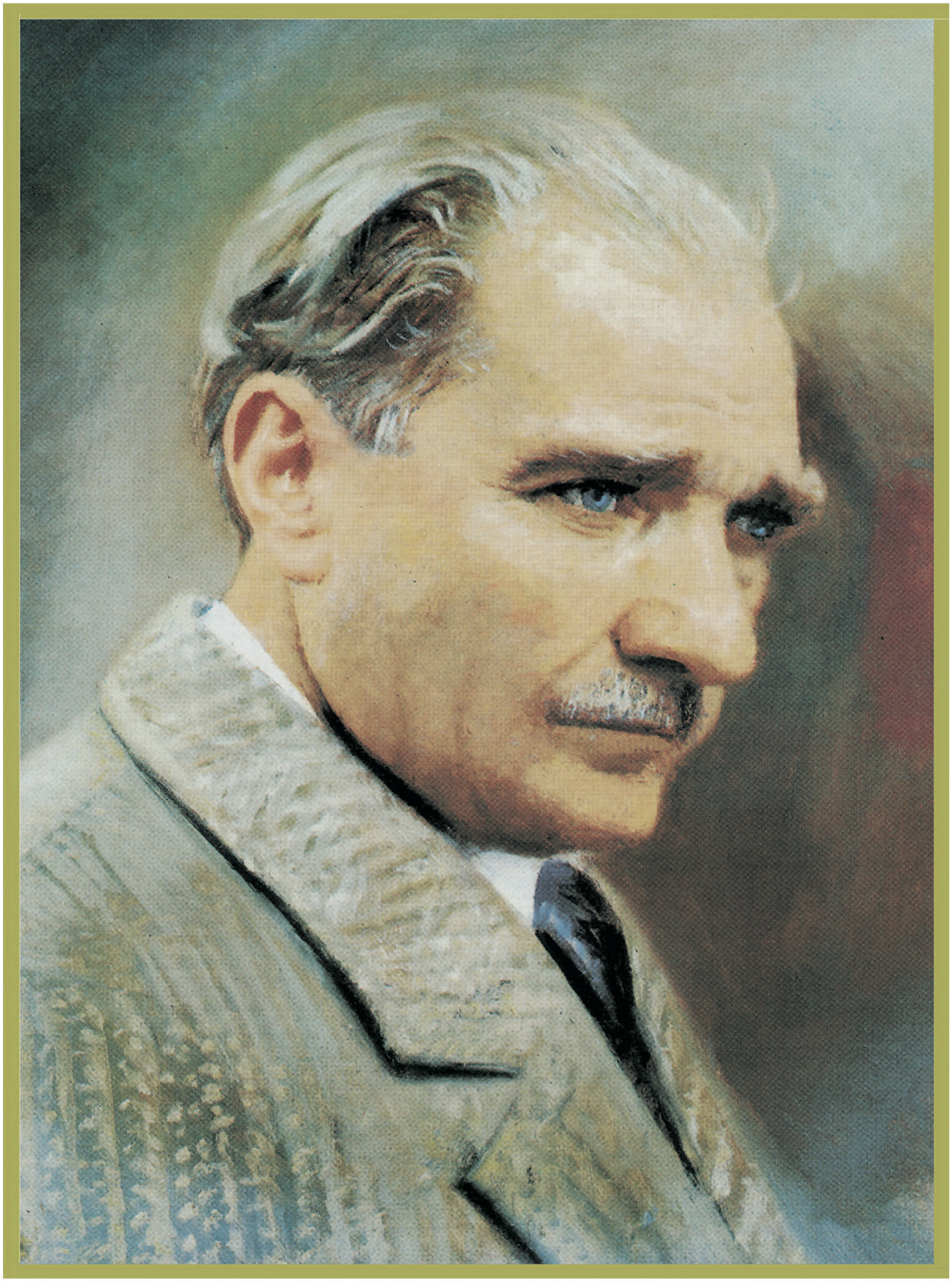
GENÇLİĞE HİTABE

Ey Türk gençliği! Birinci vazifen, Türk istiklâlini, Türk Cumhuriyetini, ilelebet muhafaza ve müdafaa etmektir.

Mevcudiyetinin ve istikbalinin yegâne temeli budur. Bu temel, senin en kıymetli hazinendir. İstikbalde dahi, seni bu hazineden mahrum etmek isteyecek dâhilî ve hâricî bedhahların olacaktır. Bir gün, istiklâl ve cumhuriyeti müdafaa mecburiyetine düşersen, vazifeye atılmak için, içinde bulunacağın vaziyetin imkân ve şeraitini düşünmeyeceksin! Bu imkân ve şerait, çok namüsait bir mahiyette tezahür edebilir. İstiklâl ve cumhuriyetine kastedecek düşmanlar, bütün dünyada emsali görülmemiş bir galibiyetin mümessili olabilirler. Cebren ve hile ile aziz vatanın bütün kaleleri zapt edilmiş, bütün tersanelerine girilmiş, bütün orduları dağıtılmış ve memleketin her köşesi bilfiil işgal edilmiş olabilir. Bütün bu şeraitten daha elîm ve daha vahim olmak üzere, memleketin dâhilinde iktidara sahip olanlar gaflet ve dalâlet ve hattâ hıyanet içinde bulunabilirler. Hattâ bu iktidar sahipleri şahsî menfaatlerini, müstevlîlerin siyasî emelleriyle tevhit edebilirler. Millet, fakr u zaruret içinde harap ve bîtap düşmüş olabilir.

Ey Türk istikbalinin evlâdı! İşte, bu ahval ve şerait içinde dahi vazifen, Türk istiklâl ve cumhuriyetini kurtarmaktır. Muhtaç olduğun kudret, damarlarındaki asil kanda mevcuttur.

Mustafa Kemal Atatürk

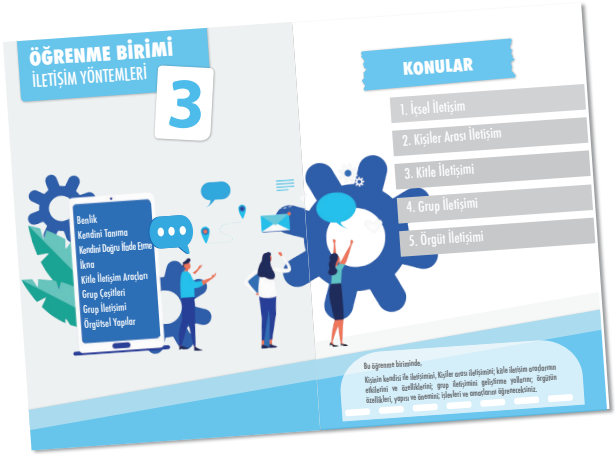


MUSTAFA KEMAL ATATÜRK

İÇİNDEKİLER

KİTABIMIZI TANIYALIM 12
İLETİŞİM BİLGİSİ 14
1.1. İLETİŞİMİN ÖNEMİ 16
1.1.1. İletişim Tarihi 16
1.1.2. Neden İletişim Kurarız? 17
1.1.3. İletişim Kavramı 18
1.1.4. İletişimin Özellikleri 19
1.1.5. İletişimin Amacı 20
1.1.6. İletişimin İşlevleri 21
UYGULAMA FAALİYETİ 1.1.1 22
UYGULAMA FAALİYETİ 1.1.2 23
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 1.1 24
1.2. İLETİŞİM SÜRECİ 26
1.2.1. İletişim Sürecinin Ögeleri /Unsurları 26
UYGULAMA FAALİYETİ 1.2.1 37
UYGULAMA FAALİYETİ 1.2.2 38
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 1.2 40
1.3. İLETİŞİM TÜRLERİ 42
1.3.1. Sözlü İletişim 42
1.3.2. Sözsüz İletişim 44
1.3.3.Yazılı İletişim 45
UYGULAMA FAALİYETİ 1.3.1 47
UYGULAMA FAALİYETİ 1.3.2 47
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 1.3 48

ETKİN İLETİŞİM 50
2.1. DİNLEME KAVRAMI 52
2.1.1. Dinleme Süreci 54
2.1.2. Dinleme ve Anlama 55
2.1.3. Dinleme Türleri 55
2.1.4. Etkin Dinleme 57
UYGULAMA FAALİYETİ 2.1.1 60
UYGULAMA FAALİYETİ 2.1.2 61
UYGULAMA FAALİYETİ 2.1.3 62
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 2.1 63
2.2. EMPATİ (DUYGUDAŞLIK) KAVRAMI 65
2.2.1. Empatik İletişim Süreci 66
2.2.2. Kişisel İlişkiler ve İş Yaşamında Empati 68
2.2.3. Sosyal ve Kişisel Beceri Olarak Empati 69
2.2.4. Empati Yoksunluğu 69
UYGULAMA FAALİYETİ 2.2.1 70
UYGULAMA FAALİYETİ 2.2.2 71
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 2.2 72
2.3. ALGI KAVRAMI 74
2.3.1. Algılama Süreci 74
2.3.2. Algıda Seçicilik 76
2.3.3. Algı Türleri 78
2.3.4. Sosyal Algılama 80
UYGULAMA FAALİYETİ 2.3.1 82
UYGULAMA FAALİYETİ 2.3.2 82
UYGULAMA FAALİYETİ 2.3.3 83
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 2.3 84
2.4. İLETİŞİMDE SORU YANIT 86
2.4.1. Soru Çeşitleri 86
2.4.2. Doğru Yanıt Verme 91
2.4.3 .Hayır Diyebilmek 92
UYGULAMA FAALİYETİ 2.4.1 93
UYGULAMA FAALİYETİ 2.4.2 94
UYGULAMA FAALİYETİ 2.4.3 94
UYGULAMA FAALİYETİ 2.4.4 95
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 2.4 96
2.5. İLETİŞİM ENGELLERİ 98
2.5.1. Psikolojik ve Zihinsel Engeller 99
2.5.2. Etkili İletişim Engelleri 100
UYGULAMA FAALİYETİ 2.5.1 104
2.5.3. İletişim Engellerini Aşma Yöntemleri 104
UYGULAMA FAALİYETİ 2.5.2 106
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 2.5 108



İLETİŞİM YÖNTEMLERİ 110

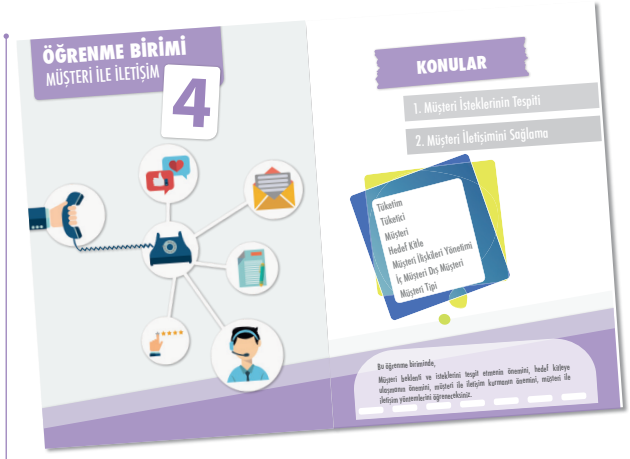
3.1 İÇSEL İLETİŞİM 112
3.1.1. Tanımı 112
3.1.2. Benlik Kavramı 113
3.1.3. Kendini Tanıma 115
UYGULAMA FAALİYETİ 3.1.1 116
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 3.1 118

3.2. KİŞİLER ARASI İLETİŞİM 120
3.2.1. Kişiler Arası İletişimde Sözlü İletişim 122
3.2.2. Kişiler Arası İletişimde Sözsüz İletişim 122
3.2.3. Kişiler Arası İletişime Etki Eden Faktörler 124
3.2.4. Kendini Doğru İfade Etme 125
3.2.5. İkna 125
UYGULAMA FAALİYETİ 3.2.1 126
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 3.2 127

3.3. KİTLE İLETİŞİMİ 129
3.3.1. Kitle İletişim Süreci 130
ETKİNLİK 131
3.3.2. Kitle İletişim Araçları 132
ETKİNLİK 133
ETKİNLİK 134
ETKİNLİK 135
3.3.3. Kitle İletişim Araçlarının Olumlu ve Olumsuz Etkileri 138
ETKİNLİK 138
3.3.4. Kitle İletişim Araçlarının İşlevleri 139
UYGULAMA FAALİYETİ 3.3.1 140
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 3.3 142

3.4. GRUP İLETİŞİMİ 143
3.4.1. Grup Tanımı 143
3.4.2. Grup Dinamiği 144
3.4.3. Grup Normu 144
3.4.4. Grup Yapısı 145
3.4.5. Birey ve Grup ilişkisi 145
ETKİNLİK 145
3.4.6. Arabuluculuk 146
3.4.7. Grup Çeşitleri 147
ETKİNLİK 149
UYGULAMA FAALİYETİ 3.4.1 152
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 3.4 153

3.5. ÖRGÜTSEL İLETİŞİM 155
3.5.2. Örgüt Kavramının Temel Özellikleri 155
3.5.3. Örgütsel İletişimin Önemi ve Amacı 156
3.5.4. Örgütsel İletişimin Yapısı 157
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 3.5 164



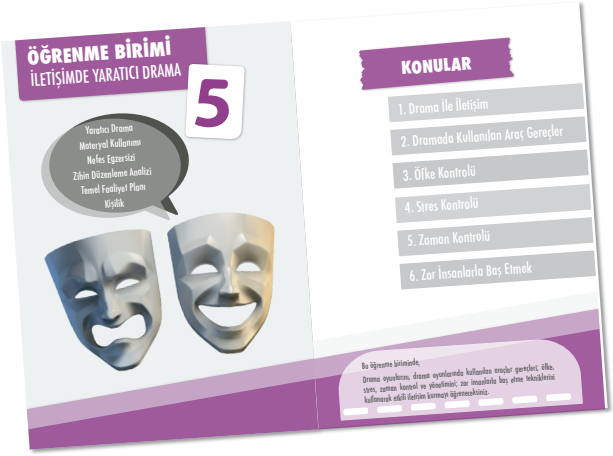
MÜŞTERİ İLE İLETİŞİM 166

4.1. MÜŞTERİ İSTEKLERİNİN TESPİTİ 168
4.1.1. Tüketim Kavramı 169
4.1.2. Tüketici ve Müşteri Kavramları 170
4.1.3. Müşteri İsteklerini Tespit Etmenin Önemi 170
4.1.4. Müşteri Şikâyetleri 171
4.1.5. Hedef Kitleyi Tespit Etmenin önemi 172
4.1.6. Halkla İlişkilerde Hedef Kitle 173
ETKİNLİK 174
UYGULAMA FAALİYETİ 4.4.1 174
UYGULAMA FAALİYETİ 4.4 175
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 4.1 177

4.2. MÜŞTERİ İLETİŞİMİNİ SAĞLAMA 179
4.2.1. İç Müşteri ve Dış Müşteri ile İletişim 179
4.2.2. Müşteri İlişkileri Yönetimi 180
4.2.3. Kullanılan Araca Göre Müşteri ile İletişim 182
4.2.4. Müşteri Tipine Göre İletişim 184
ETKİNLİK 185
UYGULAMA FAALİYETİ 4.2.1 186
UYGULAMA FAALİYETİ 4.4.2 186
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 4.2 188

İÇİNDEKİLER

İLETİŞİMDE YARATICI DRAMA 190
5.1 DRAMA İLE İLETİŞİM 192
5.1.1. Dram ve Drama Kavramı 192
5.1.2. Yaratıcılık 192
5.1.3. Yaratıcı Drama 193
5.1.4. Yaratıcı Dramanın Önemi ve Özellikleri 194
5.1.5. Yaratıcı Dramanın Yararları 194
5.1.6. Yaratıcı Dramanın Unsurları 194
5.1.7. Yaratıcı Drama Çalışmalarının Aşamaları ve Yöntemleri 196
ETKİNLİK 196
ETKİNLİK 197
UYGULAMA FAALİYETİ 5.1.1 198
UYGULAMA FAALİYETİ 5.1.2 199
UYGULAMA FAALİYETİ 5.1.3 200
UYGULAMA FAALİYETİ 5.1.4 201
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 5.1 203
5.2. DRAMADA KULLANILAN ARAÇ GEREÇLER 205
5.2.1. İşitsel Materyaller 205
5.2.2. Görsel Materyaller 206
ETKİNLİK 206
ETKİNLİK 206
ETKİNLİK 207
ETKİNLİK 208
5.2.3. Yazılı Materyaller 209
5.2.4. Kırtasiye Araç Gereçleri 209
5.2.5. Materyaller ile İlgili Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar ... 209
UYGULAMA FAALİYETİ 5.2.1 210
UYGULAMA FAALİYETİ 5.2.2 211
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 5.2 213
5.3. ÖFKE KONTROLÜ 215
5.3.1. Öfke Kavramı 215
5.3.2. Öfkenin Özellikleri ve Nedenleri 215
5.3.3. Öfke Türleri 216
5.3.4. Öfkenin Belirtileri 216
5.3.5. Öfke Yönetimi 217
UYGULAMA FAALİYETİ 5.3.1 219
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 5.3 222
5.4. STRES KONTROLÜ 224
5.4.1. Stres Kavramı 224



5.4.2. Stresin Özellikleri 224
5.4.3. Stres Türleri 224
5.4.4. Stresin Nedenleri 225
5.4.5. Stresin Belirtileri ve Ortaya Çıkışı 226
ETKİNLİK 226
5.4.6. Stresin Sonuçları 227
5.4.7. Stres Kontrolü 227
UYGULAMA FAALİYETİ 5.4.1 231
UYGULAMA FAALİYETİ 5.4.2 232
UYGULAMA FAALİYETİ 5.4.3 233
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 5.4 235
5.5 ZAMAN KONTROLÜ 237
5.5.1. Zaman Kavramı 237
5.5.2. Zaman Çeşitleri 237
5.5.3. Zaman Etkin Kullanımı Etkileyen Faktörler 238
5.5.4. Zaman Yönetimi Kavramı ve Önemi 239
5.5.5. Zaman Yönetimi Akış Süreci 240
UYGULAMA FAALİYETİ 5.5.1. 245
UYGULAMA FAALİYETİ 5.5.2. 246
UYGULAMA FAALİYETİ 5.5.3. 246
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 5.5 247
5.6. ZOR İNSANLARLA BAŞ ETMEK 249
5.6.1. Kişilik Kavramı 249
5.6.2. Zor Kişilik 250
5.6.3. Zor Kişilik Tiplerinin Özellikleri ve Baş Etme Yöntemleri 250
UYGULAMA FAALİYETİ 5.6.1 254
UYGULAMA FAALİYETİ 5.6.2 255
UYGULAMA FAALİYETİ 5.6.3 255
UYGULAMA FAALİYETİ 5.6.3 257
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 5.6 259
ÖLÇME DEĞERLENDİRME 5.6 259

KAYNAKÇA 261
CEVAP ANAHTARI 270

KİTABIMIZI TANIYALIM

Öğrenme Birimi Adı

Anahtar Kelimeler

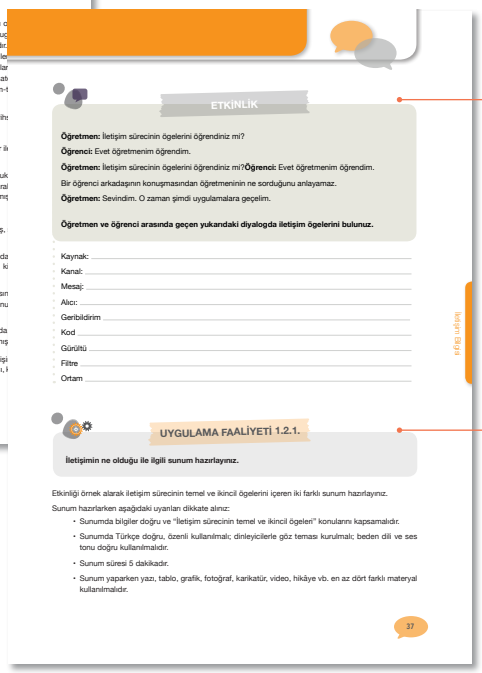
Öğrenme Birimi Görseli

Öğrenme Faaliyetinde Öğreneceğimiz Konular

Bu Birimde Öğrenilecekler

Hazırlık Çalışmaları Bildirimi

Sayfa Numaraları



Etkinlik Bildirimi

Uygulama Faaliyeti

Sıra Sizde Bildirimi

Ölçme Değerlendirme

2 ÖĞRENME BİRİMİ: ETKİN İLETİŞİM

SIRA SİZDE

KUSUR ARAMAK

Hindistan'da 'Renklerin Ustası' anlamına gelen Ranga Guru adında bir ressam varmış. Bu ünlü ressamın bir öğrencisi eğitimini tamamlamış, son resmini yapıp hocası Ranga Guru'ya götürmüş ve resmini değerlendirmesini istemiş.

Ranga Guru resme bakmış ve şöyle demiş: "Sen artık büyük bir ressamsın. Resmini halk değerlendirsin. Bu resmi al, şehrin kalabalık bir meydanına as. Yanına da bir kırmızı kalem ile şu yazıyı bırak: "Lütfen beğenmediğiniz yerlere çarpı koyunuz."

Öğrenci söyleneni yapmış ve birkaç gün sonra resme bakmaya gittiğinde görmüş ki, emeğini ve yüreğini ortaya koyarak yaptığı tablo, kırmızı çarpılarla doldurulmuş. Öğrenci buna çok üzülmüş. Tabloyu almış ve hocasına götürmüş.

Ranga Guru, öğrencisine üzülmemesini söylemiş ve aynı resmi yeniden yapıp yanına da yağlı boya ve fırça ile birlikte şu yazıyı bırakmasını söylemiş:

"Lütfen beğenmediğiniz yerleri düzeltiniz."

Öğrenci birkaç gün sonra gidip bakmış, tabloya kimse dokunmamış. Bu duruma çok sevinerek durumu hocasına anlatmış. Ranga Guru şöyle demiş: "Sen ilk seferde belki de hayatında hiç resim yapamayan insanlara fırsat verdin ve acımasız eleştiriler ile karşılaştın. Bu duruma çok üzüldün. İkinci sefer ise hataların düzeltilmesini istedin. Oysa kimse konuyu düzeltmeye cesaret edemedi.

Çarpı koymak, beğenmemek, karalamak, kolaydır. İnsanoğlu başkalarında kusur aramada pek aceleci ve pek acımasızdır..."

Eleştirmek kolaydır oysa bir sanat eseri üretebilmek kolay mıdır?

ÖLÇME DEĞERLENDİRME 2.4

A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise (D) yanlış ise (Y) yazınız.

1. (.....) Evet-Hayır soruları bilgi alabilmek için sorulur.
2. (.....) Dün okula neden gelmedin? Soru cümlesi açık bilgi alma soru çeşidine girer?
3. (.....) Yemeğini yedin mi? soru cümlesi açık uçlu bilgi alma sorusudur?
4. (.....) Soru sorma önemli bir mesaj iletme becerisidir.
5. (.....) Etkili sorular zaman kaybettirir.
6. (.....) "Bilgi" soruları genellikle açık uçlu sorulardır.
7. (.....) Her zaman yanıtlanması kolay sorularla karşılaşınız.
8. (.....) Her soruları soruya cevap verebiliriz.

96

B) Aşağıda verilen cümlelerde yer alan boşlukları uygun kavramlarla doldurunuz.

1. Anlamlı soru sormak anlamlı ..... vermekten çok daha zordur.
2. ..... demekle ruhsal bütünlüğünüzü korumuş olursunuz.

C) Aşağıda verilen soruların doğru yanıtını işaretleyiniz.

1. **Aşağıdakilerden hangisi açık uçlu sorulardan biridir?**
   A) Dün okula neden gelmedin?
   B) İşlerini yaptın mı?
   C) Arkadaşına yardım ettin mi?
   D) Yemeğini yedin mi?
   E) Okula gittin mi?
2. **Aşağıdakilerden hangisi evet hayır sorularının cevabı olamaz?**
   A) Ödevini teslim ettin mi?
   B) Ailene bilgi verdin mi?
   C) Arkadaşlarını seviyor musun?
   D) Bu yemek hakkında ne düşünüyorsunuz?
   E) Yarın gelecek misin?
3. **"Okul kuralları ile ilgili düşüncelerini alabilir miyim?" cümlesi hangi tür soru çeşidine girer?**
   A) Evet-hayır soruları
   B) Sıralı bilgi alma soruları
   C) Kapalı bilgi alma soruları
   D) Açık bilgi alma soruları
   E) Sırasız bilgi alma soruları
4. ..... **diyebilmek, kendi hayatımızın işlerini elimize almak demektir. Aşağıdakilerden hangisi boşluğa en uygun kelimedir?**
   A) Evet
   B) Hayır
   C) Belki
   D) Tamam
   E) Neden
5. **Toplantı saat kaçta? Soru cümlesi hangi tür soru çeşidine girer?**
   A) Evet-Hayır soruları
   B) Kapalı bilgi alma soruları
   C) Açık bilgi alma soruları
   D) Test soruları
   E) Doğru-Yanlış soruları

Etkin İletişim

97

Ölçme Değerlendirme Numarası

Cevap Anahtarı

CEVAP ANAHTARI

1-1 ÖĞRENME BİRİMİ
- 1 D
- 2 Y
- 3 Y
- 4 D
- 1 Radyo-Televizyon
- 2 Enformasyon-Komünikasyon
- 3 Psikolojik
- 4 Yazıy-alfabeyi
- 1 D
- 2 A
- 3 E
- 4 B
- 5 C
- 6 D

1-2 ÖĞRENME BİRİMİ
- 1 Y
- 2 Y
- 3 D
- 4 D
- 1 Kanal
- 2 Alıcı
- 3 Dil
- 4 Ortam
- 1 B
- 2 D
- 3 C
- 4 A
- 5 B
- 6 C
- 7 E

1-3 ÖĞRENME BİRİMİ
- 1 D
- 2 Y
- 3 D
- 1 Beden dili
- 2 Sözsüz iletişim
- 3 Yazılı
- 4 Sözsüz-sözlü
- 1 B
- 2 A
- 3 D
- 4 E
- 5 C
- 6 A

2-1 ÖĞRENME BİRİMİ
- 1 Y
- 2 D
- 3 Y
- 4 D
- 5 Y
- 6 D
- 7 Y
- 1 Dikkat-Anlama- Kabul etme
- 2 Aktif dinleme
- 3 Etkin dinleme
- 1 E
- 2 B
- 3 D
- 4 E
- 5 C

2-2 ÖĞRENME BİRİMİ
- 1 Doğallık
- 2 Empati
- 3 Doğallık-Saygı-Empati
- 4 Etkin
- 5 İletişim
- 1 E
- 2 E
- 3 A
- 4 B
- 5 C

2-3 ÖĞRENME BİRİMİ
- 1 D
- 2 Y
- 3 D
- 4 D
- 5 Y
- 6 Y
- 7 D
- 1 B
- 2 D
- 3 E
- 4 C
- 5 C
- 6 A
- 7 E
- 8 A

2-4 ÖĞRENME BİRİMİ
- 1 Y
- 2 D
- 3 Y
- 4 D
- 5 Y
- 6 D
- 7 Y
- 8 Y
- 1 Yanıt
- 2 Hayır
- 1 A
- 2 D
- 3 D
- 4 B
- 5 B

2-5 ÖĞRENME BİRİMİ
- 1 D
- 2 D
- 3 D
- 1 İletişim engelleri
- 2 Etkin İletişim
- 3 Sorunu
- 1 E
- 2 A
- 3 D
- 4 B
- 5 E
- 6 B
- 7 E
- 8 C
- 9 E

3-1 ÖĞRENME BİRİMİ
- 1 D
- 2 Y
- 3 D
- 4 D
- 5 Y
- 6 Y
- 1 Planlı-Plansız
- 2 Benlik saygısı
- 3 Kim olduğu/Yetarlilikleri
- 4 Abraham Maslow
- 1 C
- 2 E
- 3 A
- 4 D
- 5 B

ÖĞRENME BİRİMİ
İLETİŞİM BİLGİSİ

1

KONULAR

1. İletişimin Önemi
2. İletişim Süreci
3. İletişim Türleri

Bu öğrenme biriminde,

İletişim kavramını, iletişim sürecinin temel unsurlarını, iletişim türlerini öğreneceksiniz.

1.1. İLETİŞİMİN ÖNEMİ

HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. Çevrenizdeki insanları gözlemleyerek ailenizle, arkadaşlarınızla ve öğretmenlerinizle neden iletişim kurduğunuzu belirleyiniz.
2. İletişim kurduğunuz kişileri ve onlarla olan iletişiminizi göz önüne alarak, iletişimin kuralları olup olmadığını belirleyiniz. Edindiğiniz bilgileri sınıfta arkadaşlarınızla tartışınız.

1.1.1. İletişim Tarihi

Görsel 1.1: Kızılderililerin haberleşme yöntemi

İletişim, insanın tarihi ile başlayan bir olgu olarak kabul edilir. İnsanlar, tarihin başlangıcından bugüne kadar birbirleri ile iletişim kurmaya çalışmışlardır. İlk bilinen iletişim insanların sesler çıkararak ve işaretler kullanarak yaptıkları iletişimdir. Bunlara ilkel insanların mağara duvarlarına çizdiği şekiller, Kızılderililerin ateş yakarak çıkardığı dumanlar, Afrika yerlilerinin tam-tam sesleri örnek olarak verilebilir

(Görsel 1.1). İletişim araçlarının tarihsel süreci araştırıldığında;

- İnsanlar çıkarabildikleri tüm sesleri bir iletişim aracı olarak kullanmışlardır.
- Tarih öncesi çağlarda doğada buldukları taştan, kemikten ve ağaçtan faydalanarak mağara duvarlarına şekil ve resimler yapmışlar, başka insanlarla bilgi ve deneyimlerini bu şekilde paylamışlardır.
- İletişimde şekil ve resimlerden yararlanan insanlar M.Ö. 4000 yıllarında yazıyı bulmuş, sonrasında alfabeyi oluşturup kullanmaya başlamıştır.
- Kâğıdın bulunuşu ve sonrasında 15. yüzyılın ikinci yarısında, tarihin en büyük icatlarından biri kabul edilen matbaa ile yazılı iletişim için gerekli tüm donanım tamamlanmıştır. Böylece kitap basımı yapılabilmiş, daha sonrasında gazete ve dergilerin basım süreci başlamıştır.
- Tarihi değiştiren icatlar arasında yer alan elektriğin 19. yüzyılın başlarında bulunmasından sonra, birbirinden farklı yerlerde bulunan kişilerin yazılı iletişim kurabilmeleri için telgraf, konuşabilmeleri için ise telefon icat edilmiştir.
- Birinci Dünya Savaşı yıllarında iletişim aracı olarak radyo, İkinci Dünya Savaşı yıllarında televizyon, İkinci Dünya Savaşı sonrasında bilgisayar, internet ve sosyal medya kullanımı başlamıştır.

İlk iletişim yöntemlerinden günümüz iletişim yöntemlerine kadar birçok evreden geçen iletişim, ihtiyaca göre şekillenerek insan için vazgeçilmez hâle gelmiştir. Günümüz toplumlarında iletişim ihtiyacı, kitle iletişim

araçları olarak adlandırılan, gelişen teknolojinin ürünleri sayılan kitap, gazete, dergi, telgraf, telefon, radyo, televizyon, sinema, haberleşme uyduları, bilgisayar ağları (internet) gibi araçlarla karşılanmaktadır. Büyük bir hızla gelişim gösteren iletişim araçlarının etkisi her geçen gün bir öncekine göre daha fazla artarak bireylerle, gruplarla ve kitlelerle daha yoğun ve daha hızlı iletişim kurulmasına olanak sağlamaktadır.

1.1.2. Neden İletişim Kurarız?

İnsan; sevincini, üzüntüsünü, isteklerini, ihtiyaçlarını paylaşmak için konuşarak, susarak, beden hareketleriyle, çizerek, yazarak çevresindekilere birtakım anlamlar iletir. Çünkü, insan hem bireysel hem de sosyal bir varlık olarak yaşamını sürdürür. İnsan, doğduğu andan itibaren önce yakın çevresi sonra da toplumsal çevresiyle sürekli olarak bilinçli ya da bilinçsiz şekilde paylaşım içindedir. Bebekler rahatsızlıklarını, ihtiyaçlarını ağlayarak, küçük çocuklar ise daha çok beden dillerini kullanarak anlatırlar. İnsanın zamanla yeteneklerine ve çevreyle ilişkisine bağlı olarak kendini ifade edebilme gücü gelişir.

İnsan günlük yaşantısında, aile içinde, sokakta, işyerinde, okulda ve her yerde; mutlulukta, üzüntüde, heyecanda kısacası hayatın her anında iletişime ihtiyaç duyar. Örneğin, yakın arkadaşlıklar kurmak istiyorsunuz ve çevrenizdekilerin size ilgisiz kaldığını, kendi başınıza olduğunuzu düşünüp "Neden yalnızım?" diye kendinize soruyorsunuz. Bu durumda kendinizle iletişim kurmuş oluyorsunuz. Sınıfa girdiğinizde arkadaşlarınıza verdiğiniz selam iletişimdir. Ailenizle sohbet etmeniz iletişimdir. Cep telefonu ile arkadaşınızla görüşerek de yine iletişim kurmuş olursunuz.

Görsel 1.2: Diploma sonrası mutluluk

Görsel 1.3: Teselli eden anne

Güzel bir haber aldığımızda ailemizle ve arkadaşlarımızla bunu paylaşmak için sabırsızlanırız. İş ya da özel hayatımızda güzel bir şeyler yaşadığımızda, ailemiz ve arkadaşlarımıza anlatmak isteriz. Çünkü, sevdiklerimizle paylaştığımızda mutluluğumuzun artacağını düşünürüz (Görsel 1.2). Yine, yaşadığımız kötü bir olayı çevremizdekilerle paylaştığımızda onlardan gelen tesellilerle üzüntümüz hafifler (Görsel 1.3).

İnsanların en temel özelliği düşünebilmesi ve bunu konuşarak karşı tarafa iletebilmesidir. İnsan sosyal bir varlık olduğu için çevresiyle konuşarak iletişim kurabilmektedir. Sözlü iletişim olarak ifade edilen konuşma dışında, sözsüz iletişim adı verilen beden dili yoluyla da iletişim kurabilmektedir. Öyle ki bazen kelimeler tükenir, cümleler boğazımızda düğümlenir, çok şey söylemek istediğimiz, ama hiçbir şey söyleyemediğimiz anlar olur [1. 1]. Bu durumlarda hissettiklerimizi bakışımız, gülüşümüz, duruşumuzla yani beden dilimizle anlatmaya çalışırız. Duygu, düşünce ve bilgimizi yazılı sembollerle paylaşarak sesin ulaştırılamadığı uzaklıklarla daha kalıcı, daha hatırlanabilir bir iletişim kurarız. Aynı zaman ve mekânda olmadığımız durumlarda, duygu ve düşüncelerimizi aktarmak istediğimizde ise kitle iletişim araçları ile iletişim kurarız.

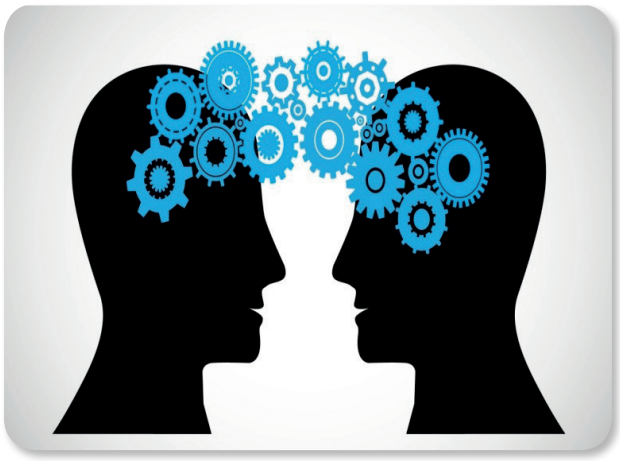
1.1.3. İletişim Kavramı

Geçmişten günümüze kadar iletişim sözcüğüne birçok anlamlar yüklenmiş, farklı adlandırılmalar yapılmıştır. İnsan yaşamında çok önemli olan bu kavramın tanımı üzerinde bir görüş birliği sağlamak kolay olmamaktadır. Bu farklılık hem iletişim alanının genişliğinden hem de diğer bilim dalları ile arasındaki benzerliklerden kaynaklanmaktadır. İletişim; psikoloji, sosyoloji, tarih, siyaset, halkla ilişkiler, reklam, dil, kültür ve daha birçok alanla yakından ilişkilidir. Bu nedenle de tüm insanları ve toplumu yakından ilgilendirmektedir.

Latince“ communis ” (komünis) kelimesinden türetilmiş olan ve batı dillerinde “communication” (komminikeyşın/ komünikasyon) olarak kullanılmakta olan iletişim en kısa tanımıyla bireyler arasında anlamları ortak kılma sürecidir [1.2]. Ülkemizde iletişim sözcüğü yerine daha önce haber sözcüğünden türetilen haberleşme sözcüğü kullanılıyordu.

İletişim kavramı, Türk Dil Kurumu sözlüğünde “Duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme, komünikasyon.” ve “Telefon, telgraf, televizyon, radyo vb. araçlardan yararlanarak yürütülen bilgi alışverişi, bildirişim, haberleşme, muhabere, komünikasyon.” şeklinde tanımlanmaktadır.

Alıcının göndericiden gelen iletiye geribildirimde bulunmadığı, edilgen durumda kaldığı iletişim tek yönlü, alıcının göndericiden gelen iletiye geribildirim sağladığı, gönderici ve alıcının etkileşim içinde olduğu iletişim çift yönlüdür. Eğer bu süreçte bilgi alışverişi tek yönlü gerçekleşiyorsa “enformasyon” (bilgilendirme) çift yönlü gerçekleşiyorsa “komünikasyon” (iletişim) olarak adlandırılır. Temelde tek yönlü iletişim olarak bildiğimiz enformasyonlar, kimi zaman komünikasyonlara (iletişime) dönüşebilir, kimi zamansa dönüşmez formasyon olarak kalır [1.3]. Burada önemli olan bilgilendirmelerin karşılıklı etkileşimle çift yönlü iletişime dönüştürülebileceği ya da bilgilendirme olarak kalabileceğidir. Örneğin, bir eleman arama ilanını okuduğumuzda enformasyon oluşur iken ilanı okuyup görüşmeye gittiğimizde ya da telefonla görüşme yaptığımızda enformasyon çift yönlü iletişim olan komünikasyona dönüşür (Görsel 1.4).



Görsel 1.4: Nasıl iletişim kursam?

DİKKAT

Tek yönlü iletişim ve çift yönlü iletişime daha çok örnek vererek ayırt ediniz.

İletişimin pek çok tanımı vardır:

- İletişim, insanların bilgi, duygu, düşünce, inanç, tutum ve davranışlarının kaynaktan hedefe aktarılmasıdır.
- İletişim, mesajın sözlü, sözsüz veya yazılı olarak bir birimden diğerine iletilme sürecidir.
- İletişim, bilgi ve anlamların kaynaktan hedefe doğru karşılıklı paylaşılmasıdır.

- İletişim, bir kişiden veya gruptan diğer kişi veya gruba, karşılıklı duygu, düşünce ve bilgi aktarımıdır.
- İletişim, bilginin, duygunun, düşüncenin ve becerinin simgelerle iletilme sürecidir.
- İletişim, insanların duygu, düşünce ve bilgilerini; yazı, konuşma, görsel-işitsel her türlü araçla birbirine aktarmasıdır.
- İletişim, kişilerin kendini ifade edebilme ve başkalarını anlama sürecidir.
- İletişim, toplumu oluşturan bireylerin ve grupların duygu, düşünce, inanç ve tutumlarının karşılıklı paylaşımıdır.

Özetlemek gerekirse "iletişim "; Kişiden kişiye, kişiden gruba, gruptan kişiye, gruptan gruba bilgi, tutum ve davranışların uygun ortamlar, kanallar kullanılarak aktarılması olarak tanımlanır [1.4]. Tanım incelendiğinde iletişimin ortaya çıkabilmesi için;

- En az iki tarafın bulunması,
- Mesaj alışverişinin gerçekleşmesi,
- Mesaj alışverişinin uygun ortam ve kanal kullanılarak yapılması gerektiği bilinmelidir.

ETKİNLİK

Oyna-Öğren

Öğretmeninizin size vereceği bir kelimeyi dakika belirleyerek, ipucu vermesi mümkün olan 5 yasaklı kelimeyi kullanmadan "Hadi Anlat Bakalım" oyununu oynayın.

1.1.4. İletişimin Özellikleri

İletişimin çok sayıda tanımı olmasına rağmen bu tanımların ortak yönlerine ulaşmak mümkündür. Bu noktada, iletişim tanımlarının iletişim üzerine belirledikleri ortak yönleri şu şekilde sıralayabiliriz.

- **İletişim Çift Yönlü Gerçekleşir:** İletişim sürecinin tam gerçekleşmesi için gönderilen mesajı karşı tarafın yanıtlaması gerekir. Eğer mesaj gönderildiğinde yanıt alınamıyorsa tek yönlü, alınıyorsa çift yönlü oluşur.
- **İletişim İnsanlar Arasında Gerçekleşir:** İletişim insanın kendini tanıtması, karşısındakini tanıması, anlaması ve ihtiyaçlarını gidermesi için gerçekleştirilir. Bu nedenle iletişimden söz edebilmek için bu süreçte insanın olması gerekir. Mesaj alışverişi tüm canlılarda vardır. Fakat sadece insanlar arasında duygu, düşünce ve bilgi alışverişi sözle veya yazıyla yapılır.
- **İletişim İçin Paylaşım Gereklidir:** Duygularımızı, düşüncelerimizi, bilgimizi paylaşma ihtiyacı duyarız. Fakat bu paylaşımda gönderici ve alıcı, mesajın ortak bir anlamı üzerinde anlaşmalıdır. İnsan, ister tek başına ister toplumla birlikte yaşasın; iletişim kurarak, paylaşımlar yaparak bireysel ve toplumsal hayatını devam ettirir.
- **İletişimde Ortak Semboller Kullanılır:** İnsanların birbirleriyle iletişim kurmak için kullandıkları dile ait sözcükler, rakamlar ve beden hareketleri fikirlerin kendileri değil sembolleridir. Günümüz dünyasında yaşayan insanlar birçok anlamı paylaşırlar, fakat bunları farklı sembollerle ifade ederler.

Görsel 1.5: Taksiye binmek amacıyla gönderilen mesaj

Bunlar çeşitli dillere ait harf, sözcük ve beden hareketleriyle ilgili sembollere karşılıktır ve bunlar ortak anlamda kullanılarak iletişim kurulur (Görsel 1.5).

- **İletişim Değişken Bir Olgudur:** Toplumsal, kültürel, teknolojik gelişmelerle birlikte iletişim de değişir. Yeni durumların, deneyimlerin oluşması yeni kelimelerin ortaya çıkmasına neden olur. Zamanla bazı kavramlar, davranışlar yerini yenilerine bırakır ve teknolojik gelişmelerle yeni bir iletişim dili doğar.
- **İletişim Belirli Kalıplara Bağlıdır:** Yaşadığımız toplumun kültürel yapısına bağlı olarak iletişim için belli kalıplar oluşturulur ve kabul edilmesi ile süreklilik kazanır. İletişim, kendine özgü birtakım kuralları olan, bu kurallara uyulduğu zaman bireysel ve toplumsal olarak başarının ve huzurun yakalanabileceği, uyulmadığı zaman ise bireysel ve toplumsal sorunların yaşandığı bir süreçtir.

1.1.5. İletişimin Amacı

İletişim sadece mesaj alışverişi değildir, kişinin farklı amaçlarını da gerçekleştirmesini sağlar. İnsan, varlığını sürdürme sürecinde gelişmelere ve değişimlere bağlı olarak farklı amaçlarla iletişim kurar. Kişilerin iletişim kurmalarında; var olmak, kişisel gelişim sağlamak, ilişkileri geliştirmek, paylaşmak, eğitim ihtiyacını gidermek vb. amaçlar ön plandadır. İletişimin temel amaçları şunlardır:

- **Var Olmak:** İletişim, insanın kendini bir insan olarak gerçekleştirmesi ve sosyal süreçlere girmesi bakımından önemlidir. İletişim, insanın kendini sosyal bir varlık olarak ifade etmesi için zorunludur.
- **Kişisel Gelişim Sağlamak:** İletişim sayesinde insanlar, kendi düşüncelerini ve duygularını tanıdıkları gibi başka insanları da tanıyarak, onlarla farklılıklarını veya benzerliklerini karşılaştırarak kendini keşfeder. İletişim sürecinde insan kendi isteklerini, korkularını, güçlü ve zayıf yanlarını öğrenir, iletişim kurma konusunda iyi becerilere sahip olur. İyi iletişim kurabilen bireyler ise bilgisini, özgüvenini ve hayatının kalitesini artırır.
- **İlişkileri Geliştirmek:** İnsanlar arasında var olan ilişkilerin sürmesi ve yeni ilişkilerin kurulması iletişimle gerçekleşir. İnsan, iletişim becerileri sayesinde ilişkilerini geliştirir ve sosyal yaşamdaki varlığını sürdürür. İletişim, insan ilişkilerinin vazgeçilmez aracıdır. İnsanlar birbiriyle iyi ilişkiler kurabilmek, sağlıklı aile ilişkisi yaşayabilmek, mesleğinde başarılı olabilmek ve toplumsal ilişkiler geliştirebilmek için iletişime ihtiyaç duyarlar.
- **Paylaşmak:** İnsan, yaşamında kendisiyle, diğer insanlarla, gruplarla, kurumlarla, kuruluşlarla iletişim kurar ve bu süreçten doğrudan ya da dolaylı bir şekilde etkilenir ve etrafını etkiler. Çeşitli amaçlarla başlayan her iletişim sonucunda bir paylaşım söz konusudur. Bu paylaşım ile üzüntülerimiz azalır; sevincimiz, sevgimiz, bilgimiz, kültürümüz artar. Kişilerin duygu, düşünce ve bilgilerindeki bu paylaşımlar ile davranışlarında da değişimler gözlenir.
- **Eğitim:** İletişim kurmakta asıl amaç, anlaşılabilir mesajların gönderilmesi ve karşı tarafın tutum ve davranışlarında değişiklik yapılmasıdır. Her iletişimin sonucunda yeni bir bilgi kazanmak ya da eski bilgilerine bilgi eklemek durumları ortaya çıkar. İnsanlar bu sayede toplumsal yaşama kurallarını öğrenirler.

1.1.6. İletişimin İşlevleri

İletişimin işlevleri incelendiğinde tanımında karşılaşamayacağımız kadar çeşitlendirilebilir. Bu çeşitlilik içinde bakıldığında işlevleri kavramak olası değil ama, yine de insanın simgesel düşünme ve iletişim becerilerinden yararlanılarak bir sınıflandırma ile iletişimin işlevleri daha çok psikolojik ve toplumsal açıdan incelenebilir [1.5].

İletişimin psikolojik işlevleri kişinin kendini daha iyi tanıması, anlaması ve kendini nasıl tanıtmak istiyorsa öyle davranmasını kapsar. Çünkü İletişim, bireysel olarak kendimizi öğrenmemizin ve başkalarına tanıtmamızın temel aracıdır.

İletişimin psikolojik ve toplumsal işlevleri vardır. Bunlardan psikolojik işlevleri şunlardır:

- İletişimin psikolojik açıdan en önemli işlevi benliği geliştirmesidir. Benlik, bireyin kendine, kendi özelliklerine, yeteneklerine, değerlerine, amaçlarına; kısaca nasıl bir insan olduğuna ilişkin bakış açısıdır.
- Çocukların kendi kendilerine oyun oynaması, yetişkinlerin keyiflendiğinde şarkı söylemesi gibi kendimiz ve zevklerimiz için iletişim kurarız (Görsel 1.6).
- Bazen arkadaşlarımızla sohbet ederek sadece keyif almak için iletişim kurarız.
- Bazen de başkalarından beklentilerimizi gerçekleştirmeleri için iletişimi araç olarak kullanırız.

Görsel 1.6: Kendi kendine oyun oynayan çocuk

Toplumsal yaşamın oluşması, gelişmesi ve devam etmesi açısından iletişimin toplumsal işlevleri vardır (Görsel 1.7). Bunlar:

- Toplumsal yaşam içinde bulunan insanların birbirleri ile olan ilişkilerinde, toplum birliğinin korunmasında, ortak değer ve davranış kurallarına uyulmasında iletişim önemli bir rol oynar.
- Toplumsal ve kültürel değerler, davranış kuralları iletişim ile toplumun yeni üyelerine kazandırılır; kuşaklararası aktarılır.
- İletişimin haber verme işlevi günümüzde büyük önem kazanmıştır. Çünkü iletişim teknolojileri aracılığıyla bir tuşla dünyanın öbür ucundaki kişilere ulaşılabilmektedir.

Görsel 1.7: Toplumsal değerlerin aktarılması

- İletişim boş zamanları değerlendirme, tiyatro, dans, güzel sanatlar, edebiyat, spor gibi bir arada olma, eğlenme işlevi de görür.

İletişim olgusunu bireyin yaşamı ve toplumsal yaşamın her alanında ve her aşamasında görmek mümkündür. İletişim, günlük yaşantımızda önemli işlevler taşımasının yanında sıradan işlerin yürütmesinde de gereklidir. Bir işyerinde çalışanların teknik yetenek ve iş deneyimine sahip olmalarının yanında, iletişim becerilerinin de gelişmiş olması beklenir.

ETKİNLİK

DOĞRU İLETİŞİMİ FARK EDİYORUM

- Öğretmen, sınıf ya da atölye ortamında öğrencilerle günlük hayatta iletişimle ilgili tanık oldukları ya da kendilerinin yaşadıkları güzel iletişim örneklerini sorar. Yine iletişimle ilgili karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunlara kendilerinin buldukları çözüm yolları hakkında sohbet eder. Doğru iletişim ve yanlış iletişim örneklerinden seçtiği eşit sayıdaki hikâyeleri drama yapacaklarını açıklayarak sınıf içinde gruplar oluşturur.
- Öğretmen, öğrencilerin yaşadıkları ve medyadan bilgi sahibi oldukları iyi ve kötü iletişim örneklerinden oluşan dramaya uygun küçük kartlar oluşturur.
- Öğretmen, sınıf sayısına uygun gruplar oluşturur. Sırayla bir grubu yanına çağırır. Elindeki örnek olay kartlarından bir tanesini seçmelerini ister.
- Öğrencilere kartlarındaki olayı doğaçlama yaparken, sınıfta bulunan araç gereçleri istedikleri şekilde kullanabileceklerini belirterek sergiledikleri konuyu, seyreden arkadaşlarına söylememelerini ister.
- Öğretmen, kartını seçen birinci drama grubuna örnek olaylardaki karakterlerin rol paylaşımları için 5 dakika, drama için de 5 dakika süre verir.
- Seçilen örnekler sahnelenir ve sonrasında yorumlama aşamasına geçilir.
- Öğretmen, bu aşamada öğrencilere bireysel ya da toplu olarak o anda neler hissettiklerini, neler düşündüklerini, süreç boyunca hoşgörü gösterdikleri, gösteremedikleri ya da beğendikleri, beğenmedikleri konular ve nedenlerini kapsayan çeşitli sorular sorar.
- Böylece iletişim süreci içinde yanlışlar, doğrular, mevcut durumlar ve olması gerekenler öğrenciler tarafından ortaya çıkarılmış olur.

UYGULAMA FAALİYETİ 1.1.1.

Aşağıdaki verilen cümleleri, “Ne söylerim?”, “Nasıl davranırım?” sorularına uygun şekilde yanıtlayınız.

Cümleler

1. Ne söylerim?
2. Nasıl davranırım?

Dersin en önemli yerinde sana bir şey sorduğunda arkadaşına,

1. _____
2. _____

Neden mutsuz olduğunu soran bir komşuna,

1. _____
2. _____

Otobüse binen yaşlı biri oturacak yer bulamadığında,

1. _____
2. _____

Sana lakap takan yakın arkadaşına,

1. _____
2. _____

Çok sevindirici bir haber aldığını söyleyince arkadaşına,

1. _____
2. _____

Ödevini neden yapmadığını sorduğunda öğretmenine,

1. _____
2. _____

Otobüse binen yaşlı biri oturacak yer bulamadığında,

1. _____
2. _____

Sana gelen mesajı, senden habersiz okuyan annene,

1. _____
2. _____

Sen ders çalışırken gürültü yapan kardeşine,

1. _____
2. _____

Karşıdan karşıya geçmeye çalışan koltuk değnekli yaşlı birini gördüğünde,

1. _____
2. _____

UYGULAMA FAALİYETİ 1.1.2.

İletişimin ne olduğu ile ilgili sunum hazırlayınız.

Sunum hazırlarken aşağıdaki uyarıları dikkate alınız:

- Sunumda; iletişim kavramı, iletişime neden ihtiyaç duyulduğu ve iletişimin önemi konuları bulunmalıdır.

- Sunumda Türkçe doğru ve özenli kullanılmalı, dinleyicilerle göz teması kurulmalı, beden dili ve ses tonu doğru kullanılmalıdır.
- Sunum süresi 5 dakikadır.
- Sunum yaparken yazı, tablo, grafik, fotoğraf, karikatür, video, hikâye vb. en az dört farklı materyal kullanılmalıdır.

	4 puan	3 puan	2 puan	1 puan
İçerik	Sunulan bilgiler doğru ve konu ile ilgili tüm kapsamı içermektedir.	Sunulan bilgiler doğru ancak kapsam yeterli derecede yansıtılmamıştır.	Sunulan bilgilerde kısmen yanlışlıklar vardır.	Sunulan bilgilerde önemli ölçüde yanlışlıklar vardır.
Materyal	Sunum dört farklı materyal ile desteklenmiştir.	Sunum üç farklı materyal ile desteklenmiştir.	Sunum iki farklı materyal ile desteklenmiştir.	Sunum sadece yazılı materyalden oluşmaktadır.
Sunum Becerisi	Akıcı dil kullanıldı, göz teması kuruldu, ses tonu ve beden dili doğru kullanıldı.	Belirtilen özelliklerden üçü yerine getirildi.	Belirtilen özelliklerden ikisi yerine getirildi.	Belirtilen özelliklerden biri yerine getirildi.
Zaman Yönetimi	Verilen süre içinde sunuyu tamamladı.	Verilen süreye +/- 2 dakika uymadı.	Verilen süreye +/- 3 dakika uymadı.	Verilen süreye +/- 4 dakika uymadı.

ÖLÇME DEĞERLENDİRME 1.1

A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise (D) yanlış ise (Y) yazınız.

1. (____) İlk bilinen iletişim insanların sesler çıkararak ve işaretler kullanarak yaptıkları iletişimdir.

2. (____)İletişim değişim göstermeyen sabit bir olgudur.

3. (____) İnsan sevincini, üzüntüsünü, isteklerini, ihtiyaçlarını sadece konuşarak anlatabilir.

4. (____) İletişim; psikoloji, sosyoloji, tarih, siyaset, yönetim bilimi, halkla ilişkiler, reklam, dil, kültür ve- daha birçok alanla yakından ilişkilidir.

B) Aşağıda verilen cümlelerde yer alan boşlukları uygun kavramlarla doldurunuz.

1. Birinci Dünya Savaşı yıllarında _____, İkinci Dünya Savaşı yıllarında ise _____ iletişim aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır.
2. Eğer bilgi alışverişi tek yönlü gerçekleşiyorsa; "_____"(bilgilendirme) çift yönlü gerçekleşiyorsa; "_____" (iletişim) olarak adlandırılır.
3. İletişimin _____ işlevi içinde kişinin kendini daha iyi tanıması, anlaması ve kendini nasıl tanıtmak istiyorsa öyle davranması yer alır.
4. İnsanlar, şekil ve resimlerden yararlanarak M.Ö. 4000 yıllarında _____ bulmuş, sonrasında _____ oluşturup, kullanmaya başlamıştır.

C) Aşağıda verilen soruların doğru yanıtını işaretleyiniz.

1. Aşağıdakilerden hangisi iletişimin tanımlarından biri <u>değildir</u>?
   A) İletişim, mesajın sözlü, sözsüz veya yazılı olarak bir birimden diğerine iletilme sürecidir.
   B) İletişim, kaynaktan hedefe doğru bilgi ve anlamların karşılıklı paylaşılmasıdır.
   C) İletişim; bilginin, duygunun, düşüncenin ve becerinin simgelerle iletilme sürecidir.
   D) İletişim sözlü yapılarak hedef kitleyi etkilemektir.
   E) İletişim, kişilerin kendini ifade edebilme ve başkalarını anlama sürecidir.

2. Aşağıdakilerden hangisi batı dillerinde communication olan kelimenin Türkçe karşılığı olarak kullanılmaktadır?
   A) İletişim **B)** Bilgilendirme **C)** Haberleşme **D)** Haberdar etme **E)** Doğal ses

3. Aşağıdakilerden hangisi gelişen teknolojinin ürünleri olan kitle iletişim araçlarından biri <u>değildir</u>?
   A) Telefon **B)** Sinema **C)** Gazete **D)** İnternet **E)** Ses

4. Aşağıdakilerden hangisi iletişimin temel amaçlarından biridir?
   A) Sözsüz yapılarak etkili olması.
   B) Var olmak.
   C) İletişim belirli kalıplarının olması.
   D) İletişim değişken bir olgudur.
   E) İletişim sembol kullanılarak yürütülür.

5. Aşağıdakilerden hangisi iletişimin özelliklerden <u>değildir</u>?
   A) İletişim insanlar arasında gerçekleşir.
   B) İletişim için paylaşım gereklidir.
   C) İletişimin belirli kalıpları yoktur.
   D) İletişim değişken bir olgudur.
   E) İletişimde ortak semboller kullanılır.

6. Aşağıdakilerden hangisi iletişimin toplumsal işlevlerinden biridir?
   A) Çocukların kendi kendilerine oyun oynaması.
   B) Kendi kendimize şarkı söylemek.
   C) Arkadaşlarımızla sohbet etmek.
   D) Değerlerimizin aktarılması.
   E) Evde dizi seyretmek.

1.2. İLETİŞİM SÜRECİ

HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. İletişimin temel ögelerinin neler olduğunu araştırıp iletişime etkilerini sınıfta paylaşınız.
2. İletişimin ikincil ögelerinin neler olduğunu araştırıp iletişime etkilerini sınıfta paylaşınız.

Bir olayın sürekli ve birbirini izleyen değişmelerle gelişmesi, başka bir olaya dönüşmesi durumu süreç olarak tanımlanır [1.6]. Belli bir süreç içinde bulunan herhangi bir şey hareketlidir ve sürekli bir değişim içerisinde bulunur. Süreç içinde yer alan ögeler birbirleriyle sürekli ilişki içinde bulunur ve her bir öge diğerlerini etkilerken kendisi de diğer ögelerden etkilenir. İletişim hem süreklilik hem de değişim gösterdiği için bir anda başlayıp bitmez, bir süreç içerisinde oluşur.

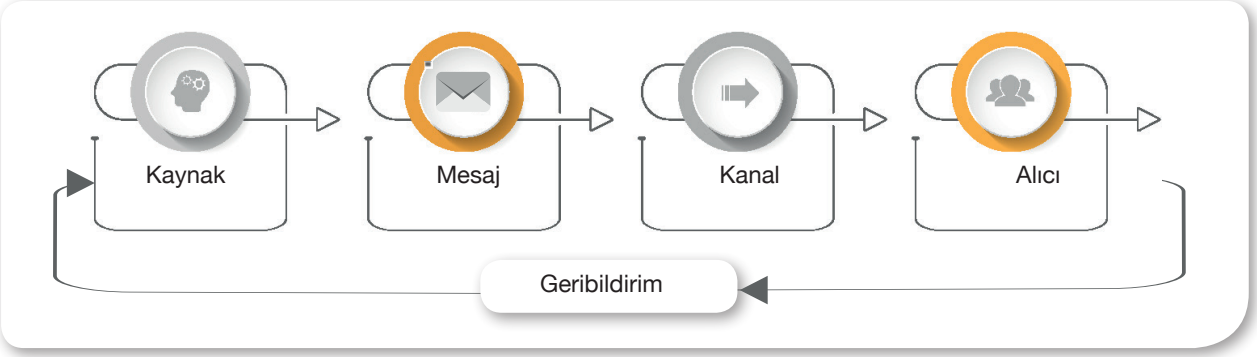
İletişim süreci birey acısından düşünüldüğünde, bireyin bilgi edinmesi ve öğrendikleriyle tutum ve davranışlarını değiştirmesi sürecidir. Şu anda bir iletişimde bulunduğumuz zaman bunu sadece şimdinin davranışı olarak değerlendiremeyiz. Bu davranışı geçmişteki yaşantımız, beklentilerimiz, başarılarımız, başarısızlıklarımız etkiler ve davranışımızın etkileri iletişimde bulunduğumuz anda da bitmez. Sonuçları gelecekte yapacaklarımız için tecrübe, yanılgı veya başarı olacaktır.

İletişim süreci toplumsal açıdan düşünüldüğünde ise iletişim, toplum yaşamının temelini oluşturması açısından önemlidir. Çünkü bizden önce yaşanılan olaylar, kültür ve bilgi iletişim sayesinde bize aktarılırken bizden sonraki nesillere de yine iletişim sayesinde aktarılacaktır. Bu şekilde toplum varlığı ve etkinlikleri iletişimle devam edebilecektir.

1.2.1. İletişim Sürecinin Ögeleri /Unsurları

İletişim süreci belirli amaçları gerçekleştirmek için birbiriyle ilişkili ve birbirine bağlı olarak görev alan ögeleri içerir. Bu ögelerin süreç içinde bir araya gelmesi iletişimi oluşturur. İletişim sürecinde değişmez olarak kabul edilen beş temel öge vardır (Şekil 1.1). İletişimin tam olarak gerçekleşebilmesi bu beş temel ögenin bulunması ile olur. Bunlar:

- Mesajı gönderen ya da başlatan (verici/kaynak)
- Mesajın hedefi (alıcı)
- Mesajı ileten ortam (kanal)
- Aktarılan, verilen bilgi, tutum ve davranış (mesaj / ileti)
- Mesajın alıcı tarafından alınıp alınmadığı (geribildirim) [1.4.].



Şekil 1.1: İletişim sürecinin temel ögeleri

İletişim süreci, kaynağın düşünce, duygu ve davranışlarını sembollerle kodlayarak alıcıya göndermesiyle başlar. Örneğin, anneniz siz odanızda ders çalışırken, sizi yemeğe çağırdığında iletişimi başlatıyor. Fakat alıcı olan siz kulaklığınızla müzik dinlediğiniz için annenizi duymaz ya da algılayamazsanız iletişim tam gerçekleşmez.

Şekil 1.2: İletişim sürecinin ikincil ögeleri

Şekil 1.2'de görüldüğü gibi, iletişim temel ögelerinin yanında ikincil ögeleri ile birlikte, dokuz ögeden oluşan bir süreçtir. İkincil ögeleri sıralayacak olursak;

- Mesaj hazırlamada kullanılan simgeler (Kod),
- Mesajın iletilmesini engelleyen her tür bozucu çevresel faktörler (Gürültü),
- Mesajı algılama ve yorumlama (Filtre),
- Mesajın iletildiği ortamdır (Ortam).

1.2.1.1. Kaynak /Gönderici

Kaynak, Türk Dil Kurumu sözlüğünde sözcük olarak “bir şeyin çıkış noktası, menşei“ anlamında kullanılır. İletişim sürecinde **kaynak**, mesajın çıkış noktası, başlatanıdır. İletişim sürecinin temelinde de kaynak bulunur, bu nedenle kaynak olmadan iletişim kurulamaz.

İletişimi başlatan, iletmek istediği duygusu, düşüncesi ya da bilgisi olan kişi, grup, kurum ya da kuruluş olabilir. İletişim ilk önce kaynağın zihnindeki düşüncelerden ortaya çıkar. Bu nedenle iletişimde en önemli sorumluluk kaynağa aittir (Görsel 1.8).

Kaynak düşüncesine, duygusuna anlam yükleyerek, düşüncesini ve duygusunu kelimeler, rakamlar, işaretler, beden hareketleri, yüz ifadeleri gibi sembollerle kodlayıp mesaj haline getirir. Bu aşama sonrasında mesajını alıcıya gönderir. Kaynak her zaman gönderdiği mesajı kendi oluşturmayabilir, başkaları tarafından oluşturulan mesajı da iletebilir.

Görsel 1.8 : Ders anlatan öğretmen

Kaynak her zaman tek kişi olmayabilir. Kişiler arası iletişim, gönderici ve alıcı olmak üzere en az iki kişiyi gerektirir. Kişiler arası iletişimin alıcısı ikiden fazla olabileceği gibi, göndericisi de birden fazla olabilir. Mesajı hazırlayan ve gönderenin gazete, radyo, televizyon olduğu durumlarda kaynak, kişi değil kurumsal bir yapıdadır. Bunlara, haber sunan televizyon spikeri, gazetede okunan bir haber, internette okunan bir yazı vb. örnek verilebilir.

Etkili bir iletişim açısından kaynak; bilgi, duygu, düşünce, tutum ve davranışlarını alıcının anlayabileceği sembollere dönüştürmek zorundadır. Kaynak açısından mesajın etkinliğini artıran veya azaltan etkenler vardır. Başarılı bir iletişim için kaynağın sahip olması gereken özellikler;

- Kaynağın alanında bilgili olması,
- Kaynağın iletişim becerisi,
- Kaynağın sosyo-demografik yapısı,
- Kaynağın güvenilir olması,
- Kaynağın toplum tarafından kabulü,
- Kaynağın kişilik yapısıdır.

Kaynağın yukarıda verilen özelliklerinin olması durumunda alıcı, kendisine kaynak tarafından gönderilen mesajı algılayıp anlamlandırabilir. Bu sayede etkili ve başarılı bir iletişim süreci başlar. Yine kaynağın bu özelliklerinin olmaması durumunda alıcı, kendisine gelen mesajı anlayamayacaktır (Görsel 1.9). Bu nedenle de iletişim, ya başlamadan bitecek ya da etkisiz olacaktır.

İletişim sürecinde kaynağın üstlendiği belirli işlevler vardır. Bunlar;

Görsel 1.9 : Söz isteyen öğrenci

- İletişimi kaynak/verici başlatır.
- Mesajları kaynak/verici seçer.
- İletişim kanalını yani iletişimin hangi ortamlarda aktarılacağı hususunu verici/kaynak belirler.
- Mesajın verilme zamanını verici /kaynak belirler.
- İletişimin amacına ulaşıp ulaşmadığı geribildirimin/ yanıtın gelmesiyle anlaşılır [1.4].

1.2.1.2. Mesaj /İleti

Mesaj, kaynak ile alıcı arasında iletişimin kurulmasını sağlayan temel ögedir. **Mesaj**, kaynağın oluşturduğu ve alıcıya gönderdiği sözlü, yazılı, görsel ve işitsel simgelerden oluşan somut üründür. Mesaj, kaynağın alıcıya iletmek istediklerini sözlü, yazılı ya da sözsüz sembollere dönüştürmesiyle oluşur. Bu semboller; harfler, sözcükler, cümleler, rakamlar, çizgiler, renkler, notalar, yüz ifadeleri, ses tonu ve beden hareketleri olabilir.

Mesaj; dil yolu ile gönderilirse sesli mesaj, yazılı olarak gönderilirse okunan bir mesaj, jest ya da mimik yapılarak gönderilirse görülen bir mesajdır. Kaynak, mesajını alıcının anlayacağı ve dikkatini çekeceği şekilde hazırlayıp göndermelidir. Başarılı bir iletişim için gönderici ve alıcı, aynı anlamı paylaşmalıdır. Ancak bunun için kaynak ve alıcının ortak algılama, anlama süreçlerini kullanmaları gereklidir. İletişim sürecinde mesajın istenilen etkiye ulaşılabilmesi için bazı özellikleri taşıması beklenmektedir. Bu özellikler;

- Mesaj ortak semboller kullanılarak oluşturulmalı,
- Mesaj kolay ve net anlaşılmalı,
- Mesaj için uygun zaman belirlenmeli,
- Mesaj gönderilirken en etkili araç seçilmeli,

- Mesaj hedef kitle için dikkat çekici olmalı,
- Mesaj uygun içerikle hazırlanmalıdır.

İletişimde kaynak; duygu, düşünce ve bilgisini sembollerle alıcıya gönderir. (Görsel 1.10). Bu semboller sözlü, sözsüz ya da yazılı mesajlar olarak hazırlanır. İki ya da daha fazla kişi arasındaki karşılıklı mesaj alışverişi, kişiler arası iletişim olarak adlandırılır. Sözlü mesajlar, ister yüz yüze ister kitle iletişim araçları ile gönderilsin, dil ile gerçekleşir. Sözsüz mesajlar ise jest ve mimikler ile gönderilen mesajlardır.

Görsel 1.10 : Mesaj gönderilen araçlar

Bireylerin gerek konuşarak gerek yazarak gerekse beden dili kullanarak gönderdiği mesajlara, alıcı tarafından aynı ya da benzer anlamlar yüklenirse sağlıklı bir iletişim süreci gelişir. Kitle iletişim araçları tarafından gönderilen mesajlarda ise mesaja yüklenen anlam ile hedef kitlenin anladığı anlam farklılık gösterebilir. Bunun nedeni eğitim, gelir, yaş, inanç ve değerleri farklı çok geniş alana hitap etmesidir. Bu farklılıkları göz önüne alarak mesajın hazırlanması ve sunulması gerekir. İletişim sürecinde istenilen etkiyi sağlayabilmesi için mesaj hazırlanırken;

- Alıcının bilgi ve düşüncesine,
- Alıcının tecrübelerine,
- Alıcının tutum, inanç ve değer yargılarına,
- •Alıcının ihtiyaç, istek ve amaçlarına,
- Alıcının ilgi alanlarına,
- Alıcının kişiliğine,
- Alıcının kültürel ve sosyal durumuna uygunluk göstermelidir.

1.2.1.3. Kod-Kodlama-Kod Açma

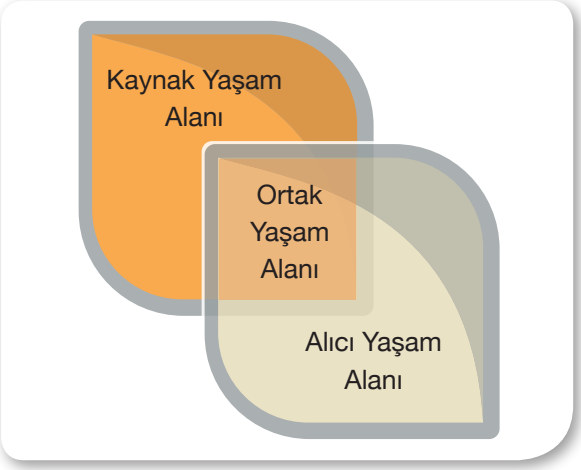
İletişim sürecinde kaynak, mesajını konuşmanın yanı sıra yazıyla, resim çizerek, rakamlarla ya da hareket yaparak simgeler halinde de gönderebilir. İşte mesaj hazırlanırken kullanılan bu simgeler ve bunlar arasındaki ilişkiyi düzenleyen kurallara **kod** denir. İnsanların mesaj göndermesine kodlar yardım eder. Bilginin, düşüncenin, duygunun mesaja uygun hale getirilmesine **kodlama**; alıcının kaynaktan gelen mesajı alarak, gelen simge ve işaretleri çözümleyerek anlamlandırmasına ise **kod açma** adı verilir.

Kod, herhangi bir toplumda yaşayanların ortak olan anlamlar sistemidir. Örneğin kelimeler birer koddur. Bunların nerede, nasıl kullanılacağını belirleyen kurallar vardır. Toplumda, yaşamın her alanında kurallara dayanan toplumsal kodlar kullanılır. Davranışta, trafikte, sporda, konuşmada kendine ait kodlar kullanılır ve bu kodlarla nerede, nasıl, ne yapmamız gerektiği belirlenir. Konuşacağımız zaman kelimeler, biriyle tanışırken davranışlarımızla verilmek istenen mesaj anlamlı olacak şekilde hazırlanır. Böylece kaynaktan alıcıya ortak işaretler, simgeler, ses ve görüntü sinyalleri anlaşılacak şekilde mesaj gönderilir.

Kodlama, küçük bir gülümsemeden en karmaşık yazıya, dokunmaktan zor bir fizik formülüne kadar çok geniş bir alandır. Kodlama simgelerin anlama dönüştürülmesidir. Bir "şey" i temsil eden ama onunla doğal bir ilişkisi olmayan simgeler kodlanarak mesaja dönüştürülür. İletişim etkinliği, hedefte istenen davranışın sağlanmasıyla gerçekleşir. Bu da ancak mesajın, kaynağın kodladığı gibi, hedef tarafından açılmasıyla

mümkün olabilir. İletişimin tam olabilmesi için mesajın alıcıya göre kodlanması, alıcının mesajı kaynağın beklediği gibi algılaması, anlaması gerekir. Örneğin hastasınız, doktora gittiniz. Doktorun hastalığınızı anlatırken sizin anlayacağınız bir kodlamada bulunması gerekir. Eğer doktor size tıp terimleri ile kodlama yaparsa sizin için çok karmaşık bir dil kullanılmış olacak ve ne anlatıldığını anlayamayacaksınız.

Kod açma ve yorumlama birbirinden farklı iki işlemdir. Kod açma sürecinden sonra yorumlama süreci başlar. İletişim süreci içerisinde mesajlar ancak kod açma yoluyla, anlamsız işaretler ya da bir takım ses ve görüntü sinyalleri olmaktan çıkıp anlam kazanır. Kodlama, kaynak tarafından; kod açımı ise alıcı tarafından yapılır. Örnekte verildiği gibi doktor kodlama yapıp size hastalığınızı anlatacak, siz de alıcı olarak kod açma ile ne anlattığını anlamaya çalışacaksınız. İletişimin başarısı, alıcı tarafından mesajın kod açımının yapılması ve alıcı ile kaynağın mesaja aynı anlamı vermesiyle mümkün olur. Bu duruma **ortak deneyim alanı**, **ortak tecrübe alanı**, **ortak yaşam alanı** denir. Ortak yaşam ve deneyimler sonucu iletişimde, ortak bir dil oluşur ve kullanılırsa kod açımı etkin bir şekilde gerçekleşir (Şekil 1.3).



Şekil 1.3: Ortak yaşam alanı

Ortak yaşam alanı (2 yuvarlağın kesiştiği alan) iletişimin gerçekleştiği alandır. Ortak yaşam alanı, kaynak ile alıcının ortak yaşam ve deneyimlerini kapsar. Her insanın kendine özgü deneyim, bilgi ve düşüncelerine dayalı bir tecrübe alanı vardır. Kaynak ve alıcının ortak yaşam alanı yok ise mesajı zihinlerinde aynı şekilde canlandırmaları ve anlamlandırmaları zor olacaktır. Dilimizi bilmeyen birisi, bu dille ilettiğimiz mesajı duymasına rağmen, algılayamaz ve anlamlı bir geribildirimde bulunamaz. Yine aynı dili konuşsalar bile farklı kültürden iki kişi, aynı sözcüğe her zaman aynı anlamı yüklemez.

Gösterge; kendisi dışında başka bir şeyin yerini alabilen, onu düşündürebilen görüntü, nesne, sözcük ya da olgu olarak tanımlanabilir. Kaynak ve alıcının mesaja yükledikleri anlamların aynı olması için aynı kodlar paylaşılmalı ve aynı gösterge sistemleri kullanılmalıdır. Bir iletişim sürecinde kodların yanında göstergelerde önemlidir. Örneğin sözcükler birer göstergedir, adlarımız bizim göstergemizdir. Aynı şekilde "masa" sözcüğü masa nesnesinin göstergesidir. Kısaca gösterge; kendisi o olmadığı halde onu çağrıştıran, iletişim kurmamıza yardımcı sembol, nesne ve olgulardır. İletişimde, dil göstergesi ve dil ötesi gösterge olmak üzere iki çeşit gösterge kullanırız.

- **Dil Göstergesi**: Yazı veya konuşmayla gerçekleştirilen her türlü etkinlik dil göstergesiyle ilgilidir. Örneğin masa, insan, araba kısacası iletişim kurarken kullandığımız bütün sözcükler dil göstergeleridir. Masa sözcüğü bir dil göstergesidir. Bu gösterge, "m, a, s, a" seslerinden oluşturulmuştur.
- **Dil Dışı Göstergeler**: Dil dışı göstergeler ise dil göstergelerine göre daha çeşitlidir. Dil dışı göstergeler, (fotoğraf, resim, işaret, jest, mimik) sözcüklerden çok daha fazla kullanılmaktadır. Her toplumda, farklı dil dışı göstergeler oluşturularak bunlar, iletişim kurmak için kullanılır. Buna göre dört farklı dil dışı gösterge sisteminden söz etmek mümkündür. Bunlar; Doğal gösterge, , görsel gösterge (İkon), simge (Sembol) ve sosyal göstergedir.

1.2.1.4.Kanal

Yüz yüze ya da kitle iletişim araçları kullanarak yapacağımız iletişim için mesajın kaynaktan alıcıya ulaştırılmasında bir kanala ihtiyacımız vardır. İletişim sürecinde kaynaktan alıcıya ya da tam tersi alıcıdan

kaynağa gönderilen mesajların ulaşmasını sağlayan yola kanal denir. Bunlar; ışık dalgaları, ses dalgaları, telefon kabloları gibi mesajı taşıyan yollardır.

İster yüz yüze iletişimde isterse kitle iletişiminde, mesajların kaynaktan alıcıya ulaştırılması için mutlaka bir kanala ihtiyaç duyulmaktadır. Yüz yüze iletişimde kişinin bedeni, yüzü, giysileri ve sesi; kitle iletişiminde ise gazete, radyo ve televizyonlar birer kanaldır [1.7].

Kişiler arası iletişimde göze, kulağa ve diğer duyu organlarına hitap eden uygun bir kanal bulunmaktadır. Örneğin; sözsüz iletişim (göz ve yüz ifadeleri, el ve kol hareketleri, bedenin duruşu gibi) görme kanalına; sözlü iletişim ise (kelimeler, aksan, ton, konuşma yanlışlıkları) işitme kanalına hitap etmektedir. Kişiler arası iletişimde sözlü ve sözsüz kanallar birlikte kullanıldığı zaman daha etkili olmaktadır [1.6].

İletişim sürecinde kullanılan kanallar temel olarak üç kategoride incelenebilir (Tablo 1.1):

Tablo 1.1: İletişim Sürecinde Kullanılan Kanal Çeşitleri

Sunusal Araçlar	Temsili Araçlar	Teknolojik Araçlar
Aynı zaman ve mekânda gerçekleşen iletişimlerde kullanılır. Kaynak ve alıcı tarafından konuşma ile aktarılan sözcükler ve beden dili ile yapılır.	Kişi, mekân ve zaman sınırı olmayan iletişimlerde kullanılır. Kaydedilebilen ve saklanması mümkün olan yazı, kitap, fotoğraf, resim,heykel, mimari gibi kültürel ve estetik değerler ile yapılır.	Kaynak ve alıcı arasında aktarımı sağlayan araçlar kullanılır. Telefon, radyo, televizyon, internet gibi kitle iletişim araçları ile yapılır.

İletişimin başarılı olabilmesi için doğru kanalı seçmemiz gerekir. Kime, neyi, ne için iletmek istediğimize göre kanal seçmeliyiz. Mesajımıza uygun hangi kanal ve aracı kullanacağımıza, "Mesajımızı aynı mekânda bir kişiye mi, uzak bir gruba mı; aynı anda mı yoksa daha sonra mı iletmek istiyoruz?" gibi soruları cevaplayarak karar vermeliyiz. Kanal, kaynağın amacı doğrultusunda, alıcının özelliklerine bağlı olarak seçildiği zaman iletişimde başarı sağlanır.

1.2.1.5. Alıcı/Hedef

İletişim sürecinin gerçekleşmesi için insanın kendisiyle kurduğu iletişimin dışında, kaynak ve alıcı olmak üzere en az iki kişi gereklidir. İletişim süreci içinde kaynağın mesajını ulaştırmak istediği kişi, grup ya da kitle alıcı/hedef olarak tanımlanır. Alıcı, kaynak tarafından gönderilen sözlü mesajları dinleyen, yazılı mesajları okuyan, sözsüz mesajları yorumlayan ve tepkide bulunan kişidir.

İletişim süreci içinde kaynak, mesajını istediği kişi, grup ya da kitleye ulaştırmak isterken her zaman istediği alıcıya ulaştırması mümkün olmayabilir. Bazen de gönderilen mesaj istenen kişiye değil, başkasına ulaşabilir. Bu durumda hedef başka, alıcı başka olur ve iletişim sorunları ortaya çıkabilir. Hedefiniz annenizi telefonla aramak iken yanlışlıkla kırgın olduğunuz arkadaşınızı aradığınızda, hedefiniz anneniz fakat alıcınız arkadaşınız olabilir. Alıcı ve hedef arasında farklılık olmaması için İletişim sürecinde hedefin aynı zamanda alıcı olmasına dikkat edilmelidir.

Alıcıların sahip olduğu dil, kültür, deneyim, öğrenme biçimi, bilgi ve anlayış düzeyi mesajları algılamasını ve yorumlanmasını etkiler. Kaynağın ve hedefin aynı düzeyde olması etkili bir iletişimde önemli rol oynar. Böylece hedef, mesajı gönderildiği anlama uygun şekilde alır, değerlendirir. Alıcının mesajı almaya istekli olması mesajın doğru olarak yorumlanmasında etkilidir. Eğer alıcı mesaja karşı duyarsız ya da isteksiz ise bu durumda mesaj istenildiği biçimde algılanmayacak ve beklenen sonuç gerçekleşmeyecektir.

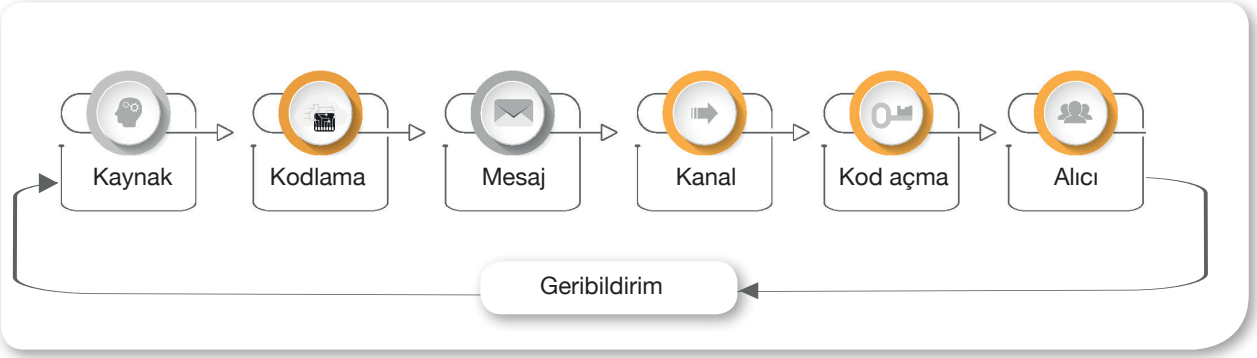
Alıcı, iletişim süreci içinde kaynaktan gelen mesajı yorumlayarak tepkilerde bulunur. Alıcı, mesajı almakla birlikte, mesajın alındığını ya da alınmadığını, anlaşıldığını ya da anlaşılmadığını bildiren bir mesaj göndererek kaynak konumuna geçebilir. Bu şekilde iletişim süreci çift yönlü gerçekleşir. Fakat alıcı, mesajı alıp, yorumlamayarak, kaynağa geribildirimde bulunmadan iletişimi sonlandırabilir. Bu şekilde de iletişimin tek yönlü işlemesi durumu oluşur.

Kitle iletişim araçlarında gazete, dergi ya da kitap için alıcı okuyucular; radyo için dinleyiciler; televizyon için ise izleyicilerdir. Kaynak, kitle iletişim araçları ise çok sayıda kişiden oluşan farklı topluluklara mesaj iletilmek istendiği için içerik ve biçim daha özenli hazırlanmalıdır. Bu iletişim şeklinde alıcı, kendisine gönderilen mesajı çoğu zaman aynen almamakta; kendi bakış acısı doğrultusunda algılayıp, yorumlayarak tepkisini e-posta, telefon, sosyal medya gibi araçlarla kaynağa iletmektedir.

Kaynak, iletişim süreci içerisinde alıcı üzerinde belli bir etki oluşturmak ister. Kaynağın mesajı alacak olan kişi ya da kişiler hakkında bilgi sahibi olması, mesajı kodlarken ona yardımcı olacaktır. Bu sayede kaynağın alıcı üzerindeki etkisi daha yüksek olacaktır. Ayrıca alıcının kaynağa güvenmesi, beklentileri, kaynağa ve konuya ne kadar ilgisinin olduğu, inanç ve değer yargıları mesajı anlamasını ve iletişimi etkileyecektir.

1.2.1.6.Geribildirim /Geri besleme/Dönüt/Feedback (fiidbek)

İletişim süreci içinde, kaynaktan alıcıya ulaşan mesaja karşılık olarak alıcının da kaynağa tepkisini ya da yorumunu belirtmek için gönderdiği mesaja geribildirim/geri besleme/dönüt/feedback denir (Şekil 1.4). İletişim olgusunun ve sürecinin tam oluşabilmesi için geribildirim gereklidir. Çünkü geribildirim iletişimin temel ögelerinden biridir. Geribildirim, iletişimin tek yönlü değil; çift yönlü bir işleyiş biçiminde gerçekleşmesinde belirleyicidir. Geribildirimin olmadığı bir durumda mesajın tek yönlü aktarımı söz konusu olur.



Şekil 1.4: Geribildirim

Mesaj göndericiden alıcıya, sonra tekrar göndericiye geribildirim yoluyla iletilir. Gönderilen mesajın tekrar kodlanarak geribildirimde bulunulması durumunda, ilk "kaynak" bu kez "alıcı" olur. İletişim süreci içinde bu döngünün devam etmesi sürecin devamı açısından çok önemlidir. Çünkü kaynağın ilettiği mesajın alıcı tarafından anlaşılıp anlaşılmadığı, nasıl yorumlandığı ve alıcının bu mesaja tepkisinin ne olduğu geribildirim sayesinde ortaya çıkar.

Yüz yüze iletişim, geribildirimin anında gerçekleşmesi nedeniyle en etkili iletişim türüdür (Görsel 1.11). Kitle iletişiminde de anında olmasa da geribildirim söz konusu olabilir. Ancak kitle iletişim araçları ile yapılan iletişimde her bir alıcıdan geribildirim almak mümkün değildir.

Alıcının mesajı alıp, algıladıktan sonra tepkisini kaynağa iletmemesi durumunda, iletişimin tek yönlü olarak aktarılmasından söz edilebilir. İletişim olgusunun varlığı geribildirimin bulunması ile tam olarak oluşur. Aksi takdirde istenilen etkinin yaratılıp yaratılamadığı tam olarak ölçülemez.

Görsel 1.11: Yüz yüze iletişimde geribildirim

Alıcı, mesajı kaynağın istediği, amaçladığı gibi değil de farklı bir şekilde anlayabilir. İstenmeyen ya da amacı dışında gerçekleşen bu mesaj gönderimini kaynak, geribildirim sayesinde anlayacaktır. Buna bağlı olarak kaynak iletmek istediği mesajda, yanlış anlaşılmaya neden olan unsurlar varsa bunları azaltmaya ya da tamamen ortadan kaldırmaya çalışabilir. Bu durumda kaynak, mesajı yeniden oluşturabilir ya da eksik olduğunu düşündüğü noktalarda değişiklikler yaparak yeniden gönderebilir. Bu nedenle geribildirim, iletişim sürecinde kaynağa iletişimin başarısı konusunda bilgi vererek yanlış anlaşılmaların yaşanmaması ya da giderilmesini sağlar.

Örneğin, öğretmeninizin ders anlatımı sonrasında "Konuyu anladınız mı? "diye sormasına, sizin vereceğiniz olumlu veya olumsuz her çeşit yanıt geribildirimdir. Buna göre kaynak, yani öğretmeniniz, kendisine ulaşan mesajı değerlendirerek ya yeni konuya geçer ya da yeniden düzenler ve size tekrar iletir. Bir tür kontrol görevi yaparak iletişim sürecini etkileyen geribildirim dört şekilde meydana gelir.

- **Olumlu-Olumsuz Geribildirim:** Alıcı, mesajı tam olarak algılar ve kaynaktan gelen mesajın kabul edildiğini, onaylandığı gösterirse buna olumlu geribildirim denir. Olumlu geribildirim, kaynağa iletişimin doğru bir şekilde devam ettiğini gösterir. Baş sallama, gülümseme gibi. Alıcı, mesajı tamamen ya da kısmen kabul etmiyorsa ve kaynağa bu durumu bildiriyorsa buna olumsuz geribildirim denir. Kaş çatmak, televizyon programını eleştiren e-posta göndermek olumsuz geribildirimin örnekleridir.
- **Hemen-Gecikmeli Geribildirim:** Kişiler arası iletişimde, iletişimin tam gerçekleşmesi için geribildirimin anında alınması beklenir. İletişim sürecinde geribildirim, mesajdan hemen sonra kişinin söylediği söze karşılık olarak olumlu ya da olumsuz sözcüklerle verilebilir. Bazı durumlarda geribildirim hemen verilemeyebilir, bir süre sonra gecikmeli olarak iletilebilir. Örneğin, iş görüşmesinin sonucu kişiye bir hafta sonra bir telefon ya da e-posta ile bildirilebilir.
- **Destekleyici-Eleştirel Geribildirim:** Geribildirimde verilen mesajın kabul edilmesi, desteklenmesi beklentisi vardır. Destekleyici geribildirim, iletişim sürecinde kaynağın ilettiği mesajı kabul etmeyi; eleştirel geribildirim ise iletişimde kaynağın ilettiği mesajı eleştirmeyi, eksik bulmayı ifade eder.
- **İleri Bildirim:** Kaynak tarafından asıl mesajdan önce gönderilen ve asıl mesaj hakkında bilgi veren mesajlara ileri bildirim adı verilir. Kişilerarası iletişimde taraflardan birinin diğerinin verdiği mesajı kabul edeceği ya da etmeyeceği, nasıl tepki vereceği ileri bildirimle öğrenilir. İletişim sürecinde ileri bildirim mesajları, asıl mesajın ne olacağı hakkında bilgi ilettiği için oluşabilecek iletişim engellerini ortadan kaldırır.

Etkin bir iletişim, mesajın yeterli derecede açık olmasına, alıcının durumuna göre kodlanmasına bağlıdır. Mesajın kodlanmasında kullanılan simgelerin mesajı gönderen kadar mesajı alacak, algılayacak, yorumlayacak alıcı tarafından da bilinmesi gerekir. Bu şekilde hazırlanan mesajda geribildirim istenilen doğrultuda alınacaktır.

ETKİNLİK

Oyna-Öğren

Öğretmeninizin belirlediği sinema filmlerinden birini sınıfta "Sessiz Sinema" oyunuyla arkadaşlarınıza anlatmaya çalışın. Anlatmaya çalıştığınız film ismini arkadaşlarınız anlayabilecekler mi?

1.2.1.7. Gürültü

İletişim sürecini aksatan, iletişimde olumsuz etkisi olan etmenler gürültü olarak nitelendirilir. Kaynağın ve alıcının dışında gelişen gürültü, mesaja istenmeyen şeylerin eklenmesi anlamına gelir. İletişim sürecinin belirli ya da herhangi bir aşamasında, istenmeden ortaya çıkabilir ve iletişimin sağlıklı işlemesini engeller. İletişim sürecinde ne kaynağın ne de alıcının istemediği bu durum iletişim sürecini olumsuz etkiler.

Gürültü genel olarak iletişim unsurlarının herhangi birinden kaynaklanabilir. İletişim sürecinde bulunan her katılımcının içsel ya da dışsal faktörleri nedeniyle gürültü oluşabilir. Bunun sonucunda mesajın iletilmesi ya da mesajın yorumlanması olumsuz olarak etkilenebilir. Mesajın kaynaktan gönderildiği şekliyle algılanmasına engel olan faktörler dört grupta sınıflandırılabilir (Şekil 1.5).

Fiziksel

Mesajın doğru olarak aktarılmasını engelleyen çevresel faktörlerdir. Öğretmenin ders anlatması sırasında öğrencilerin kendi aralarında konuşması, yoldan geçen arabaların gürültüsü, yazı karakterinin okunamaması, telefon hatlarındaki sorun vb.

Ruhsal/ Psikolojik

İletişim sürecindeki kişilerin stres, düşünceli olma ya da sıkıntılı olma durumları gibi psikolojik nedenlerle ortaya çıkar. Aşırı duygusallık, önyargılar, iletişime kapalılık, aşırı heyecan, korku vb.

Fizyolojik

İletişim sürecinde bulunan kaynak ya da alıcının fizyolojik olarak bir rahatsızlığı söz konusu olduğunda ortaya çıkar. Görme bozuklukları, duymada kayıplar, baş ağrısı, açlık, yorgunluk vb.

Toplumsal ve Kültürel

İletişim süreci içinde kişilerin toplumsal beklentileri ve istekleri, önyargıları gibi nedenlerle ortaya çıkar. İletişimde bulunanların bilgi, kültür ve yaşantıları arasındaki farklar vb.

Şekil 1.5: Mesajın algılanmasını engelleyen faktörler

1.2.1.8. Filtre

İletişimde alıcının mesajı kendine göre yorumlama biçimi, değerlendirme ölçütleri ya da filtre olarak adlandırılır. Yorumlama olduğu için kişiye özgü bir süreçtir. Aynı mesaj farklı alıcılar tarafından farklı yorumlanabilir. Bu nedenle filtre algılamayla ilgilidir ve iletişimde çok önemlidir. Algı, duyu organlarından beynimize ulaşan verileri yorumlama ve anlamlandırmadır. Duyu organlarımıza ulaşan verilerin bir anlam ifade edebilmeleri için algılanması gerekir. Algılama, bir olay üzerinde duyular yoluyla bilgi edinmemizdir.

Algılama sırasında beyne ulaşan bilgiler birtakım süzgeçlerden geçirilerek biçimlenir. Bu süzgeçler, kişinin istekleri, beklentisi, geçmiş yaşamı, bilgi birikimi, önyargıları, sosyal ve kültürel özellikleridir. İletişimde algılama dikkatle başlar, seçici olduğumuz durumlarda algımız daha açıktır. Örneğin, sevdiğimiz bir yazarın yeni kitabının çıktığının haberini aldığımızda, açken birisinin yiyeceklerden bahsetmesinde olduğu gibi. Alıcı, kaynaktan gelen mesajı kendi amaç, değer yargıları, inanç ve tutumları doğrultusunda yorumlar. Bu nedenle iletişim kurduğumuz zaman, kişisel deneyimlerimizle seçerek algılarız. Kısacası filtrelenen her mesaj, kaynağın algılama yeteneğinin sonucu olarak ortaya çıkar. Algılama hem uyarıcıların hem de algılayan kişinin özelliklerine bağlı olarak gelişen bir süreçtir. Algılama farklılığını, dışsal ve içsel olmak üzere iki unsura bağlayabiliriz (Tablo 1.2).

Tablo 1.2: Algılama Farklılığına Neden Olan Unsurlar

Algılamada dışsal faktörler	Algılamada içsel faktörler
• Farklılık	• Kişilik
• Yoğunluk	• Gereksinim
• Sıklık	• Amaçlar
• Tekrarlama	• İnançlar
• Hareket	• Değerler ve Tutumlar
• Yenilik	• Umutlar, Beklentiler, Arzu ve İstekler
• Benzerlik	• Geçmiş Tecrübeler ve Alışkanlıklar

1.2.1.9. Ortam/Bağlam

İletişim sürecinde bulunan unsurların (kaynak, alıcı, mesaj, kod, kanal, geribildirim) hepsinin birlikte meydana getirildiği duruma ortam / bağlam denir. Ortam, iletişimin oluştuğu yerdeki kaynak ve alıcıya bağlı özellikleri; ortamın sosyal, kültürel ve fiziksel özelliklerini ve iletişimin geçtiği zamanı anlatır.

İletişimde görev alan unsurların herhangi birinde meydana gelen değişiklik iletişimin değişmesine neden olur. Bir iletişimde görev alan unsurlardan sadece biri bile değişmişse iletişim değişir. Aynı mesaj farklı kişilere gönderildiğinde ya da aynı kişiye farklı zamanda gönderildiğinde iletişim ortamı değişeceği için alıcıların mesajı yorumlaması da değişecektir. Bir mesajın hangi zamanda söylenmiş olması; mesajı gönderen ve alanın psikolojik, ekonomik ve sosyal durumu gibi unsurlar iletişimin ortamını belirler.

Her ortam/bağlam, farklı çağrışımlara sahip olduğu için iletişim sürecinde mesajın anlamlandırılmasında belirleyici olur. İletişim sürecinde ortam, kaynak ve alıcı tarafından farklı biçimde algılanıp, yorumlandığı zaman aynı anlamlar paylaşılmaz. Ortam iletişim tarzını belirleyici bir rol oynar.

Mesaj gönderileceği ortama uygun hazırlanır. Arkadaşımızla günlük konuşmanızda, sunum yaparken, resmi kurumda görüşme yaparken bulunduğunuz ortama bağlı değişik konuşma yöntemlerini kullanır, konuşmalarımızı ortamına göre kodlarız. Çünkü iletişimde bulunduğumuz ortam değişmiştir ve iletişim tarzı buna göre biçimlenecektir. İletişimde ortam, oluştuğu yerdeki kişilere bağlı özelliklerden, ortamın sosyal, kültürel ve fiziksel özelliklerinden ve iletişimin geçtiği zamandan etkilenir (Şekil 1.6).

Ortamı etkileyen unsurlar şu şekilde gösterilebilir:

Kişilere Bağlı Ortam

İletişimde bulunan kişilerin yaşı, cinsiyeti ve sosyal mevkisi iletişimde önemli rol oynar. Sizden büyük birine amca, beyefendi, hanımefendi, teyze, diye hitap etmek ve buna göre davranmak gibi.

Sosyal Ortam

İletişim süreci içinde bulunulan kişilerin yaşadığı toplumsal kurallar, roller, iletişimi etkiler. İletişim kuran kişilerin yakın arkadaş olup olmadıkları gibi.

Fiziksel Ortam

İletişimin gerçekleştiği çevredir. Okul , ev, spor salonu, resmi bir kurum, odanın büyüklüğü, sıcak veya soğuk olması gibi.

Zaman Ortamı

Mesajın gönderildiği zaman içerisindeki koşullarda ortam değişirse iletişimi etkiler. Aynı konu hakkında gece saat 00.01'de telefonla arayan bir arkadaşınızla kurulan iletişimle, akşam saatlerinde telefon eden bir arkadaşınızla kurulan iletişim farklı olması gibi.

Şekil 1.6: Ortamı etkileyen unsurlar

ETKİNLİK

Öğretmen: İletişim sürecinin ögelerini öğrendiniz mi?

Öğrenci: Evet öğretmenim öğrendim.

Öğretmen: İletişim sürecinin ögelerini öğrendiniz mi?**Öğrenci:** Evet öğretmenim öğrendim.

Bir öğrenci arkadaşının konuşmasından öğretmeninin ne sorduğunu anlayamaz.

Öğretmen: Sevindim. O zaman şimdi uygulamalara geçelim.

Öğretmen ve öğrenci arasında geçen yukarıdaki diyalogda iletişim ögelerini bulunuz.

Kaynak: _____

Kanal: _____

Mesaj: _____

Alıcı: _____

Geribildirim _____

Kod _____

Gürültü _____

Filtre _____

Ortam _____

UYGULAMA FAALİYETİ 1.2.1.

İletişimin ne olduğu ile ilgili sunum hazırlayınız.

Etkinliği örnek alarak iletişim sürecinin temel ve ikincil ögelerini içeren iki farklı sunum hazırlayınız.

Sunum hazırlarken aşağıdaki uyarıları dikkate alınız:

- Sunumda bilgiler doğru ve "İletişim sürecinin temel ve ikincil ögeleri" konularını kapsamalıdır.
- Sunumda Türkçe doğru, özenli kullanılmalı; dinleyicilerle göz teması kurulmalı; beden dili ve ses tonu doğru kullanılmalıdır.
- Sunum süresi 5 dakikadır.
- Sunum yaparken yazı, tablo, grafik, fotoğraf, karikatür, video, hikâye vb. en az dört farklı materyal kullanılmalıdır.

	4 puan	3 puan	2 puan	1 puan
İçerik	Sunulan bilgiler doğru ve konu ile ilgili tüm kapsamı içermektedir.	Sunulan bilgiler doğru ancak kapsam yeterli derecede yansıtılmamıştır.	Sunulan bilgilerde kısmen yanlışlıklar vardır.	Sunulan bilgilerde önemli ölçüde yanlışlıklar vardır.
Materyal	Sunum dört farklı materyal ile desteklenmiştir.	Sunum üç farklı materyal ile desteklenmiştir.	Sunum iki farklı materyal ile desteklenmiştir.	Sunum sadece yazılı materyalden oluşmaktadır.
Sunum Becerisi	Akıcı dil kullanıldı, göz teması kuruldu, ses tonu ve beden dili doğru kullanıldı.	Belirtilen özelliklerden üçü yerine getirildi.	Belirtilen özelliklerden ikisi yerine getirildi.	Belirtilen özelliklerden biri yerine getirildi.
Zaman Yönetimi	Verilen süre içinde sunuyu tamamladı.	Verilen süreye +/- 2 dakika uymadı.	Verilen süreye +/- 3 dakika uymadı.	Verilen süreye +/- 4 dakika uymadı.

UYGULAMA FAALİYETİ 1.2.2.

1

İşlem Basamakları

- İletişim sürecinin şemasını çizerek sürecin temel ve ikincil ögelerini şemaya yerleştiriniz. Etkinlikteki örnekte olduğu gibi bir iletişim süreci etkinliği hazırlayınız.

Öneriler

- İletişimin temel ve ikincil ögelerini ile ilgili olarak tablo 1 ve tablo 2'yi tekrar inceleyiniz.
- İletişimin temel ve ikincil ögelerini şemaya yerleştiriniz.

2

İşlem Basamakları

- Etkinlikteki iletişim sürecinin temel ögelerini belirleyiniz.

Öneriler

- İletişimin temel ögelerini dikkatli bir şekilde tekrar inceleyiniz.

3

İşlem Basamakları

- Etkinliğe göre iletişim sürecinin ikincil ögelerini belirleyiniz.

Öneriler

- İletişimin ikincil ögelerini dikkatli bir şekilde tekrar inceleyiniz.

4

İşlem Basamakları

- Etkinlikteki iletişim sürecinin istenilen şekilde gerçekleşip gerçekleşmediğini inceleyiniz.

Öneriler

- Kaynağın mesajı gönderdiği şekilde alıp almadığına dikkat ediniz .
- Kaynağa geribildirim yapıp yapmadığına dikkat ediniz.

5

İşlem Basamakları

- Etkinliğe göre iletişim sürecinin sağlıklı gerçekleşmesini engelleyen gürültüyü tespit ediniz.

Öneriler

- Alıcıya kaynak tarafından gönderilen mesajın istek ve amacına uygun alınmasına ve kaynağa geribildirimde bulunulmasına bir engel oluştu mu kontrol ediniz.

6

İşlem Basamakları

- İletişimi olumsuz etkileyen unsurları değiştirerek etkinliği yeniden yazınız.

Öneriler

- Gürültü konusunu tekrar inceleyiniz.

7

İşlem Basamakları

- İletişimin oluştuğu ortamın özelliklerini belirleyiniz.

Öneriler

- İletişim ortamını etkileyen iletişimin oluştuğu yerdeki kişilere bağlı özellikleri, ortamın sosyal, kültürel ve fiziksel özellikleri ve iletişimin geçtiği zamanı inceleyiniz.

ÖLÇME DEĞERLENDİRME 1.2

A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise (D) yanlış ise (Y) yazınız.

1. (____) Kişilik, ihtiyaçlar, amaçlar, inançlar, değerler ve tutumlar, umutlar, beklentiler, arzu ve istekler, geçmiş tecrübeler ve alışkanlıklar algılamada dışsal unsurlardır.
2. (____) Kaynak tarafından asıl mesajdan önce gönderilen ve asıl mesaj hakkında bilgi veren mesajlara hemen geribildirim adı verilir.
3. (____) Kodlamayı kaynak, kod açımını alıcı yapar.
4. (____) Ortam iletişimin oluştuğu yerdeki kaynak ve alıcıya bağlı özellikleri, ortamın sosyal, kültürel ve fiziksel özelliklerini ve iletişimin geçtiği zamanı anlatır.

B) Aşağıda verilen cümlelerde yer alan boşlukları uygun kavramlarla doldurunuz.

1. İletişim sürecinde kaynaktan alıcıya ya da tam tersi alıcıdan kaynağa gönderilen mesajların ulaşmasını sağlayan yola, _____ denir.
2. Gönderilen mesajın tekrar kodlanarak, geribildirimde bulunulması durumunda, ilk "kaynak" bu kez "_____"olur.
3. Yazıyla veya sözle gerçekleştirilen her türlü etkinlik _____ göstergesiyle ilgilidir.
4. _____, iletişimin oluştuğu yerdeki kaynak ve alıcıya bağlı özellikleri, ortamın sosyal, kültürel ve fiziksel özelliklerini ve iletişimin geçtiği zamanı anlatır.

C) Aşağıda verilen soruların doğru yanıtını işaretleyiniz.

1. **Aşağıdakilerden hangisi iletişim sürecinin temel ögelerden biri değildir?**

   A) Mesaj
   B) Gürültü
   C) Kaynak
   D) Alıcı
   E) Geribildirim

2. **Aşağıdakilerden hangisi iletişim sürecinin ikincil ögelerden biridir?**

   A) Kaynak
   B) Alıcı
   C) Mesaj
   D) Filtre
   E) Geribildirim

3. **Aşağıdakilerden hangisi kaynak değildir?**

A) Ders anlatan öğretmen
B) Haber sunan spiker
C) Annesinin masal anlatmasını dinleyen çocuk
D) İnternetten okunan bir yazı
E) Selam veren arkadaşınız

4. **Aşağıdaki hangisi mesajın özelliklerden değildir?**

A) Mesaj sadece sözlü iletilmelidir.
B) Mesaj kolay ve net anlaşılmalıdır.
C) Mesaj ortak semboller kullanılarak oluşturulmalıdır.
D) Mesaj gönderirken en etkili araç seçilmelidir.
E) Mesaj hedef kitle için dikkat çekici olmalıdır.

5. **Aşağıdakilerden hangisi bilginin, düşüncenin duygunun mesaja uygun hale getirilmesine verilen addır?**

A) Mesaj
B) Kodlama
C) Kod
D) Algı
E) Kod açma

6. **Aşağıdakilerden hangisi geribildirim çeşidi değildir.**

A) Olumlu-Olumsuz Geribildirim
B) Hemen-Gecikmeli Geribildirim
C) Güvenilir-Güvenilmez Geribildirim
D) Destekleyici-Eleştirel Geribildirim
E) İleri bildirim

7. **Aşağıdakilerden hangisi mesajın kaynaktan gönderildiği gibi algılanmasına engel olan fizyolojik gürültü değildir.**

A) Duymada kayıplar
B) Görme bozuklukları
C) Yorgunluk
D) Baş ağrısı
E) Araba gürültüsü

1.3. İLETİŞİM TÜRLERİ

HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. İletişim kurmak için hangi araçları kullandığımızı çevrenizde gözlemleyiniz.
2. Hangi iletişim türünü, hangi durumlarda kullandığınızı not alınız.

İnsanlar duygu, düşünce ve bilgisini paylaşırken çeşitli iletişim araçlarını kullanmak zorundadır. Kullanılan araçlara göre iletişim türleri farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır. Bunlar;

- Sözlü,
- Sözsüz,
- Yazılı iletişim olarak 3'e ayrılmaktadır.

1.3.1. Sözlü İletişim

Sözlü iletişim, sesin iletilmesi ve duymanın gerçekleşmesini kapsar. Sosyal hayatta en etkili ve gelişmiş iletişim aracı dildir. Sözlü iletişim; yüz yüze görüşmeler, sözlü sunumlar, resmi toplantı konuşmaları gibi yüz yüze ya da telefonla görüşme, radyo, televizyon, internet ortamı gibi çeşitli araçlarla kurulur.

Görsel 1.12: Konuşan çocuk

Sözlü iletişim konuşmayı, dili ve sözcükleri içerir (Görsel 1.12). İletişimde sözel iletişim türü seçildiğinde, mesaj alışverişlerinde harfler ve sözcükler kullanılır. Bu nedenle sözlü iletişim, sembollerle aktarılır ve konuşma dili olarak da adlandırılır.

Dinleme, konuşma, okuma birer dil becerisidir. Dili kullanma becerisi kişinin iletişim yeteneğini oluşturan en temel unsurdur. Konuşma, başkalarıyla iletişim kurmanın, kendinizi ve yaşantınızı anlatmanın en önemli yoludur. Doğru, etkili ve güzel konuşma için sürekli okumak, etkin dinlemek ve anlatım alıştırmaları yapmak gerekir. Burada ayrıca sesin tonu, hızı, şiddeti ve vurgusu da önemlidir. Sözlü iletişim dil ve dil ötesi olmak üzere iki gruba ayrılır (Tablo 1.3).

Tablo 1.3: Dil ve Dil Ötesi İletişim

Dil ile İletişim	Dil Ötesi İletişim
• Mesajlar konuşarak iletilir. • Ne söylendiği önemlidir.	• Mesajlar sesin niteliği (ses tonu, tınısı, hızı, şiddeti, duraklama, vurgu vb.) ile iletilir. • Nasıl söylendiği önemlidir.

Mesajın doğru iletilmesi seçilen kelimelere bağlıdır. Ancak söylediklerimizin algılanması önemli ölçüde dil ötesine göre olur. Sözlü iletişimde sesin etkinlik bakımından büyük bir önemi vardır. Ses insanın duygularını ve iç dünyasını yansıtır. Mesajın aktarılmasında sözcükler, beden dili ve ses iletişim becerisinin bütününü oluşturur.

Genel olarak sözlü iletişim iki farklı şekilde kurulur. Birinci sözlü iletişim şekli, kaynak ve alıcının aynı mekânı paylaştığı, yüz yüze iletişimdir. Yüz yüze iletişim sözlü bilgilendirme, hitaplar, yüz yüze görüşmeler, resmi toplantılar gibi çeşitli şekillerde yapılır. Burada alıcının yalnızca duymakla kalmayıp kaynağın duygu ve niyetini açıklayan beden ve yüz hareketlerini de görebilmesi önemlidir. Böylece, anlaşılmayan konuları sorarak kısa süre içerisinde geribildirim sağlayabilir.

Aynı mekânda bulunamayan bireylerin teknolojik araçlar kullanarak iletişim kurmaları da söz konusudur. Yani sözlü iletişim, yüz yüze olabileceği gibi radyo, televizyon, telefon, internet aracılığı ile de olabilir. Bu uygulamada ilk akla gelen araç, telefondur. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte görüntülü telefon görüşmesi ve telekonferans gibi etkileşimli iletişim alanları da ortaya çıkmıştır.

Sözlü iletişim, sosyal bir varlık olan insanoğlunun sahip olması gereken en önemli becerilerden biridir. Sözlü iletişim hem bireyler hem toplum için önemlidir. Bireysel olarak kendini ifade edemeyen insan toplumsal yaşama uyum sağlayamaz, çevresiyle ilişkilerinde ve iş hayatında başarılı olamaz. Sözlü iletişimde başarısız olan toplumlarda ise kendini anlatamayan, birbirini anlayamayan bireyler çatışma yaşar, mutsuz ve başarısız olur böylece o toplumlarda gelişim sağlanamaz.

Sözlü iletişimin pek çok avantajı vardır. Bunlar;

- Daha basit ve hızlı olması,
- Mesajın anlaşılma derecesinin yüksek olması,
- Cevapların kontrol edilebilmesi, anlaşılma derecesinin denetlenebilmesi,
- Soru sorulabilmesi, sorulara anında cevap verilerek aynı anda geribildirimde bulunulması,
- Anlaşılmayan konulara açıklık getirilebilmesi, konuların üzerinde gerektiği kadar durulabilmesidir.

Sözlü İletişimin dezavantajları da vardır. Bunlar;

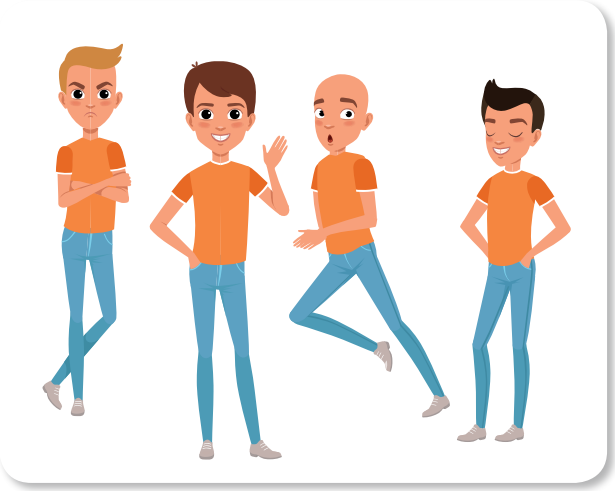
- Söylenen kelimenin yazıyla ifade edilen kelimeye oranla, yanlış anlaşılma ihtimalinin daha yüksek olması,
- Kalıcı mesajların aktarılmasında etkili olmaması,
- Mesajların zamanla kısmen veya tamamen unutulabilir veya değişikliğe uğrayabilir olması,
- Uzun konuşma ve görüşmelerle işleri engelleyebilmesidir.

Sözlü iletişimde etkili ve başarılı olabilmek için dikkat etmemiz gereken konular vardır. Bunlar;

- Kelimelerin ses ve vurgu tonlamalarına dikkat edilmeli,
- Bir plan çerçevesinde, sıralı anlatılmalı,
- Dil akıcı ve sade olmalı,
- Anlatım inandırıcı ve yapıcı olmalı,
- Jest ve mimiklerden yerine göre faydalanmalı,
- Samimi ve açık sözlü olmalı,
- İfadeler, duygu, düşünce ve hayallerle zenginleştirilmeli,
- Konuşmada bazen mizahi öğelere de yer verilmelidir.

1.3.2. Sözsüz İletişim

Sözsüz iletişim, sözcükler kullanılmadan beden duruşu, yüz ifadeleri, ses tonu, göz hareketleri, aradaki mesafe, kişisel görünüm ve dokunma/ temas gibi davranışlarla kurulan iletişimdir. Beden dili olarak da adlandırdığımız bu iletişim biçimi insanlık tarihi ile başlamıştır. Beden dili; ağız, kaş, göz, dudak yani yüz ifadelerini oluşturan mimikler ile baş, el, kol, ayak, bacak ve bedenin kullanımı olan jestlerle yapılır. Jest ve mimikler, düşünce ve duygularımızı destekleyen, onları somutlaştıran hareketlerdir (Görsel 1.13). Örneğin, karşımızdaki kişinin konuşurken gözlerini kaçırması ya da sürekli saatine bakması sözle ifade edilmese de belirli mesajlar içerir.



Görsel 1.13: Jest ve mimikler

İnsanlar sözlü iletişime geçmeden önce, iletişimin en temel biçimi olan bedenlerini kullanarak iletişim kurmuşlardır. İlkel insandan kalma bu sözsüz iletişim günümüzde de kullanılmaktadır. Sözlü ifadelerle beden dili arasında sıkı bir bağ vardır ve bu bağ aracılığıyla sözel ifadenin anlamı ve etkisi güçlenir ya da zayıflar. İyi bir dinleyici ve gözlemci, iletişim kurduğu kişinin yalnız söylediklerini değil; yüz, el, kol ve bedeniyle yaptıklarını da anlar. Çünkü yüz yüze iletişimde, hem sözlü hem de sözsüz iletişim bir arada kullanılır. Mesaj alışverişinin büyük bir bölümü sözsüz mesajlardan oluşur.

Kimi zaman insanların duygularını anlamak zordur. Kendilerine soramazsınız, çünkü ne hissettiklerini çoğunlukla söylemek istemezler. Söylemek isteseler bile, çoğu kez duygularını kendileri de pek bilmezler [1.8]. Böyle durumlarda bu kişilerin neler hissettiğini, yüz ifadelerine, beden diline bakarak anlamaya çalışabiliriz. İnsanlar beden dilleri ile duyguları, düşünceleri, istekleri ve bilinçaltı ile ilgili önemli bilgiler yansıtır. Jest ve mimiklerle yapılan her hareket sessiz bir konuşmadır. Kaş çatılması, kolların kavuşturulması, tebessüm vb. iletişim süreci içinde duygu ve düşüncelerin en doğal açıklama yollarıdır. Çünkü insanın bedeni çoğu zaman kendiliğinden tepkiler verir. İnsanın gerçek duygu ve düşüncelerini sözcüklerin arkasına gizlemesi belki mümkün olabilir, ancak beden dilinin sözcüklerden çok daha kolay anlaşılma özelliği vardır.

Beden dili insanların ilk anlaşma aracı ve ilk dilidir. İlk izlenim, ilk tanışma beden dilinin sinyallerinin değerlendirilmesiyle oluşur. İlk karşılaşılan kişinin giyim kuşamı, hareketleri, nasıl baktığı, ses tonu bir bütün olarak daha ilk saniyelerde ilk izlenimi belirler. Sözsüz mesaj, yer ve zamanı en etkili kullanma süreci için çok önemli bir yere sahiptir. Duygu ve düşüncelerin kelimelere dökülemediği durumlarda bir bakış, bir gülüş, uzanan bir el binlerce kelimeden fazla anlam taşır.

Görsel 1.14: Beden dili örneği

Özel ve iş yaşantısında başarılı olmak için sözlü ifadelerin yanı sıra beden diline de dikkat edilmelidir. Böylece daha başarılı ve etkili bir iletişim kurulabilir. Bir konuşma ya da sunum, uygun sözsüz iletişim öğeleriyle desteklenmiş olursa dinleyenler üzerinde daha olumlu bir etki bırakacaktır.

Sözsüz iletişimin, sözlü iletişimde olduğu gibi, dil bilgisi kuralları yoktur. Bu nedenle insanların kendi tarzlarını sergilemeleri, sözel iletişime oranla daha fazladır. (Görsel 1.14). Bu da sözsüz iletişimdeki

mesajların zor anlaşılmasına, farklı anlamlara gelmesine yol açabilir. İnsanın beden diliyle verdiği mesajlar başkalarıyla anlaşmasında en temel araçtır. İnsan, hem yakın çevresinde hem sosyal yaşamında hem de farklı ülke insanlarıyla ilişkilerinde öncellikle beden dilini kullanılır; beden diliyle anlaşmaya çalışır. Beden dili dünyanın her yerinde tüm insanlar tarafından kullanılır. Yani evrenseldir.

Bazı durumlarda beden dilinde kullanılan işaretler, değişik kültür ve toplumlarda farklı anlamlar taşıyabilir. İletişim kurulan insanların kültüründeki ortak özellikler ne kadar fazlaysa birbirlerinin beden dilini anlamaları da o denli kolaylaşır. Sözsüz iletişimin özellikleri çok olmakla birlikte genel olarak şu şekilde sıralanabilir:

- **Sözsüz iletişim etkilidir:** Kendi mesajımızı göndermek ve başkalarının mesajlarını almak için sözsüz iletişimden daha çok yararlanırız. Çünkü söylemek istediklerimizi daha etkili bir biçimde ve dolaysız ifade edebiliriz. Bir bakış, bir gülümseme, bir dokunuş binlerce sözcüğün anlatamadığı duyguları anlatabilir.
- **Sözsüz iletişim duyguları belirtir:** Sözsüz iletişim, insanın duygularına ilişkin gerçekçi ipuçları verir. İnsanlar konuşarak düşüncelerini, sözsüz iletişim ise duygularını anlatır. Kızgın, yorgun ve mutsuz biri ne kadar gizlemeye çalışırsa çalışsın beden dili bunu açığa çıkarır.
- **Sözsüz iletişim belirsizdir:** Sözlü iletişime göre ne anlatıldığı net değildir. Kimi mesajları anlamlandırmak zor hatta imkânsızdır. Örneğin, birinin mutsuz olmasının nedenini beden diliyle anlamak kolay değildir. Çünkü bu mutsuzluk, yorgunluk, hastalık, kızgınlık, öfke gibi nedenlerden kaynaklanıyor olabilir.
- **Sözsüz iletişim çift anlamlıdır:** Kimi durumlarda sözlü ve sözsüz iletişim farklı anlamlar içeren mesajlar verebilir. Herhangi bir nedenle size kırıldığını hissettiğiniz arkadaşınıza sorduğunuzda 'Kırılmadım.' demesi ama sizinle eskisi gibi samimi konuşmaması buna bir örnektir. Sözle kırılmadığını ifade eden arkadaşınız ses tonu, yüz ifadeleri ile kırıldığını gösterebilir. Böyle durumlarda iki mesajda farklı anlamlar iletir.

ETKİNLİK

Bedenin Duruşu Deneyi

- İki arkadaş bulun. İkiniz sadece sizi ilgilendiren bir konuyu konuşurken üçüncü kişinin geldiğini ve size katılmak istediğini düşünün. Bu kimseyi görmekten pek memnun değilsiniz, ama ona karşı kaba davranmak da istemiyorsunuz.
- Söz konusu kişiye sadece beden duruşunuzu kullanarak duygularınızı belli etmeye çalışın. Bu üçüncü kişiyle isterseniz konuşabilirsiniz, ne var ki onun gitmesini istediğinizi sözle değil, bedeninizle söyleyeceksiniz [1.8].

1.3.3. Yazılı İletişim

Tarihsel süreçte duvarlara ve taşlara çizilen resimler önce harflerin ve daha sonra alfabenin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Görsel 1.15). Yaklaşık beş bin yıl önce Sümerler tarafından yazının icat edilmesi yazılı ve görsel sembollerin aktarımını sağlamıştır. Zaman içerisinde bazı uluslar da kendilerine ait alfabeler geliştirmiştir.

Yazı, duygularımızı, düşüncelerimizi, isteklerimizi başkalarına iletmek ya da hep kalmasını sağlamak için kullanılan işaretler sistemidir. **Yazılı iletişim** herhangi bir konuda söylemek istediklerimizin belli kurallara göre yazıya dökülerek biçimlendirildiği ve sunulduğu iletişim türüdür.

Görsel 1.15: Mağara yazıları

Yazının icadı ile bilgi toplanabilir, iletilebilir, saklanabilir hale gelmiştir. Yazının bulunuşundan sonra matbaanın icadı ile birlikte bilginin yayılması sağlanmıştır. Bilim, düşünce ve edebi eserlerin yazılıp, basılarak çoğaltılması sonucu toplumlar sosyal, kültürel ve bilimsel olarak gelişme gösterdiler. İnsanlar deneyimle öğrendikleri bilgilerden daha fazlasını okuyarak öğrenmeye başladılar. Yazı, insanlar arasındaki ilişkilerde hem bağlayıcı hem de güvenlik sağlayıcıdır. Sözlü iletişimde verilen ifadeler unutulabilir, ancak yazılı ifadeler kalıcıdır. Yazının icadıyla duygu ve düşünceler unutulmaktan, silinip kaybolmaktan kurtulmuştur. Bu nedenle yazılı kayıtların önemi büyüktür. Bir kere kaydedilen bir şey, kaydedildiği şey ortadan kalkmadıkça tam anlamıyla unutulmamaktadır. Yazılı iletişim, kanıt niteliği taşıması nedeniyle diğer iletişim türlerine göre bazı durumlarda daha çok tercih edilmiştir. Ayrıca duygu ve düşüncelerin yazıya dökülmesi, mesajın karşı tarafa iletilmeden denetlenmesini sağlamaktadır.

Yazılı iletişimin dezavantajı ise, sözlü iletişime göre biraz daha zaman alması, mesajı alan herkesin aynı yorumu yapmaması ve alıcıdan alınması beklenen anlık geribildirim mekanizmasının yeterli olmamasıdır. Ayrıca herkesin eline geçme olasılığı nedeniyle gizlilik sorununun bulunması ve ek açıklama gerektiğinde çok zaman alması gibi de olumsuz yönleri vardır. Yazılı iletişimden yararlanırken şunlara dikkat edilmelidir:

- Yazılacak metin türünün özellikleri bilinmeli, özelliğine uygun yazılmalıdır.
- Duygu ve düşüncelerin daha iyi iletilebilmesi için değişik anlatım biçimleri kullanılabilir.
- Dilin özelliğine göre cümleler kurulmalı, kelimeler özenle seçilmelidir.
- Konular bir plan hazırlanarak yazılmalıdır.
- Metinde anlatılanlar kalıcı olacağı için dikkatli yazılmalıdır.
- Sanatsal ifadeler kullanılsa bile metin dilinin anlaşılır olmalıdır.

Görsel 1.16: Bilgisayarla iletişim

Bilgisayardaki teknolojik gelişmeler sayesinde basılı dijital reklamlar, e-kitap, dijital gazete ve dergi, internet siteleri, resmi siteler gibi görsel internet ortamları oluşmuştur (Görsel 1.16). Aynı şekilde makale, biyografi, eleştiri yazıları ve köşe yazıları yazılı iletişim olarak internet ortamında yayınlanmaya başlanmıştır. Bu da günümüzde yazılı iletişimin geldiği son noktalardan biridir.

ETKİNLİK

Oyna-Öğren

Bir nesneyi, ünlü birini, bir kitap ya da sinemayı ismini vermeden yazılı anlatın. Sınıfta arkadaşlarınızla paylaşın. Arkadaşlarınız kimi, neyi, hangi kitap ve filmi anlatmaya çalıştığınızı bilmeye çalışsınlar.

UYGULAMA FAALİYETİ 1.3.1.

İletişim türleri ile ilgili bir broşür hazırlayınız.

Broşürü hazırlarken aşağıdaki uyarıları dikkate alınız:

- Broşürde üç türe ait doğru ve yanlış kullanımlarla ilgili anlatım ve örnekler yer almalıdır.
- Broşürde yazı, resim, tablo, grafik, şekil, fotoğraf vb. en az dört farklı materyal kullanılmalıdır.
- Broşür için bir A4 kâğıdının iki yüzü de kullanılmalıdır.

	4 puan	3 puan	2 puan	1 puan
İçerik	Sunulan bilgiler doğru ve konu ile ilgili tüm kapsamı içermektedir.	Sunulan bilgiler doğru ancak kapsam yeterli derecede yansıtılmamıştır.	Sunulan bilgilerde kısmen yanlışlıklar vardır.	Sunulan bilgilerde önemli ölçüde yanlışlıklar vardır.
Materyal	Sunum dört farklı materyal ile desteklenmiştir.	Sunum üç farklı materyal ile desteklenmiştir.	Sunum iki farklı materyal ile desteklenmiştir.	Sunum sadece yazılı materyalden oluşmaktadır.
Görsel Tasarım	Kâğıdın iki yüzü de etkili ve dengeli bir şekilde kullanılmış	Yazılar etkili kullanılmış ancak görseller dengeli kullanılmamış.	Yazılar etkili kullanılmamış ancak görseller dengeli kullanılmış.	Hem yazılar hem de görseller etkili ve dengeli kullanılmamış.

UYGULAMA FAALİYETİ 1.3.2.

Sizin seçtiğiniz örnekler üzerinden iletişim türlerinin özellikleri ve kullanılış biçimleri ile ilgili slayt hazırlayınız.

Slayt hazırlarken aşağıdaki uyarıları dikkate alınız:

- Slaytta yazı, resim, tablo, grafik, şekil, fotoğraf vb. en az dört farklı materyal kullanılmalıdır.
- Slayttın değerlendirmesinde aşağıdaki puanlama anahtarı kullanılacaktır.

	4 puan	3 puan	2 puan	1 puan
İçerik	Sunulan bilgiler doğru ve konu ile ilgili tüm kapsamı içermektedir.	Sunulan bilgiler doğru ancak kapsam yeterli derecede yansıtılmamıştır.	Sunulan bilgilerde kısmen yanlışlıklar vardır.	Sunulan bilgilerde önemli ölçüde yanlışlıklar vardır.
Materyal	Sunum dört farklı materyal ile desteklenmiştir.	Sunum üç farklı materyal ile desteklenmiştir.	Sunum iki farklı materyal ile desteklenmiştir.	Sunum sadece yazılı materyalden oluşmaktadır.
Görsel Tasarım	Kâğıdın iki yüzü de etkili ve dengeli bir şekilde kullanılmış	Yazılar etkili kullanılmış ancak görseller dengeli kullanılmamış.	Yazılar etkili kullanılmamış ancak görseller dengeli kullanılmış.	Hem yazılar hem de görseller etkili ve dengeli kullanılmamış.

ÖLÇME DEĞERLENDİRME 1.3

A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise (D) yanlış ise (Y) yazınız.

1. (____) Sözlü iletişim, yüz yüze olabileceği gibi radyo, televizyon ve telefonla da olabilir.
2. (____) İnsanlar kişisel alanlarına müdahale edilmesinden rahatsızlık duymazlar.
3. (____) Dil ile iletişimde, kişilerin ne söyledikleri; dil ötesi iletişim de ise nasıl söyledikleri önemlidir.

B) Aşağıda verilen cümlelerde yer alan boşlukları uygun kavramlarla doldurunuz.

1. _____ ağız, kaş, göz, dudak yani yüz ifadelerini oluşturan mimikler ile baş, el, kol, ayak, bacak ve bedenin kullanımı olan jestlerle yapılır.
2. _____ sözcükler kullanılmadan beden duruşu, yüz ifadeleri, ses tonu, göz hareketleri, aradaki mesafe, kişisel görünüm ve dokunma/ temas gibi davranışlarla kurulan iletişimdir.
3. _____ iletişim, kanıt niteliği taşıması nedeniyle diğer iletişim türlerine göre bazı durumlarda daha çok tercih edilmiştir.
4. _____ mesajları kontrol etmek, _____ mesajları kontrol etmekten daha zordur.

C) Aşağıda verilen soruların doğru yanıtını işaretleyiniz.

1. Aşağıdakilerden hangisi sözlü iletişimin avantajlarından biridir?

A) Söylenen kelimenin yazıyla ifade edilen bir kelimeye oranla, yanlış anlaşılma ihtimâlinin daha yüksek olması.
B) Sorulara anında cevap verilerek eş zamanlı geribildirimde bulunulması.
C) Yavaş ve karmaşık olması.
D) Mesajların zamanla kısmen veya tamamen unutulması veya değişikliğe uğraması.
E) Uzun konuşma ve görüşmelerle işleri engellemesi.

2. Aşağıdakilerden hangisi yüz yüze yapılan sözlü iletişim örneklerinden biridir?

A) Telefonla görüşme
B) Rapor
C) Sözleşme
D) Selamlaşma
E) Gülümseme

3. Aşağıdakilerden hangisi sözlü İletişimin dezavantajlarından biridir?

A) Verilen cevaplar kontrol edilebilir.
B) Kalıcı mesajların aktarılmasında etkilidir.
C) Anlaşılmayan konulara açıklık getirilebilir.
D) Mesajlar zamanla kısmen veya tamamen unutulabilir veya değişikliğe uğrayabilir.
E) İfadeler, duygu, düşünce ve hayallerle zenginleştirilebilir.

4. Aşağıdakilerden hangisi sözsüz iletişimin genel özelliklerin biri değildir?

A) Sözsüz iletişim etkilidir.
B) Sözsüz iletişim çift anlamlıdır.
C) Sözsüz iletişim belirsizdir.
D) Sözsüz iletişim duyguları belirtir.
E) Sözsüz iletişim kalıcıdır.

5. Aşağıdakilerden hangisi yazılı iletişim örneklerinden biridir?

A) Kaş çatma
B) Resmi toplantılar
C) Afiş
D) Telefonla görüşme
E) Telekonferans

6. Aşağıdakilerden hangisi yazılı iletişimde dikkat etmemiz gereken özelliklerden biri değildir?

A) Değişik anlatım biçimleri hiç kullanılmamalıdır.
B) Yazılacak metin türünün özellikleri bilinmeli, özelliğine uygun yazılmalıdır.
C) Dilin özelliğine göre cümleler kurulmalı, kelimeler özenle seçilmelidir.
D) Metinde anlatılanlar kalıcı olacağı için dikkatli yazılmalıdır.
E) Konular bir plan hazırlanarak yazılmalıdır.

ÖĞRENME BİRİMİ
ETKİN İLETİŞİM

2

Dinleme
Duyma
Anlama
Empati
Algı
İletişim Engeli

KONULAR

1.Dinleme Kavramı

2. Empati Kavramı

3. Algı Kavramı

4. İletişimde Soru Yanıt

5. İletişim Engelleri

Bu öğrenme biriminde,

Dinleme, duyma ve anlama kavramlarını ve etkili dinleme kurallarını, empati kavramını, algı kavramını, algıda seçiciliği ve soysal algılamayı, iletişimde soru yanıt tiplerini,iletişim engellerini, öğreneceksiniz.

2 ÖĞRENME BİRİMİ: ETKİN İLETİŞİM

2.1. DİNLEME KAVRAMI

HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. Günlük yaşamınızda kimleri nasıl dinliyorsunuz? Birkaç gün süre ile dinleme davranışınıza dikkat ederek kendinizi gözlemleyiniz. Bir günlük tutarak gözlemlerinizi kaydedebilirsiniz.
2. Derdinizi anlatmak, kendinizi başkalarına dinletmek ve anlaşılmak için neden uğraştığınızı tartışınız.
3. Kulağınıza gelen, duyduğunuz her sesi dinlemiş ve anlamış olur musunuz? Araştırınız.

"İstanbul'u dinliyorum gözlerim kapalı;
Önce hafiften bir rüzgâr esiyor;
Yavaş yavaş sallanıyor
Yapraklar ağaçlarda;
Uzaklarda çok uzaklarda,
Suların hiç dinmeyen çıngırakları;
İstanbul'u dinliyorum gözlerim kapalı."

Orhan Veli KANIK

Dinleme, görsel ve işitsel simgelere tepki olarak tanımlanabilir. Dinleyen, konuşanın davranışlarını görür ve söylenenleri işitir.

Dinleme, genellikle bir kişinin söylediklerini ya da okuduklarını doğru anlamak, eleştirmek, değerlendirmek, karşılaştırmalar yapmak için gösterilen çabaların bütünü biçiminde tanımlanır.

Dinleme becerisi temelde dinleyicinin bilgiyi duyması, yineleyebilmesi ve anımsayabilmesidir. Eğer kişi konuşulan konuyla ilgili bilgiyi aklında tutarsa, dinleme gerçekleşmiştir, çünkü dinlemeyle yakından ilişkili kavramlardan biri de bellektir [2.1].

İnsan neden dinler? Başlıca dinleme nedenleri; bilgilenmek, eleştiri almak, bir başkasının hikâyesine katılmak, bir konuya hâkim olmak, diğerlerinin deneyimlerinden ve anlayışlarından yararlanmak, ufkunu genişletmek, bir ilişki oluşturmak, diğerlerini değerlendirmek ve dinlenmektir. Olumlu ilişkiler geliştirmede, insanlardan bilgi almada, başkalarını tanımada, anlamada ve onlara yardım etmede en temel öge dinlemedir. Bu bağlamda iyi bir dinleyici olmanın ilk adımı dinlemeye istekli olmak ve konuşmacıya ilgi göstermektir.

İletişim, her zaman konuşanla dinleyen arasında bilgi, beceri, tutum, davranış yönünden bir etkileşim gerektirir. Eğer bu yönde, konuşanla dinleyenden birinde bir eksiklik, bir yetersizlik olursa, iletişim sağlanmaz. Dinleme iletişimin en temel alanlarından biridir.

İletişimde esas olan iyi bir dinleyici olmaktır. Tıpkı konuşma becerisi geliştirmek gibi dinleme becerisi kazanmak da özel bir çaba gerektirir. Bazı kişiler doğuştan iyi dinleyici olabilir, ne var ki, bu kişilerin sayısı azdır. İyi bir dinleyici olabilmek için çoğu insanın bilinçli bir çaba sarf etmesi ve yeni beceriler geliştirmesi gerekir.

Dinleme, belirli bir eğitim sonucu kazanılabilen ve geliştirilebilen bir beceridir (Görsel 2.1). Bu doğrultuda, söylenenleri tam olarak anlayabilme, dinledikleri arasında neden-sonuç ilişkisi kurabilme, dinlediği konuşmanın ana fikrini kavrayabilme, dinlediğinin eksik, yanlış, abartılı, yararlı gibi yönlerini seçebilme, dinlediklerini tarafsız bir biçimde değerlendirebilme, dinlediklerine karşı hoşgörü duygusu geliştirebilme söz konusu eğitimin unsurlarıdır. Dinleme, karşınızdaki kişiye "Sana saygı duyuyorum.", "Sana değer veriyorum." mesajı vermenin en iyi yoludur [2.2].

Görsel 2.1: Dinleme

Dinlemek gerçekten zor ve çaba gerektiren bir iştir. Dinleme esnasında daha fazla enerji sarf edilir. Kalp atış hızı artar, kan dolaşımı hızlanır, vücut ısısı yükselir. Duyulan ve dinlenilenlerin belleğe alınışı belli oranlarda gerçekleşir. 10 dakikalık sözel bir sunumdan sonra, ortalama bir dinleyicinin hafızasında bunun %50'si kalır. 8 saat geçtikten sonra ise konuşulanın sadece %25'ini anımsayabilir [2.2].

Yapılan bir araştırma sonunda, insanların pek çoğunun daha az konuşma, daha çok dinleme durumunda bulunduğu ortaya çıkmıştır.

İletişimdeki merkezi konumuna ve önemine rağmen dinleme insanlar tarafından ya yanlış anlaşılmakta ya da dinleme becerisinin ne olduğu ve dinlemenin nasıl olması gerektiği tam olarak bilinmemektedir. Dinleme ile ilgili şu iki husus önem taşımaktadır:

- **Dinleme, duyma değildir.**

Duyma ile dinleme birbirleriyle ilişkili ancak birbirlerinden farklı eylemlerdir.

- Duyma fizyolojik (bedensel) bir süreçtir.
- Dinleme psikolojik (bilişsel) bir süreçtir.
- Duyma, dinleme eyleminin başlangıç aşamasıdır.
- Dinleme bir dikkat, seçim ve ayırt etme becerisidir.
- Bireyin işitme engeli yoksa duyma her an gerçekleşir.
- Dinleme otomatik değildir. Bazen duyarız ama dinlemeyiz.
- Duyma sadece ses dalgalarının kulaktaki işitme düzenekleri ile beyne iletilmesinden ibarettir.
- Dinleme gelen seslerin, anlamlandırılması, sözcüklerin ve anlatılmak istenenin anlaşılmasıdır.

Dinleme, dinleyicinin daha önce söylenen bir sonraki söylenilen cümle arasında bağlantı kurma ve iletişim içindeki işlevini anlama yeteneğidir. Diğer bir ifadeyle, dinleyicilerin işitsel ve görsel yeteneklerini içeren dinleme, bir algı ve dikkat etkinliğidir [2.3].

"Duyma" ve "Dinleme" birbirinden farklı işlem ve süreçleri kapsar ve farklı anlamlara sahiptir.

- **Dinleme becerisi doğal değildir.**

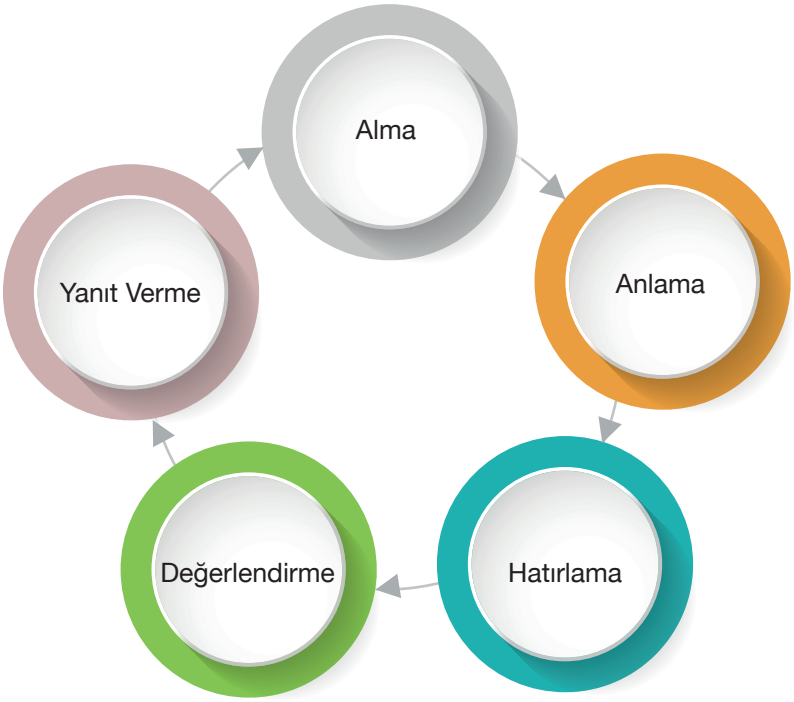
Bazı insanlar dinlemenin nefes almak kadar doğal olduğunu düşünürler. Oysa bu böyle değildir. Dinleme becerisi konuşma, yazma ve okuma gibi öğrenilir, sonradan kazanılır. Dinleme, çoğu kimse tarafından birisi konuşurken ses çıkarmamakla özdeş tutulur ama aslında dinleme zor, karmaşık ve öğrenilmesi gereken bir iştir. Kurallara uygun, etkili bir dinleme ise ancak bu işi bilen, eğitimli insanlarca başarılabilmektedir. Konuşmacının ilettiği mesajlar dinleyiciler tarafından aynı ilgi, dikkat ve duyarlılıkla dinlenilmediği gibi aynı şekilde de anlaşılmaz. Hatta doğru bir mesaj içeriğinin eksik veya bütünüyle yanlış anlaşılması da söz konusu olabilir. Bunun nedeni insanların farklı deneyimlere sahip olmaları ve söylenenleri kendi görüş açılarını temel alarak yorumlamalarıdır.

ÖRNEK OLAY

Bir süre önce işlerimin üst üste ters gittiği bir zamanda kafam borçlarımı nasıl ödeyeceğimle meşgulken, kedisini kaybetmiş olan komşumla karşılaştım. Onu bir daha bulamayacağını sanıyordu. Ayrılırken benden bir şey istemişti, ama neydi o, bir türlü anımsayamadım. Ertesi gün yanına gittiğimde sevinçliydi. Kediyi bizim çocuklar bulmuşlar ve eve getirmişler... Çocuklara benim söylediğimi, kedisini arattığımı sanıyordu... Bense benden böyle bir şey istediğini unutup gitmiştim. Besbelli ben ve komşum o gün karşılaştığımızda, sorunları iyice yoğunlaşmış olan kendi iç âlemimizden bazı sesler yansıtmış, ne var ki, kendi dünyalarımızın içinden çıkıp birbirimizle İletişim kurmamıştık [2.4].

2.1.1. Dinleme Süreci

Dinleme sürecinin belli birtakım basamaklarla gerçekleştiğini söyleyebiliriz. Bu basamaklar; Alma, Anlama, Hatırlama, Değerlendirme ve Yanıt verme' dir (Şekil 2.1).



Şekil 2.1: Dinleme süreci

Alma (Duyma): Dinleme, konuşmacının gönderdiği mesajların duyulmasıyla başlar. Örneğin öğrenci, sınıfta öğretmenin sorduğu soruyu duyar.

Anlama (Yorumlama): Bu aşamada konuşmacının ne demek istediğini yorumlar, bize açıklanan duyguları ve düşünceleri kavrarız. Öğrenci, öğretmenin sorduğu soruyu anlar.

Hatırlama (Bellekte tutma): Hatırlama söylenenden ne kadarının belleğimizde kaldığını gösterir. Öğrenci sorunun yanıtını eski bilgilerine dayanarak hatırlar.

Değerlendirme (Zihinsel süreç): Değerlendirme, duyulan ve anlaşılan mesajın zihinsel işlemlerden geçme/geçirilme sürecidir. Öğrenci var olan bilgilerini zihinsel süreçten geçirir. Bilgilerin içerisinden sorunun yanıtını olan bilgiyi seçer.

Yanıt verme (Geribildirim): Yanıt verme veya geribildirim işlemi, konuşmacı konuşmasını sürdürürken veya konuşmasını bitirdiğinde gerçekleşir. Yanıt ya da geribildirim, konuşmacıya ilettiği mesajlara ilişkin hislerimizi, tepkilerimizi ve düşüncelerimizi aktardığımız süreçtir. Konuşma esnasında verilen destekleyici karşılıklar konuşmacıyı dikkatle dinlediğimizi gösterdiğinden daha etkilidir. Öğrencinin öğretmene yanıt verme, soruyu yanıtlama sürecidir.

2.1.2. Dinleme ve Anlama

Başarılı bir iletişim açısından gerekli olan "anlayabilmek için dinleme" eylemi, rastlantılara bağlı olarak kişinin kendisine bırakılır. Oysa **kulağa gelen her sözü tam dikkatle, kendimizi vererek dinlemek mümkün değildir.** Şimdi siz bu noktada şöyle bir soru sorabilirsiniz: ‘’Eğer bir kimsenin söylediğini anlamayı gerçekten istersem, dikkatimi tam anlamıyla onun söylediklerine toplarsam, konuşanın ne demek istediğini bütünüyle anlayamaz mıyım?"

Yapılan araştırmalar dinlemenin insanı mutlaka anlamaya götürmediğini ortaya koymuştur. Bazı durumlarda insanlar tüm dikkatlerini vererek dinledikleri halde konuşma içeriğini tam olarak anlamadıklarını fark ederler. Hazırbulunuşluk, anlama isteği ve dikkat bazen yakın bir arkadaşınızın veya öğretmeninizin söylediklerini anlamanıza yetmeyebilir.

İletişim sürecinde alıcı konumundaki dinleyenlerin, dinlediklerini tam manasıyla anlayabilmeleri ya da bunu gösterebilmeleri için geribildirim sürecinin işletilmesi gerekir. Geribildirim ögesini kullanarak dinlemenin anlamaya katkısı büyüktür (Görsel 2.2).

Görsel 2.2: Konuşma- dinleme-anlama

2.1.3. Dinleme Türleri

İnsanların dinleme eylemini nasıl gerçekleştirdikleri aynı zamanda dinleme türlerini de oluşturur. Dinleme türleri genel olarak;

- **Aktif - pasif** dinleme,
- **Eleştirel** dinleme,
- **Seçici** dinleme
- **Not alarak** dinleme,
- **Empatik** dinleme, şeklinde ifade edilebilir.

2.1.3.1. Aktif ve Pasif Dinleme

Aktif Dinleme: Dinleyicinin konuşmacıya sözlü ya da sözsüz ifadelerle katkı sağlaması ve geri bildirimde bulunması demektir. Bu tür dinleme, anlatılanların anlaşıldığını konuşana göstermeyi gerektirir. Aktif dinleme, kişinin kendi anlayışını geliştirmek ve daha çok bilgi edinmek amacıyla dinlemeye odaklanmasını ifade eder. **Örneğin,** öğrencinin sınıfta dersi bütün dikkati ile sorulan sorulara cevap vererek ve soru sorarak dinlemesidir. Öğrencinin sınıfta anlatılan konuyu anlaması, konuyu daha sonra hatırlayabilmesi ve konu ile ilgili geri dönütler verebilmesidir.

Pasif Dinleme: Kişinin susması ve konuşmacıya katkıda bulunmadan dinlemesi anlamına gelir. Dikkatli bir sessizliği ve çok az tepki göstermeyi gerektiren en basit dinleme türüdür. **Örneğin,** öğrencinin sınıfta dersi, sessiz bir şekilde soru sormadan ve sorulan sorulara da cevap vermeden dinlemesidir. **Pasif dinleyici** dinleme ruhundan uzaktır, ilgisizdir ve konuşan kişinin anlattıklarını dinlemeyi bıktırıcı ya da usandırıcı bir görev olarak görebilir. Aktif dinleyici ise konuşan kişiyi anlamaya odaklanır.

Aktif bir dinleyici, konuşan kişiye zihinsel, görsel ve sözel tepkiler verir; konuşmacıya ilgiyle bakar ve dinleme esnasında sıkılma işaretlerinde bulunmaz (Görsel 2.3).

Aktif dinleyici açık bir iletişim kurmak için isteklidir, konuşmacının bakış açısına odaklanır, dikkatli bir biçimde dinleyerek dinlemenin bölünmesine izin vermez; konuşmacının düşüncelerini ve duygularını açıklığa kavuşturmasına imkân tanır ve konuşmacı söyleyeceklerini bitirene dek konuşmamaya özen gösterir.

Görsel 2.3: Aktif dinleme ve not alma.

Dinlemeyi pasif olmaktan kurtarmanın yolu soru sormaktan, dikkatli bir şekilde ve ara sıra jestlerle, mimiklerle ve sesli tepkiler vererek dinlemekten geçer. Aktif bir dinleme için zaman zaman konuşmacının sözlerini özetlemek ve uygun bir göz teması sağlamak da önemlidir.

2.1.3.2. Eleştirel Dinleme

Eleştirel dinleme, dinleyicinin konuşan kişinin verdiği mesajlara ilişkin yorum ve/veya değerlendirmede bulunması anlamına gelir. Eleştirel dinleme, bilginin kalitesini, uygunluğunu, değerini ya da önemini ölçer. Bu tür dinlemede hedef, konuşan kişinin söylediklerine yönelik bir değerlendirme yapmak ya da bir yargıda bulunmaktır. **Örneğin,** öğrencinin sınıfta konuyu dinledikten sonra konu ile ilgili yorum yapabilmesi ve değerlendirmede bulunabilmesi eleştirel dinleme yaptığının göstergesidir.

2.1.3.3. Seçici Dinleme

İlk önce pasif dinleme durumunda iken daha sonra ilgimizi çeken bir konudan söz edildiğinde kulak kesilme ya da konuşanın söylediklerinden yalnızca ilgi alanımıza girenleri dinleme durumudur. **Örneğin,** öğrencinin sınıfta ilgisini çeken bazı ders ya da konuları daha dikkatli dinlemesidir.

2.1.3.4. Not Alarak Dinleme

Dinleyicinin verilen mesajları almaya ve anlamaya odaklandığı bir dinleme türüdür. Böyle bir dinlemede dinleyicinin söylenenlere yoğunlaşması, başka uyaranların dikkatini dağıtmaması ve söylenenlerden notlar alması gerekir. Bu dinlemenin etkili bir dinleme olabilmesi için dinleyen kişinin, eski bilgilerle yeni bilgileri birleştirme becerisine sahip olması gerekir. **Örneğin,** öğrencinin sınıfta ders dinlerken konu ile ilgili notlar almasıdır.

2.1.3.5. Empatik Dinleme

Konuşan kişinin duygularını ve düşüncelerini tam olarak anlama ve anladıklarını ona ifade edebilmesi empatik dinlemeyle gerçekleşir. Empatik dinleme, bir etkili dinleme becerisidir ve ilişkileri geliştirmeyi sağlar. **Örneğin,** öğrencinin sınıfta belli bir konuda görüşlerini aktaran arkadaşını dinlerken onun duygu ve düşünceleriyle görüş birliği geliştirerek, özdeşlik kurarak dinlemesidir.

ETKİNLİK

"Söz söylemek için önce duymak, dinlemek gerek.
Sen de söze, dinlemek yolundan gir.
Ne kadar anlatırsan anlat; söylediklerin karşındakinin anlayabildiği kadardır."
(MEVLANA)

1. Bu sözden ne anladınız? Sizler de sınıfınıza bu ve buna benzer sözler, şiirler, metinler getirerek arkadaşlarınızla paylaşınız.
2. Getirilen metinlerde konuşma, dinleme ve anlama çalışmaları yapınız.
3. Getirilen metinlerde dinleme türleri ile ilgili çalışmalar yapınız.

2.1.4. Etkin Dinleme

Bireyin etkili iletişim kurabilmesi, iyi bir dinleyici olmasına yani dinleme becerisi kazanmasına bağlıdır. Etkili iletişim, dinleme sürecinin etkin ve verimli bir şekilde yönetilebilmesi ile yakından ilgilidir.

Etkin dinleme, iletişimdeki "gürültüyü" azaltma ve iletiyi tam ve doğru olarak alma becerisidir. Ancak etkili dinleme, sadece iletiyi almakla sınırlı değildir aynı zamanda "iletinin alındığını" karşı tarafa bildirmeyi de içerir.

Görsel 2. 4: Konuşan kişi ile göz teması kurma.

Etkili dinleme; konuşan kişinin mutlaka yüzüne bakarak ve doğrudan göz teması kurarak dinlemeyi, uygun aralıklarla onaylama anlamı taşıyan başı sallama vb. jestlerde bulunmayı ve "Evet.", "Anlıyorum." gibi ilgi gösteren kısa cevaplar vermeyi gerektirir (Görsel 2. 4).

Etkin dinleme, kişilerin birbirlerini doğru anlamalarını ve bireylerin yaşadıkları iletişim sorunlarını çözmelerini sağlar. Etkin dinlemede konuşan kişi anlaşıldığını fark eder ve böylece kişiler arasında sıcak bir ilişki ve iletişim kurulur. Etkin dinleme, anlamlı ve karşılıklı anlamaya dayanan bir iletişim sürecine zemin hazırlamaktadır.

İnsan iletişiminin yaklaşık %90'ı sözeldir ve bu iletişimin ancak yarısı kısa bir süre sonra anımsanabilir. Ancak etkili dinleme teknikleri kullanıldığı zaman bu oran önemli ölçüde artırılabilir. Etkili dinleme söylenenleri anlamak, önemli bulmak, kavramak ve değerlendirmek için gerekli çabanın gösterilmesine yönelik etkin bir süreçtir. Dolayısıyla etkili bir dinleme için sadece sözlerin dinlenmesiyle yetinilmemeli, sözel olmayan iletişim araçlarının kullanılmasına da dikkat edilmelidir. Unutulmamalıdır ki; söz yalnızca iletişimin %10'unu açıklar.

Yanlış anlama ve anlaşılmalarla oluşan iletişim kazaları da doğal olarak dinleme sürecine dâhil olur. Bunu önlemenin en iyi yolu, dinleyenin geri bildirimde bulunmasıdır. Zaten geri bildirimin olmadığı bir dinleme gerçek anlamda etkin bir dinleme değildir.

ÖRNEK OLAY

Belki hepiniz bilirsiniz. Geçmişte ülkenin birinde bir kral yaşarmış. Bu kral bir rüya görmüş. Rüyanın ne anlama geldiğini çok merak etmiş. Ülkesindeki ünlü rüya yorumcularından birini çağırmış, rüyasını yorumlamasını istemiş, rüya yorumcusundan. Rüya şöyleymiş: Kralın bütün dişleri dökülmüş, bir tane bile dişi kalmamış. Bizim ünlü yorumcu: "Kralım çok kötü bir rüya görmüşsünüz, ailenizde herkes ölecek, sizde." demiş. Bunun üzerine, kral çok sinirlenmiş ve rüya yorumcusunun kellesinin uçurulmasını emretmiş. Ancak kral hâlâ rüyasının yorumunu merak ediyormuş. Bir rüya yorumcusu daha bulmuş ve rüyasını aynen anlatmış. Bu rüya yorumcusu: "Çok güzel bir rüya görmüşsünüz, kralım ailenizdeki herkesten daha çok yaşayacaksınız." demiş. Bu sözler üzerine, kral rüya yorumcusunu bir kese altınla ödüllendirmiş [2.5].

- Kıssadan hisse **NE** söylediği kadar, **NASIL** söylendiğin de önemlidir.

Etkili bir dinleme süreci 3 temel gerekliliği içermektedir:

● **Etkili bir dinlemenin gerekleri şu şekilde belirtilebilir:**

- Dinleyici, bütün dikkatini konuşan kişiye vermeli ve bütün varlığıyla orada olmalıdır.
- Dinleyici, konuşan kişinin söyleyeceği şeyler hakkında tahminde bulunmamalıdır.
- Dinleyici yorumlarını, açıklayan ancak yargılamayan bir yaklaşımla yapmalıdır.
- Dinleyici, herhangi bir karışıklığı açıklığa kavuşturmak için soru sormaya hazır olmalıdır.
- Dinleyici, konuşan kişiye dinlendiğini ve anlattığı şeylerin algılandığını hissettirmelidir [2.1].

ETKİNLİK

1. Günlük yaşamınızda çevrenizdeki insanların sahip oldukları iletişim becerilerini gözlemleyerek etkili iletişim kurup kuramadıklarını sorgulayınız.
2. Yakın çevrenizden (aileden, sınıftan, öğretmenlerden, komşulardan vb.) beş kişi seçip gün boyunca gözlem yapınız. İsim ve iletişim beceri listesi oluşturunuz.
3. Oluşturduğunuz isim ve beceri listenizi sınıfınızla paylaşınız.

●Etkin dinleme ne sağlar?

- Karşıdaki kişiyle etkin iletişim kurmayı sağlar.
- Yargılanmadan dinlendiğini fark eden konuşmacı kendini daha özgür hisseder.
- Konuşanın kendini daha kolay ifade etmesine yardımcı olur.
- Konuşanın konuyu daha açık anlatmasını ve dinleyenle daha yakın ilişki kurulmasını sağlar.
- Konunun anlaşılıp anlaşılmadığının kontrolü sağlanır.
- Konuşana destek olmayı sağlar.
- Konuşulan konuya yoğunlaşmayı sağlar.
- Konuşan, 'anlaşıldım' duygusu yaşar.
- Dinleyen, dinlemeye ve anlamaya hazır hale gelir.
- Dinleyen kişi kendisiyle ilgili sorunların farkına varabilir ve bunlara çözüm bulabilir.

UYGULAMA FAALİYETİ 2.1.1.

DİNLEME DUYMA

Başkalarını iyi dinleyebilme alışkanlıklarınızı geliştirdikçe, kendinizi iyi dinletebilme gücünüzün de geliştiğini göreceksiniz. Size verilen alıştırmayı yaparak bu yönde daha ayrıntılı uygulama ve düşünme olanağı bulabilirsiniz.

1. Üç ya da dört arkadaşınızla bir araya geliniz.
2. Arkadaşlarınızın her biri iki dakika süreyle kendisi için önemli olan herhangi bir konudaki fikrini söylesin. Bu konular çeşitli olabilir. Konuşan belirli bir konuda fikirlerini söylerken diğerleri kendileriyle ilgili bir sorunu düşünsünler, kasıtlı olarak konuşmacıya dikkatlerini vermesinler.

Örneğin, o gün nereye gideceğini, yapmadığı ödevini nasıl bitireceğini, doğum günü için kardeşine ne hediye alacağını vb. konularda konuşan kişi fikirlerini açıklarken dinleyenler kafalarındaki sorunla ilgili ne yapacaklarına karar vermeye çalışırlar. Ancak böyle yaparken de, gruptaki konuşmacılara karşı kaba davranmamalı, sanki dinliyormuş gibi ara sıra kafa sallamalı ve konuşanın gözünün içine bakmalıdırlar. Bunlar olurken dinleyicilerin kafaları kendi sorunlarına yoğunlaşmalı, konuşanın söylediklerine pek aldırış etmemelidirler. Kısacası, dinleyiciler dış görünüşleri açısından karşılarındakiyle, iç dünyalarında da kendi sorunlarıyla ilgilenmelidirler.

Gruptaki herkes konuşma olanağı bulduktan sonra, iki aşamada izlenimlerinizi gruptakilerle paylaşın:

A) Görünüşte dinleme tavrı almışken (ama aslında kendi düşünceleriniz üzerinde yoğunlaşmış ve asla dinlememişken), karşınızdaki konuşurken neler hissettiniz?

B) Daha sonra siz konuşurken, karşınızdakinin aslında gerçekten dinleme yerine, kendi sorununu düşündüğünü bildiğiniz için neler hissettiniz?

3. Şimdi farklı bir şey yapacaksınız:

Her biriniz kafanızı meşgul eden kişisel bir sorununuzu ortaya atın ve bu sorunu nasıl çözmeyi düşündüğünüzü beş dakika kadar anlatın. Bu sorunla ilgili duygu ve düşüncelerinizde dürüst ve açık olmaya çalışın. Siz konuşurken birisi bir fikir ya da duygu ortaya koyduğunda, bunu mutlaka kendi sorunuzla ilişkili hale getirin ve kendi sorununuzdan ayrılmayın. Başkalarının söyledikleri sizi kendi sorununuzdan uzaklaştırmasın. Şunu aklınızdan çıkarmayın: Sizin göreviniz diğerlerine kendi sorununuzu anlatmak [2.4].

4. Siz konuşurken ve aslında arkadaşlarınızın kafaları başka şeye yoğunlaşmışken konuşmanın ne kadarını dinleyebildiler? Bu konudaki izlenimlerinizi paylaşınız.
5. Başkaları konuşurken, onları dinlemediğiniz zaman neler hissettiniz? Duygularınızı paylaşınız.

UYGULAMA FAALİYETİ 2.1.2.

DİNLEME ANLAMA

Bu uygulamayı bir arkadaşınızla birlikte yapınız.

1. Arkadaşınızın görmediği ve aşina olmadığı basit üç ya da dört şekil çizin.

2. Arkadaşınız arkasını dönsün ve sizin elinizdeki şekilleri göremeyecek biçimde otursun.

3. Arkadaşınıza bir kalem ve üç kâğıt verin.

4. Size verilen aşağıdaki açıklamayı arkadaşınıza okuyun.

"Şimdi sana üç ayrı şekil anlatacağım ve sen benim anlattıklarıma dayanarak bu şekillerin her birini önündeki bir kâğıt üzerine çizeceksin.

Bana hiç soru sormamalısın. Söylediklerimden ne anladıysan onu olduğu gibi çizmeye çalışmalısın."

5. Elinizdeki her bir şekli tekrar etmeden hızlı fakat doğru biçimde yüksek sesle teker teker tarif edin.

6. Sizin elinizdeki şekillerle, arkadaşınızın çizdiği şekilleri karşılaştırın; nerelerde, ne gibi hatalar yapılmış görün ve bunların bir listesini yapın. Örneğin, şekil kâğıdın neresinden başlıyor; büyüklük, yön ve biçim bakımından sizinkine ne ölçüde benziyor?

7. Arkadaşınızı yine eski yerine arkası dönük vaziyette oturtun, bu kez çizdiğiniz şekilleri arkadaşınıza tarif ederken arkadaşınız size soru sorabilme olanağına sahip olacak.

Arkadaşınıza aşağıdaki açıklamayı okuyun:

''Şimdi sana yine üç ayrı şekil anlatacağım. Benim anlatımıma dayanarak bu şekillerin her birini önündeki bir kâğıdın üzerine çizeceksin. Yalnız bu kez soru sormak serbest. Anlayamadığın, belirsiz kalan noktalarda istediğin kadar soru sorabilirsin."

8. Elinizdeki her bir şekli daha önce yaptığınız gibi tarif edin fakat soru sorulduğu zaman soruyu tam cevaplayın.

9. Arkadaşınız çizimi bitirdiği zaman 6. adımdaki işlemi tekrar edin.

10. Adım 6 ve 9' da elde ettiğiniz sonuçları karşılaştırın.

11. Arkadaşınız kendini soru sorma olanağı yokken mi yoksa soru sorma özgürlüğüne sahipken mi daha gergin ve rahatsız hissetti?

12. Siz kendinizi hangi durumda daha rahat hissettiniz?

13. Bu alıştırmadan ne gibi şeyler öğrendiğinizi, sizin ve arkadaşınızın fikirlerini karşılaştırarak tartışınız [2.4].

NOT: Bir kimseyle konuşurken, onun demek istediğiyle bizim anladığımızın aynı olup olmadığını denetlemeye geribildirim adı verilir. Anladığını geribildirim yoluyla belirten kişi iyi bir dinleyicidir.

UYGULAMA FAALİYETİ 2.1.3.

DİNLEME TÜRLERİ

Kimse mükemmel değildir. Fakat insanın hatalarını bilmesi onun en güçlü yanlarından birini oluşturur. Aşağıdaki alıştırmayı yaparsanız, gerçekten dinliyor musunuz yoksa dinlermiş gibi mi yapıyorsunuz, bu konuda doğru bir fikir elde edebilirsiniz.

1. Beş gün süreyle dinleme davranışınıza dikkat edin. Davranışınızı değiştirmeye kalkmayın, sadece kendinizi gözlemleyin. Dinlediğiniz zaman kaç kez gerçekten dinliyorsunuz ya da dinlememe davranışlarından hangisini sergiliyorsunuz. Bunların farkına varmaya çalışın. "Gerçekten dinliyor muyum?" diye kendi kendinize sorun. Bu soruyu kendinize farklı ortamlarda ve farklı kimselerle birlikteyken sorun. Böylelikle ne zaman ve kimlerle konuşurken gerçekten dinlediğinizi anlayabilirsiniz.
2. Özet halinde bir günlük tutarak gözlemlerinizi kaydedebilirsiniz.

Örnek 1:

Gün ve zaman: 12 Ocak, akşamüzeri.

Kişi(ler): Kardeşim.

Konuşma konusu: Liseyi bitirince hangi fakülteye gireceği.

Nasıl dinledim? Daha önce birkaç kez aynı konuyu dinledim.

Önce gerçekten dinlemek istedim. Baktım ki aynı hikâye, aklıma kendi işlerim geldi, ertesi gün yapacağım işleri düşünmeye başladım.

Örnek 2:

Gün ve zaman: 13 Ocak, sabah ilk derse girmeden önce.

Kişi (ler): Sınıf arkadaşım.

Konuşma konusu: Önümüzdeki hafta gireceğimiz biyoloji sınavı.

Nasıl dinledim? Aynı hocanın dersini daha önce almış bir sınıf arkadaşı varmış, sınavda ne gibi sorular sorabileceğini konuşmuşlar. Sınavda ne gibi sorular gelebileceğini ilgiyle dinledim. Arkadaşımın bana bunları söylerken, onun beni kendine yakın bulduğu duygusuna kapıldım ve o konuşurken hiç sıkılmadım [2.4].

3. Beş günlük gözlem döneminden sonra aşağıdaki sorulara yanıt vermeye çalışın:
   - Dinlediğiniz zamanın ne kadarını tam dinlemeyle geçiriyorsunuz?
   - Hangi durumlarda dinlememe sık sık kendini gösteriyor?
   - Dinleme davranışınızdan memnun musunuz?
4. **Örnekler dinleme türlerinden hangilerine uygundur?**

SIRA SİZDE

DİNLEMENİN DEĞERİ

Toplumsal bir varlık olarak insan için dinlemenin değeri veya önemi konusunda şu yargıları akılda tutmak gerekir:

- Başkalarını dinlemek zarif ve zevkli bir sanattır.
- İyi bir dinleme kibarlık göstergesidir ve iyi bir tutumu yansıtır.
- Deneyimleri, öğüt ve yönergeleri dikkatle dinlemek yetenek ve performansı geliştirir.
- Dinleme becerisinin gelişmemiş olması gündelik etkileşimlerde, meslek yaşamında ve toplumsal ilişkilerde iletişim kazalarına ve istenmeyen sonuçlara yol açabilir.
- İş hayatında iyi dinleme becerisi çalışanların mağduriyetlerini belli ölçüde ortadan kaldırabilir.
- İyi dinleme becerisi toplumsal ilişkileri ve diyalog yolunu geliştirip güçlendirebilir.
- Dinleme edilgen ve olumsuz bir aktivite olmaktan çok olumlu bir aktivitedir.

ÖLÇME DEĞERLENDİRME 2.1

A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise (D) yanlış ise (Y) yazınız.

1. (____) Konuşmacının sözünü kesmek iyi bir dinleyicinin özelliklerindendir.

2. (____) Pasif dinleme kişinin susması ve konuşmacıya katkıda bulunmadan dinlemesi anlamına gelir.

3. (____) Duyma ile dinleme aynı anlama gelir. Duyduğumuz zaman dinlemiş ve anlamış oluruz.

4. (____) Dinleme, görsel ve işitsel simgelere tepki olarak tanımlanabilir.

5. (____) Dinleme iletişim için gerekli değildir.

6. (____) Duyma fizyolojiktir, dinleme psikolojiktir bir süreçtir.

7. (____) Söz iletişimin %70' ini açıklar.

B) Aşağıda verilen cümlelerde yer alan boşlukları uygun kavramlarla doldurunuz.

1. Etkili bir dinleme süreci şu 3 temel gerekliliği içermektedir: _____ _____ _____

2. _____ dinleyicinin konuşmacıya sözlü ya da sözsüz ifadelerle katkı sağlaması, geri bildirimde bulunması demektir.

3. _____ kişilerin birbirlerini doğru anlamalarını ve bireylerin yaşadıkları iletişim sorunlarını çözmelerini sağlar.

C) Aşağıda verilen soruların doğru yanıtını işaretleyiniz.

1. Aşağıdaki seçeneklerden hangisi dinlemenin amaçlarından biri değildir?

A) Kişinin kendini gerçekleştirmesi.
B) Kişinin olumlu ilişkiler kurması.
C) Kişinin başarısı elde etmesi.
D) Kişinin bilgilenmesi.
E) Kişinin iletişime girmemesi.

2. Aşağıdakilerden hangisi dinleme sürecinde yer almamaktadır?

A) Almak
B) Unutmak
C) Hatırlamak
D) Değerlendirmek
E) Anlamak

3. Aşağıdakilerden hangisi dinleme çeşitlerinden biri değildir?

A) Aktif dinleme
B) Pasif dinleme
C) Eleştirel dinleme
D) Konuşarak dinleme
E) Seçici dinleme

4. Aşağıdakilerden hangisi dinleme nedenlerindendir?

A) Bilgilenmek
B) Eleştiri almak
C) Konuya hâkim olmak
D) Ufkunu genişletmek
E) Hepsi

5. Aşağıdaki bilgilerden hangisi yanlıştır?

A) Duyma fizyolojiktir.
B) Dinleme psikolojiktir.
C) Dinleme otomatiktir.
D) Duyma dinlemenin başlangıç aşamasıdır.
E) Dinleme dikkat, seçim ve ayırt etme becerisidir.

2.2. EMPATİ (DUYGUDAŞLIK) KAVRAMI

HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. Empati kurduğunuz durumlar veya konular nelerdir?
2. Kimlerle empati kurmayı tercih ediyorsunuz? Niçin?
3. Empatinin önemini ve gerekliliğini kısaca araştırınız.
4. Çalışmalarınızı sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

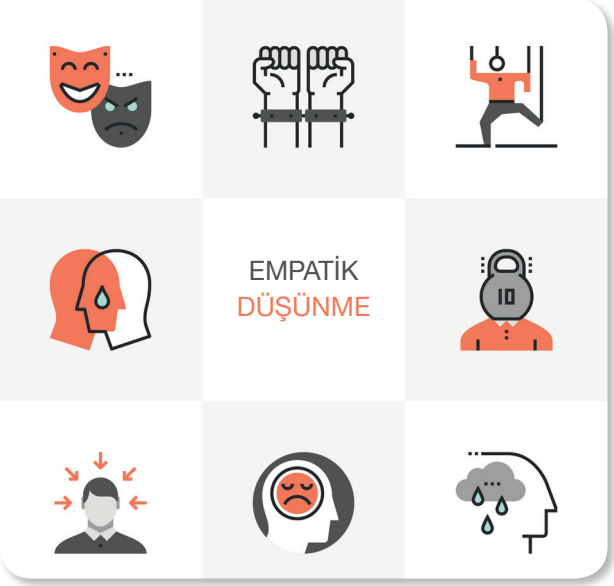
Her insan önemsenmek ve anlaşılmak ister. Kendimizi anlatabilmek kadar başkalarınca anlaşılmak da temel gereksinimlerimizdendir. Kim olursa olsun, ne iş yaparsa yapsın başkaları tarafından anlaşılmayan ve başkalarına kendisini anlatamayan insan yalnızlaşır. Doyurucu ve etkili bir iletişim hem yalnızlıktan kurtulmanın hem de karşılıklı anlayışın en geçerli yoludur. **Empati** ise adeta bu yolu aydınlatan bir fenerdir.

Görsel 2. 5 : Duyguları hissedebilmek.

Empatiyi, kişinin kendisini karşısındaki kişinin yerine koyarak onun duygularını anlaması ve bunu da karşısındaki kişiye iletmesi biçiminde tanımlayabiliriz (Görsel 2.5). Empati becerisi gelişmiş insanlar, anlayışlı ve hoşgörülüdür ve başkaları tarafından sevilir ve onaylanırlar. Araştırmalar, liderlik özelliğine sahip kişilerin empati kurma becerilerinin oldukça gelişmiş olduğunu göstermektedir. Bilindiği gibi liderlik özellikleri arasında kişinin kendisini, duygu ve düşüncelerini iyi ifade edebilmesi, başkalarıyla uyumlu ilişkiler kurabilmesi ve toplumsal duyarlılığı yüksek olması ilk sıralarda gelmektedir [2.6].

Empatik tutum sergileyen kişi diğerlerini anlamaya ve onlar gibi hissetmeye çabalar, tepkisel ve yargılayıcı davranmaz. İnsanları dinlemek, sabır ve hoşgörü ile anlamaya çalışmak empatiye hazır olmanın bir göstergesidir (Görsel 2.6).

Empati insanlar arası ilişkilerde başarıyı belirleyen ve sosyal etkileşimi yönlendiren bir tutumdur. İnsan duygularını hem sözlerle hem de başka yollarla ifade eder. Başkalarının ne hissettiklerini anlayabilmek, beden duruşu, yüz ifadesi, ses tonu ve benzeri pek çok dil ötesi davranışın çözümlenmesi ile olur. Empati, çocukluktan itibaren başlayan gelişim sürecinde başkasının rolünü alabilme becerisiyle gelişir.



Görsel 2.6 : Düşünceleri anlayabilmek.

Görsel 2.7: Düşünceler karşı tarafa ifade edilebilmelidir.

- **Empati kavramının tanımlanmasında belirleyici etmenler arasında;**
- Diğer kişi tarafından hissedilen duygular,
- Anlayış oluşturma yeteneğine sahip olma,
- Diğer kişinin bakış açısını anlayabilme,
- Karşılıklı iş birliği ve iletişim süreci,
- Diğer kişinin deneyimlerini ifade edebilme,
- Deneyimlerine ilişkin anlayış geliştirme yer alır.

Empati sadece karşıdaki kişinin duygu ve düşüncelerini hissetmeyi değil, bunu ona ifade edebilmeyi de içerir

(Görsel 2.7). Empati kurarken karşıdaki kişiye hak vermek ve duygularına ortak olmak şart değildir. Empati de esas olan, karşıdaki kişinin duygularını, düşüncelerini, yaşadıklarını, yargılamadan davranışındaki düşünce ve duyguların nedenlerini anlamaya çalışmak ve bu çabayı karşısındakine hissettirmektir [2.7].

Empatiyi;

- Kişinin kendisini bir başkasının yerine koyması,
- Kişinin bir başkasının nasıl hissettiğini anlayabilmesi,
- Kişinin başka insanların duygularının, heyecanlarının ve davranışlarının farkında oluşu,
- Kişinin diğerlerinin algılarını, düşüncelerini, tutumlarını ve özelliklerini anlayabilmesi,
- Kişinin diğerlerinin yaşanan olaylar karşısındaki bakış açılarını kavrayabilmesi,
- Kişinin başka insanın yaşayış ve deneyimlerine dâhil olması, şeklinde tanımlayabiliriz.

2.2.1 Empatik İletişim Süreci

Empatide diğer kişinin, duygularının ve düşüncelerinin doğru algılanabilmesi için en önemli unsur iletişimdir. Empatik iletişim, empati kuran ve empati kurulan kişiler arasında karşılıklı sözlü ve sözsüz bir iletişim sürecini kapsar. Sözlü iletişim burada ilk ve en temel basamağı meydana getirir. Kişi empatik iletişimle hem diğerlerini tanıma hem de kendisi ile ilgili paylaşımda bulunma imkânına kavuşur.

İki kişi arasında etkili bir empatik iletişim kurulabilmesi için kişilerin ortak deneyimlere, benzer bir geçmişe ve kültürel özelliklere sahip olması gerekir. Empatik iletişimin önemli öğelerinden biri de geribildirimdir.

- **Kişiler arasındaki iletişimin sağlıklı ve etkili olabilmesi için üç temel koşul öne sürülmüştür:**
- **Doğallık:** Kişinin açık ve dürüst olması.
- **Kabul Etme/Saygı:** Kişilerin birbirlerinin varlığına saygı duymaları, herkesin diğerini kendine özgü nitelikleri ile kabul etmesi.
- **Empati:** Kişiler arası iletişimde bireyin kendisini karşısındakinin yerine koyabilmesi, yani onun bakış açısı ile olayları değerlendirebilmesidir.

Empati kurma sürecinin ilk adımı etkin dinlemedir. Empati kurulacak kişi dinlenmeli, düşünceleri, tutumları ve duyguları anlaşılmaya çalışılmalıdır. Etkin dinleme yapabilmek empati kurmayı önemli ölçüde kolaylaştırır ama empati kurmak için tek başına yeterli değildir. Empati kurmak için özellikle muhatabın

duygularının, tutum ve davranışlarının doğru anlaşılmasına odaklanılmalıdır. Yanlış anlamalar empatinin önündeki en önemli engeldir. Empati kurulan kişinin bakış açısı ve duyguları doğru anlaşıldıktan sonra bir an için onun bakış açısı ve duygu durumuna girilmeli, durum onun gözleriyle görülmeli ve değerlendirilmelidir. **Kendini diğerinin yerine koyma süresi, durumu anlayabilecek ölçüde yeterli ama kısa olmalıdır.** Son aşamada, empati kurulan kişiye, duygularının ve bakış açısının anlaşıldığı yolunda bir geribildirim verilmelidir.

Görsel 2.8: Duygusal bağlar çocukluk döneminde başlar.

Kişilerin empatik tutum ve tepkilerinin temelleri çocukluk döneminde atılmaktadır (Görsel 2.8). Dolayısıyla empatik iletişim becerisinin gelişmesi, kişinin içinde büyüdüğü aileyle yakından ilişkilidir. Kişinin büyüdüğü ailede sağlıklı bir iletişim ortamı varsa bu ortam çocuğun duygusal gelişimine olumlu katkıda bulunacaktır. Ebeveynlerin çocuğun olumlu duygular ve tepkiler geliştirmesini, empatik deneyim edinmesini engellemeleri ise çocukta bu türden duyguların körelmesine hatta yok olmasına yol açacaktır.

"Bütün insanların farklı kişilikleri vardır, benden farklı değer yargıları ve inançları olabilir ve bütün insanlar değerlidir." biçimindeki kabuller empatik yaklaşım geliştirmeye zemin oluşturur.

Sonuç olarak, iki kişi arasındaki empatik etkileşim, kendini açma, güven duyma, onaylanma ve sevilme gibi duygular eşliğinde etkili bir iletişim meydana getirir.

- **Bir insanın karşısındakiyle empati kurabilmesi için;**
- Empati kuracak kişi kendisini karşısındaki kişinin yerine koymalı ve olaylara onun bakış açısıyla bakmalı,
- Empati kuran kişi, diğer kişinin duygu ve düşüncelerini doğru olarak anlamalı,
- Empati kuran, empati kurduğu kişiye duygu ve düşüncelerini nasıl ve ne şekilde anladığını ifade etmeli,
- Empati kuran kişi, karşısındaki kişide güven uyandıracak, kendini açmaya ve iç dünyasını paylaşmaya teşvik edecek bir yaklaşım sergilemeli,
- Empati esnasında muhataba içtenlikli ve dürüst bir biçimde olumlu olarak kabul edildiği hissettirilmelidir.

ETKİNLİK

1. Bir konuyu grup halinde oturmuş, tartışıyorsunuz. Herkes kendi görüşünü dile getiriyor. Tartışmanın bir noktasında gruptakilerden birisi savunduğunuz görüşü dinledikten sonra alçak ama duyulabilecek bir sesle “Çok aptalca.” der. Böyle bir olay hangi duyguya neden olacaktır?
2. Ne hissedersiniz?
3. Nasıl bir duygu yaşarsınız?

Empati konusu bağlamında sınıf olarak duygularınızı paylaşınız.

2.2.2 Kişisel İlişkiler ve İş Yaşamında Empati

- **Empatik iletişim kurabilmek için kişide olması gereken özellikler şunlardır:**

- Kendimiz dâhil, tüm insanları, tüm canlıları, tüm evreni koşulsuz sevmek
- Kendimizi ve insanları iyi tanımak
- İnsanları anlamak
- İyiliksever olmak
- Özgüvenli ve özsaygılı olmak
- Tüm dünyayı bir aile gibi görmek
- Hoşgörülü olmak
- Paylaşımcı olmak
- Önyargısız olmak
- Duygusal zekâ geliştirmiş olmak
- İnsanlara güvenmek ve güvenilir olmak
- Ben duygumuzu köreltmek
- Özverili olmak
- Kendimizi sevmek ve kendimizle barışık olmak
- Yaşamdaki değişimlere açık olmak

Empati, karşılıklı anlayış, iş birliği ve güvenin yaratılmasında etkilidir ve bu yönüyle iş yaşamında özel bir öneme sahiptir (Görsel 2.9). Özellikle doktor, hemşire, psikiyatr, öğretmen, yönetici gibi bazı meslek mensuplarının empatik iletişim becerisine sahip olmaları etkili iletişim, verimlilik ve anlayış birliği açısından çok önemlidir [2.3].

Görsel 2.9 : Karşılıklı anlayış, iş birliği ve güvenin yaratılması.

- **Görev esnasında empati ile yaklaşmanın işlevleri şunlardır:**
- İnsanları birbirine yaklaştırması
- İletişimi kolaylaştırması
- İnsanların, anlaşıldıklarını ve kendilerine önem verildiğini hissetmeleri
- Empatik becerileri yüksek olanların iş ortamında ve özel yaşamlarında sevilmeleri ve saygı görmeleri

- Mesleki iş birliğini ve dayanışmayı arttırması
- Çalışma yaşamında empatik yaklaşım, iletişime ve iş birliğine açıklık, toplumsallaşma, sosyal duyarlılık ve toplumsal uyum arasında pozitif bir ilişki vardır.

Unutulmamalıdır ki, insanlar iletişim ve iş ortamında duygularıyla vardır. İnsanların sevinçleri, hüzünleri, endişeleri, korkuları olabilir. Karşımızdaki insanla aynı duygulara sahip olmayabiliriz ama onu duygularıyla birlikte kabullenmek insana en yakışan davranıştır. Karşımızdakini anlamak için kendimizi onun yerine koymaya çalışmalı, empati kurmaya çabalamalıyız.

2.2.3 Sosyal ve Kişisel Beceri Olarak Empati

Empatik yaklaşım, günlük yaşamın hemen her alanında insanları birbirine yaklaştırma, iletişimi kolaylaştırma özelliğine sahiptir. İnsanlar kendileriyle empati kurulduğunda, anlaşıldıklarını ve kendilerine önem verildiğini hissederler. Duygudaşlık, anlaşıldığını ve önemsendiğini hissetme hem kişiyi rahatlatmakta hem de diğer insanlar için iyi duygular beslemeye yol açmaktadır. Bu da kişiler arasında iyi ilişkilerin kurulmasına ve huzurlu bir toplumsal yaşama olanak sağlar.

Kişiler arası ilişkilerde empati kurabilen bireyler aynı zamanda rol model de olabilirler. Empati becerisine sahip olan kişi, iletişim halinde olduğu kimselere tutum ve davranışlarıyla örnek olur. Yapılan araştırmalar, kişiler arası ilişkilerde empati düzeyi yüksek olan yetişkinlerin düşük olanlara nispetle daha çok olumlu kişilik özelliğine sahip olduklarını göstermiştir. Bu araştırmalara göre empati düzeyi yüksek olan yetişkinler sevecen, hoşgörülü ve kendini olduğu gibi kabul eden kişilerdir. Empati düzeyi yüksek olanların özsaygıları gelişmiştir ve olumlu ruhsal gelişime sahiptirler. İnsanlara duygu ve düşüncelerini açıklıkla ifade eden, topluma uyumlu ve sosyal duyarlılığı olan kişilerin empati kurma becerilerine sahip olduğu; kaygı, depresyon düzeyi yüksek kişilerinse empati kurma becerilerinin düşük olduğu görülmektedir.

Anne-babaların çocuklarına göstermiş oldukları olumlu ya da olumsuz tepkiler çocuğun kişiliğinin gelişmesinde önemli rol oynar. Sözleri önemsenmeyen, düşüncelerini dile getirmesine izin verilmeyen ya da sürekli eleştirilen çocuk; içine kapanık, güvensiz, huysuz ve saldırgan olabilir. Söyledikleri önemsenen, düşüncelerini ifade etmesine izin verilen ve eleştiri yerine yapıcı yönlendirmeler alan çocuk ise sosyal ve sağlıklı bir kişilik geliştirir. Bu doğrultuda empati, olumlu kişilik gelişimine ve sosyal davranışa yol açarken, empatinin yokluğu aksi yönde sonuçlar doğurmaktadır.

Görsel 2.10 : Çocuklarda sosyal bağlar

Empati, arkadaş ilişkilerinin düzenlenmesinde de önemlidir. Empati düzeyi yüksek olan çocuklar, paylaşma, iş birliği, yardım etme gibi sosyal davranışları göstermeye empati düzeyi düşük olan çocuklara göre daha fazla eğimlidirler. Düşük sosyal beceri sergileyen çocuklar aynı zamanda arkadaşları tarafından reddedilmekte; yalnızlık, kaygı, anti-sosyal davranış riskleri daha da artmaktadır. Empati, anahtar bir sosyal beceri olduğundan çocuklarda bu yeteneği geliştirmek, sağlıklı bir sosyalleşme açısından da son derece önemlidir (Görsel 2.10).

2.2.4 Empati Yoksunluğu

Çevremizdeki insanlardan bazıları empatik tutum sergileyebilirken bazıları empati becerisinden yoksundur.

- **Hakkında şöyle düşündüğümüz kişiler, empati göstermeyi bilen kişilerdir:**

- "Keşke onu daha önce tanısaydım."
- "Derdimi en iyisi gidip ona anlatayım."
- "Keşke sohbet edecek daha fazla zamanımız olsa."

- **Hakkında şöyle düşündüğümüz kişiler ise empati göstermeyi bilmeyen/beceremeyen kişilerdir:**

- "Aman bunu duymasın, yine bir konferans dinleriz."
- "Ne zaman susacak, off…"
- "Artık gitse de ben de kendimle baş başa kalsam."

Bazı kişilerle ilgili olumsuz duygulara sahip olmamızın sebebi, bizim duygularımızı görmezden geliyor olmaları ya da diğer bir deyişle empati göstermeyi beceremememeleridir. Örnek olarak verilen öykü iyilik ve güzellikle beslenen düşüncelerin yaşamı da güzelleştireceğini söylüyor. En önemlisi de bu gücün bizim elimizde olduğunu vurguluyor.

Bilge bir Kızılderili ile torunu evin önünde oturmuş, biraz ötede boğuşan biri siyah diğeri beyaz iki köpeği seyrediyorlardı. Torun sordu:

- **Neden 2 tane köpek besliyorsun?**
- **Onlar benim için iki simgedir evlat, iyilik ve kötülüğün simgesi… İyilik ve kötülük içimizde böyle sürekli mücadele eder durur.**
- **Peki, sence hangisi kazanır mücadeleyi?**

Bilge Reis derin bir düşünce ile gülümsedi:

- **Hangisi mi evlat? Ben hangisini daha iyi beslersem o…**
-

O halde iyiliği besleyen düşüncelerle yola çıkmak önemlidir. İyimser olan insanlar zor durumlarda bile olumlu sonuçlar beklemekte ve bu güven duygusu da olumlu birçok duygunun ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Kötümserlik ise güvensizliği beslemekte; güvensizlik de endişe, kızgınlık, üzüntü, ümitsizlik gibi olumsuz duygulara kaynaklık etmektedir. Ümitsizliğe ve karamsarlığa kapılmamak için olumlu duygular besleyen, duygudaşlık kurabilen, heyecanlı ve coşkulu insanlarla beraber olmaya ve onlarla konuşmaya özen göstermek gerekir.

UYGULAMA FAALİYETİ 2.2.1

EMPATİK YAKLAŞIM

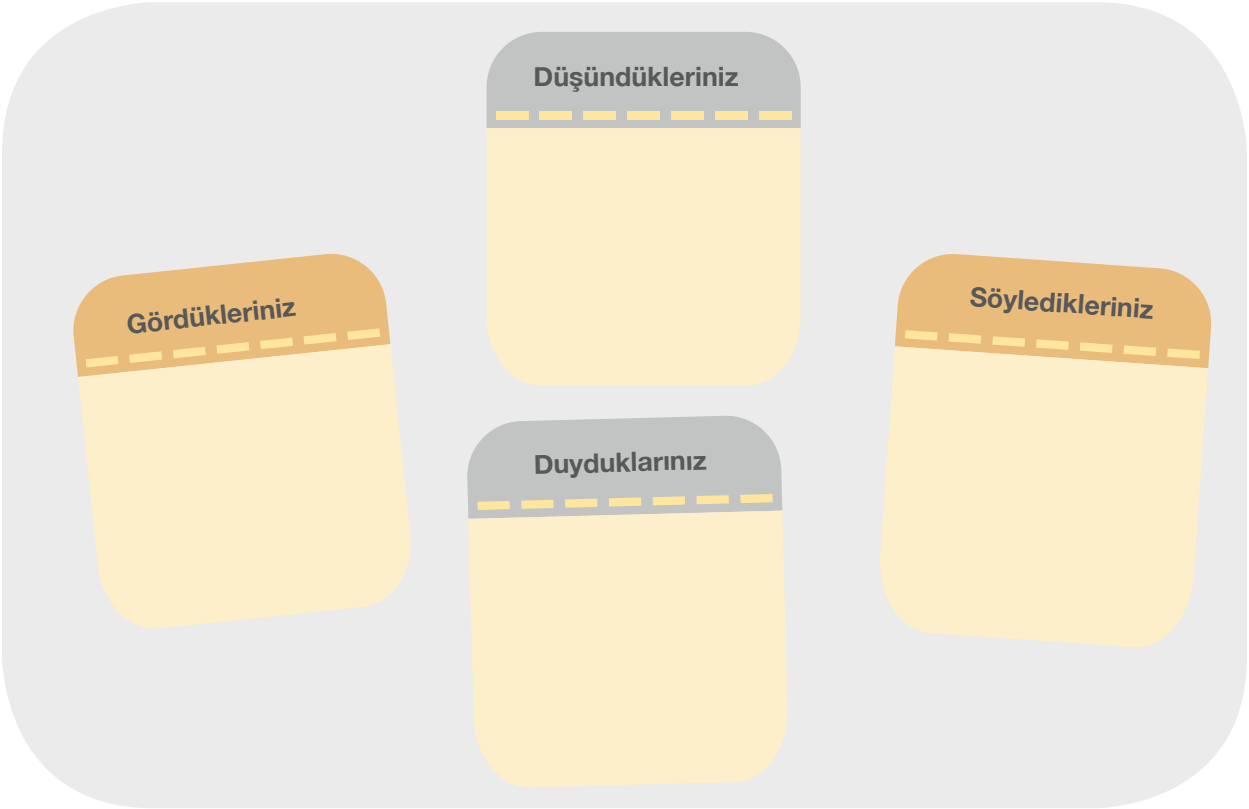
Şöyle bir olay düşünelim; kaldırımda yürürken karşınızdan gelen birisi tam önünüzden geçerken yere çöp atıyor.

- Böyle bir olayla karşılaşan birisinde nasıl bir davranış veya duygu gözlemlememiz gerekir?
- Soruyu şöyle de sorabiliriz; bu olay nasıl bir davranışa neden olur? Ne dersiniz?
- Bu olay yere çöp atan kişiye saldırmamıza mı neden olur? Bağırmamıza mı? Üzülmenize mi? Gülmemize mi? Kaçmamıza mı? Aldırmazlığa mı? Mide bulantısına mı?

- Sınıf olarak cevabınızı bir kâğıda yazıp, kâğıdınızı katlayıp arkadaşlarınızın bitirmesini bekleyiniz.
- Daha sonrada sınıf olarak cevapları tek tek okuyup değerlendiriniz.
- Empatik olarak yaklaşımınız nasıl olurdu? Arkadaşlarınızla bu konudaki duygularınızı paylaşınız.

UYGULAMA FAALİYETİ 2.2.2

EMPATİ HARİTASI



Size verilen kavramlardan yola çıkarak bireysel ya da sınıf olarak kendinize ait bir tane empati haritası yapabilirsiniz.

- Düşündükleriniz,
- Duyduklarınız,
- Söylediklerinizi,
- Gördükleriniz nelerdir?

- Küçük yapışkanlı not kâğıtlarına kısaca yazıp sınıf panosuna yapıştırabilirsiniz.
- Farklı bir çalışma olarak empati afişleri hazırlayabilirsiniz.
- **"Empati Yoksunluğu"** yaşam biçiminizi nasıl etkiler? Tartışınız.

ÖLÇME DEĞERLENDİRME 2.2

A) Aşağıda verilen cümlelerde yer alan boşlukları uygun kavramlarla doldurunuz.

1. _____ kişinin açık ve dürüst olması.
2. _____ bir insanın, kendisini karşısındaki insanın yerine koyarak onun duygularını ve düşüncelerini doğru olarak anlamasıdır.
3. Kişiler arasındaki iletişimin sağlıklı ve etkili olabilmesi için öne sürülen üç temel koşul şunlardır: 1_____ 2_____ 3_____
4. Empati kurma sürecinin ilk adımı _____ dinlemedir.
5. Görev esnasında empati ile yaklaşmak _____ kolaylaştırır.

B) Aşağıda verilen soruların doğru yanıtını işaretleyiniz.

1. **Empati kavramının tanımlanmasında belirleyici etmenler arasında hangisi vardır?**

   A) Hayal edilerek duyulan deneyim
   B) Diğer kişi tarafından hissedilen duygular
   C) Anlayış oluşturma yeteneğine sahip olma
   D) Diğer kişinin bakış açısını anlayabilme
   E) Hepsi

2. **Empati kavramını anlamak için empatiyi nasıl tanımlarız?**

   A) Kişinin kendisini bir başkasının yerine koyması
   B) Kişinin bir başkası gibi hissedebilmesi
   C) Kişinin başka insanların duygularının fark etmesi
   D) Kişinin, diğerlerinin algılarını, düşüncelerini, tutumlarını anlayabilmesi
   E) Hepsi

3. **Empatik iletişim kurabilmek için kişide olması gereken özelliklerden değildir?**

   A) Bazen duruma göre bencil olmak
   B) Kendimizi ve insanları iyi tanımak
   C) İnsanları anlamak
   D) İyiliksever olmak
   E) Özgüvenli ve özsaygılı olmak

4. **Empatik iletişim kurabilmek için kişide olması gereken özelliklerden değildir?**

   A) Hoşgörülü olmak
   B) Kendimizi düşünmek
   C) Paylaşımcı olmak
   D) Önyargısız olmak
   E) Özverili olmak

5. **Aşağıdakilerden hangisi iş yaşamında empatinin işlevi değildir?**

   A) İnsanları birbirine yaklaştırır.
   B) İletişimi kolaylaştırır.
   C) Bazen tartışmalara neden olur.
   D) İnsanlar kendilerine önem verildiğini hissederler.
   E) Mesleki iş birliği ve dayanışma artar.

ÇOCUK NE YAŞIYORSA ONU ÖĞRENİR

Eğer bir çocuk sürekli eleştirilmişse,
Kınama ve ayıplamayı öğrenir.

Eğer bir çocuk kin ortamında büyümüşse,
Kavga etmeyi öğrenir.

Eğer bir çocuk alay edilip aşağılanmışsa,
Sıkılıp, utanmayı öğrenir.

Eğer bir çocuk sürekli utanç duygusuyla eğitilmişse,
Kendini suçlamayı öğrenir.

Eğer bir çocuk hoşgörüyle yetiştirilmişse,
Sabırlı olmayı öğrenir.

Eğer bir çocuk desteklenip, yüreklendirilmişse,
Kendine güven duymayı öğrenir.

Eğer bir çocuk övülmüş ve beğenilmişse,
Takdir etmeyi öğrenir.

Eğer bir çocuk hakkına saygı gösterilerek büyütülmüşse,
Adil olmayı öğrenir.

Eğer bir çocuk güven ortamı içinde yetişmişse,
İnançlı olmayı öğrenir.

Eğer bir çocuk kabul ve onay görmüşse,
Kendini sevmeyi öğrenir.

Eğer bir çocuk aile içinde dostluk ve arkadaşlık görmüşse,
Bu dünyada mutlu olmayı öğrenir.

(Nolte, 1975.)

2.3. ALGI KAVRAMI

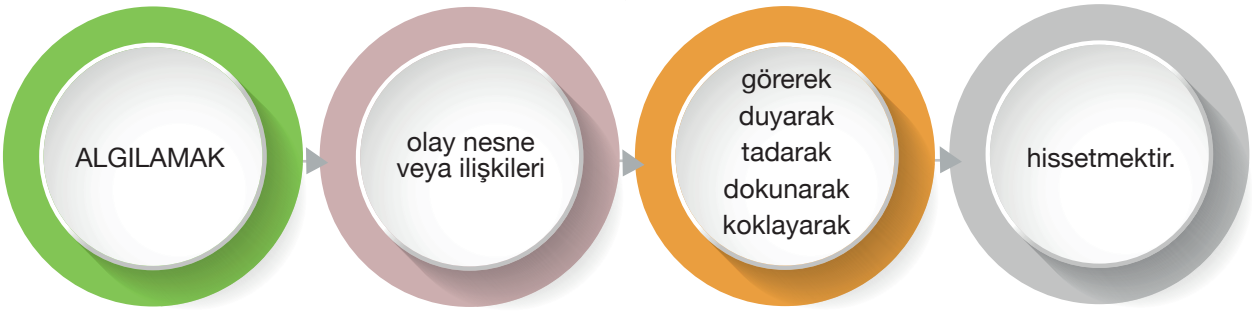
HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. Algıda seçicilik nedir? Araştırınız.
2. Çevrenizde daha çok neler dikkatinizi çekiyor? Bir gün içinde dikkatinizi çeken olay, nesne veya kişilerin (sabahtan akşama kadar evde, okulda, evle okul arasında) bir listesini yapınız.
3. Yaptığınız listeyi ve notlarınızı sınıf arkadaşlarınızla paylaşınız.

Algılama en genel anlamıyla bireylerin iç ve dış dünyadan haberdar olmalarıdır. Algılama, bireyin çevresindeki bilgileri/olguları seçme, kavrama, düzenleme ve yorumlama sürecidir.

İnsanlar, yaşantıları boyunca çeşitli uyaranlarla karşılaşır. Bu uyaranları beş duyu organı (görme, işitme, tatma, dokunma, koklama) aracılığıyla alır. Duyu yeteneğinin varlığı, algının gerçekleşebilmesinin ön koşuludur. Ancak algı sadece uyaranlara ilişkin duyusal verilerin alınması şeklinde açıklanamaz.

Türk Dil Kurumu Sözlüğünde **"bir şeye dikkati yönelterek o şeyin bilincine varma, idrak"** şeklinde tanımlanan algı kavramı, birtakım bilişsel süreçleri de kapsamaktadır. Bu nedenle algı kavramı, farkına varma, idrak etme, bilincinde olma, ayırt etme gibi bilişsel süreçlerle ortaya çıkabilecek durumlara da işaret etmektedir.



Şekil 2.2: Algılama

Algı; çevrenin, insanların, nesnelerin, kokuların, seslerin, hareketlerin, tatların ve renklerin gözlemlenmesiyle ilgilidir. Duyumları yorumlama, onları anlamlı biçime getirme sürecidir. Duyum, bir uyarıcının duyu organları tarafından alınmasıdır. Duyum ışığın parlaklığı, sesin yüksekliği, tencerenin sıcaklığı gibi deneyimleri içerir [2.9].

Birey, olay ya da nesne ne ise, önce duyu organları ile farkına varır (ışığı görmek, bir sesi duymak, bir yiyeceğin tadına varmak, bir nesneye dokunmak, bir çiçeği koklamak gibi) ve ardından ayrıntıları yorumlama ve anlamlı hâle getirme süreci gerçekleşir (Şekil 2.2).

2.3.1 Algılama Süreci

Algılama süreçlerini sadece belirli bir uyarana karşı verilen anlık tepki veya çevreden elde edilen duyuları o anda anlamlandırma, yorumlama ve değerlendirme olarak açıklamak doğru değildir. Algı süreçleri insanların

sahip oldukları kişisel ve kültürel özelliklerinin yanı sıra geçmiş bilgi ve deneyimlerince de şekillenmektedir [2.9]. Kişi, tıpkı bilgisayarlardaki gibi, girdileri alır ve depolar. Ancak bilgisayarlar gibi pasif konumda değildir Beklentileri, deneyimleri ve güdüleri ile uyumlu olan uyaranları algı sürecine dâhil ederken, kendisine ulaşan pek çok uyaranı süreç dışı bırakır.

Algılama sadece fizyolojik bir olay değildir. Eğer sadece fizyolojik olsaydı, farklı geçmişleri, deneyimleri ve özellikleri olan kişilerin aynı nesneyi benzer biçimde algılamaları gerekirdi. Bunun en klasik örneğini "bardağın yarısını dolu görenler" ile "bardağın yarısını boş görenler" oluşturur. [2.9] Bazen aynı uyarıcılarla karşılaşan iki kişinin o uyarıcıya farklı anlamlar yükledikleri ve farklı yorumladıkları görülmektedir. Bunun nedeni **algının bilişsel süreçler doğrultusunda şekillenmesidir** (Görsel 2.11).

Görsel 2.11: ''Bardağın yarısını dolu- yarısını boş görenler."

Bireylerin çevresindeki uyaranlara birbirlerinden farklı biçimde anlam verdikleri dikkat çekmektedir. Bazen bir grup insanın gördükleri bir resmi, duydukları sesi, aldıkları kokuyu veya başka bir duyu verisini birbirlerinden farklı biçimde algıladıklarına şahit olunmaktadır (Görsel 2.12).

Görsel 2.12: Çevresel uyaranlar kişiden kişiye farklıdır.

Bir bireyin ya da grubun algıları aynı durumdaki başka bir birey ya da grubun algılarından farklı olabilir. Her insanın yaşantılarının kendine göre olması, ilgi ve ihtiyaçlarının başka olması, aynı uyarıcıların değişik şekillerde algılanmasına yol açar. Aynı köpüren dalgaları izleyen bir ressamla bir balıkçının bu dalgaları algılama biçimleri kuşkusuz ki birbirinden çok farklıdır.

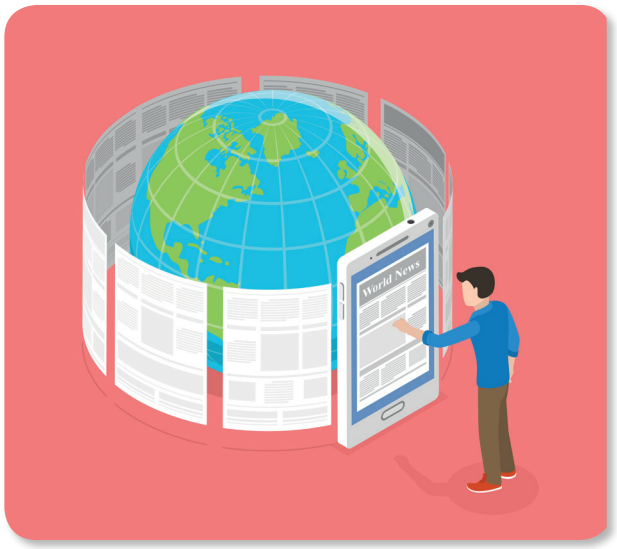
İnsanlar sürekli biçimde çevrelerinden bilgi elde etmeye çalışırlar. Topladıkları bu bilgileri ise kendi kişilik özellikleri, kültürleri ve deneyimleri aracılığıyla bir araya getirirler, anlamlı biçimlere sokarlar ve sonra bunları davranışlarının temel öğesi olarak kullanırlar [2.9].

Algı aynı zamanda bir seçme işlemidir ve algılama ile birey, çevrede ilgi duyduğu ögeleri, nesneleri seçer ve bazı çevresel bilgilere kayıtsız veya isteksiz kalırken bazı bilgilere ilgi duyar. Her bireyin ilgi ve dikkatini çeken çevresel uyaranlar farklıdır. Bu farklılığı doğuran, insanların birbirlerinden farklı kişiliklere, ihtiyaçlara, güdülere, inançlara ve değerlere sahip olmalarıdır. Bu farklılıklar, bireylerin hem neyi nasıl algılayacakları hem de algılarını nasıl işleyip düzenleyecekleri hususunda farklılık oluşturmaktadır. İki kişinin farklı algılamalarda bulunması, algı ile ilgili şu önemli bulguyu bize gösterir.

Algılama, algılanan uyarıcının ve algılayan kişinin özelliklerinin etkileşimiyle oluşur.

- Algılama sürecini etkileyen faktörleri üç başlık altında toplayabiliriz:
  - Algılayan bireyin kişiliği, kişisel özellikleri
  - Algılanan uyarıcının özellikleri
  - Algılamanın gerçekleştiği ortam

2.3.2 Algıda Seçicilik



Görsel 2.13: Haber seçimi

Seçici algılama, insanların çevrelerindeki pek çok uyarıcıdan sadece bazılarını algıladıklarını ifade eder. İnsanlar günlük yaşantılarında karşılaştıkları uyaranlara farklı düzeylerde ilgi göstermektedirler. Bu ilgi farklılığı seçici algılama kavramı ile açıklanmaktadır.

Örneğin, bir alışveriş merkezine girdiğimizde ilk önce çok farklı fiziksel uyarıcılara maruz kalabiliriz. Marka reklamları, afişler, vitrinlerdeki renkli görseller, sesli bir müzik, lokantalardan gelen farklı kokular, hareketli hareketsiz birçok uyarıcı ile karşılaşırız. Ama bu uyarıcılardan hepsini algılayamayız. İhtiyaçlarımıza, beklentilerimize göre hareket ederiz. Gün içerisinde televizyon, internet ve gazete gibi haber kaynaklarından iletişim adreslerimize, telefonlarımıza yüzlerce bilgi gelir. Bu bilgileri seçerek okuruz ya da izleriz. İzlediğimiz filmler, dinlediğimiz müzikler, okuduğumuz kitaplar içinde bu durum geçerlidir (Görsel 2.13).

Gündelik deneyimlerimiz esnasında pek çok farklı uyarıcıyla karşı karşıya kalmamıza rağmen beynimizin bu uyarıcıların tümünü algılamadığı bilinmektedir. Örneğin, televizyon izlerken her reklam aynı düzeyde dikkatimizi çekmez. Eğer söz konusu reklam içeriği gereksinim duyduğumuz bir ürün ve hizmete ilişkinse o reklama daha fazla ilgi gösteririz. İnternet ortamında denk geldiğimiz bilgilerden gereksinim ve beklentilerimize uyanları daha fazla algılama eğilimi içinde oluruz. Bu örnekler seçici algılamanın gündelik deneyimlerimizin önemli bir boyutu olduğunu göstermektedir [2.9].

Bizler sürekli çevresel uyaranlara maruz kalırız. Bu uyaranlar karşısında her birey kendine göre birtakım seçimler yapar. Örneğin, arabasıyla okula giden bir öğrenci bir taraftan öğretmeninin sınavda soracağı soruları düşünürken bir taraftan da yoldaki trafik lambasının kırmızı ışığını algılar ve frene basarak arabasını durdurur. Fakat onun zihinsel uğraşı yoldaki tanıdık kimseleri görüp algılamasının önüne geçebilir [2.11].

Her gün binlerce uyarıcıyla karşı karşıya kalan bireyin her uyarıcıya aynı dikkati gösterememesi doğaldır. Yani birey sadece algılamak istediğini algılayacak, diğer uyarıcılara kapalı olacaktır. Bu sürece "seçici algılama" denir [2.12]. Örneğin, cep telefonu ihtiyacı olmayan bir tüketici cep telefonu reklamlarına dikkat etmeyecek hatta belki de hiç görmeyecektir. Ancak bir cep telefonu alma ihtiyacı ortaya çıktığında ürünle ilgili reklamlar tüketicinin seçici algılamalarına konu olacaktır.

Uyarıcılar belli bir süzme mekanizmasından geçirilir. Kişi duymak istediğini duyar, görmek istediğini görür. Örneğin, sürekli girdiğiniz bir alışveriş merkezinde aradığınız markada güneş gözlüğü satan bir mağaza olduğunu daha önceleri algılamamış olabilirsiniz. Ancak, annenize yılbaşı hediyesi almak istediğiniz zaman

ya da ihtiyacınız ortaya çıktığı zaman daha önce algılamadığınız o mağaza kolayca sizin algı çerçevenize dâhil olur. Yine örneğin, karnı acıkmış olan kişi televizyondaki ya da dışarda ise reklam panolarındaki yiyecek reklamlarına ve lokantalara daha çok dikkat kesilecektir. Örneğin, parfüm alacak olan bir kişinin yolda yürüdüğü esnada yanından geçen insanların sadece kokularını algılaması söz konusu olabilir. Bu örnekler ihtiyaca göre değişecektir.

2.3.2.1 Algıda Seçiciliği Etkileyen İç Faktörler: Kişisel Özellikler

Motivasyon (Güdü): Algılamayı etkileyen en önemli özelliklerden biri motivasyondur. Bu faktör, bireyin ihtiyaçlarına dayanır. Neyi algılamak istiyorsak onu algılarız. İletişimde alıcıların ihtiyaçları üzerinde yoğunlaşan bir mesaj, daha ikna edici olabilir. Örneğin, aç olan kişiler kendilerine gösterilen bir takım belirsiz resimleri tok olanlara oranla daha çok yiyeceğe benzetmişlerdir.

Öğrenme (Deneyim): Algılama geçmiş deneyimlerimizden bir hayli etkilenmektedir. Öğrenme aslında deneyimlerimizin bir sonucudur. Örneğin, bir öğrencinin ilk staj deneyiminde iş yerinde olumsuz bir davranış ya da olayla karşılaşması onun sonraki staj deneyimlerini olumsuz yönde etkileyecektir. Örneğin, gittiği kafede daha önceki maden suyu siparişlerinde aksini belirtmedikçe aromasız maden suyu getirilen müşteri yeni siparişinde yine aynı beklenti ile hareket edecektir.

Kişilik: Algılamayı etkileyen bir diğer faktör kişiliktir. Kişilik, kişiye özgü belirgin hâller ve özelliklerdir. Kişinin beklentileri, ilgileri, merakı, sıkıntıları, kaygıları vb. algısını etkiler. Farklı kişilik özellikleri, bireyin çevresindekileri seçip ayırt edebilmesinde ve yorumlamasında farklılıklara neden olabilir. Örneğin, belirli mesleklerde çalışan kişiler kendi meslekleri ile ilgili olayları daha dikkatli izler (Görsel 2.14.).

Görsel 2.14: Her bireyin içsel faktörleri farklıdır.

2.3.2.2 Algıda Seçiciliği Etkileyen Dış faktörler: Uyarıcının Özellikleri

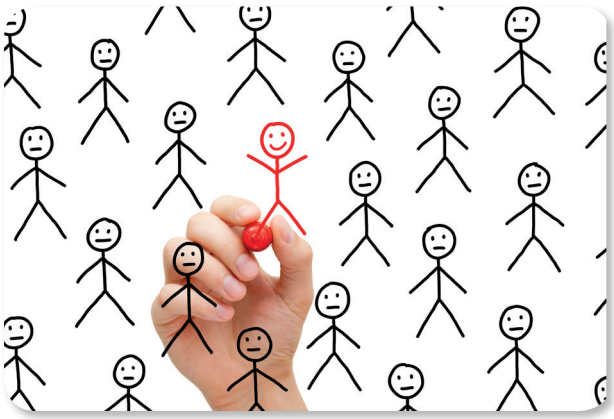
Büyüklük | Yoğunluk | Hareket | Tekrar | Zıtlık | Yenilik

Büyüklük: Daha büyük nesneler, küçüklere göre daha çok dikkat çekicidir.

Yoğunluk: Uyarıcıların yoğunluğu arttıkça, daha çok dikkat çektiği belirlenmiştir. Örneğin kuvvetli bir ses, parlak renk, yoğun koku dikkatimizi çeker. Örneğin, bir film şirketi, farklı renkte birkaç film kutusunu aynı anda piyasaya sürmüştür. Turuncu renk kutuları olan filmler daha fazla satıldığı için turuncu renk kutuda satış tercih edilmiştir.

Hareket: Hareket eden uyarıcılar dikkat çeker. Örneğin, hareketli reklamlar, yanıp sönen lambalar ve duran cisimler içinde hareket eden cisim hemen fark edilir.

Tekrar: Tekrarlar dikkat çeker ve reklam spotlarının sık sık yinelenmesi bundandır.



Görsel 2.15: Algıda zıtlık

Zıtlık: Bir nesnenin etrafındakilerden farklı olması fark edilmesini kolaylaştırır. Zıtlıklar, uyaranların birbirlerinden ayrılmasını sağlarken, nesnelerdeki benzerlik uyaranların grup halinde algılanmasına etki eder. Aşırı zıtlıklar, zıt renkler, zıt sesler, zıt boyutlar dikkat çeker (Görsel 2.15.).

Yenilik: Yenilikler, alışılmışın dışındaki uyarıcılar dikkat çeker. Örneğin, moda eğilimlerine uygun kıyafetler yahut fosforlu yeşil ve pembe ile renklendirilmiş saçlar hemen dikkat çeker.

Çok uzun biri, çok küçük, avuç içine sığacak bir kitap veya mavi renkli bir yumurta kolayca dikkat çeker. Dikkat üzerinde dış faktörlerin etkisi hemen görülür ama bunlar kısa süreli olur. Oysa iç faktörlerin etkisi daha uzun sürer. Seçici algılamada içsel faktörlerin dışsal faktörlerden daha fazla etkili olduğu bilinmektedir.

ETKİNLİK

1. Bireyin algılama sürecine ilişkin olarak sınıfınızdaki nesne ve olayları tanımlamaya çalışınız. Örnekler veriniz.
2. Bu nesneleri algılarken konumları ve hareketleri ne kadar önemlidir? Düşünüp tartışınız.
3. Tahtaya algılamayı etkileyen iç ve dış faktörleri örneklerle yazarak maddeleyiniz. Bu örnekleri bir tablo yaparak, iç ve dış faktörler olarak ayrı ayrı organize ediniz.

2.3.3 Algı Türleri

Görsel Algı: Görme duyumuzla fark edebildiğimiz uyaranlara ilişkin bilgilerin göz aracılığıyla algılanması şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Kişi, çevresine ilişkin izlenimlerini görme yoluyla oluşturur. Görme duyusu, kişinin çevresiyle ilişki kurmasının temel bir boyutudur. Çevremizdeki uyaranların algılanmasında görme duyusu oldukça önem taşımaktadır. İnsanlar uyaranları değerlendirirken ve anlamlandırırken öncelikle görme duyusuyla edindikleri bilgileri kullanırlar. Bu nedenle dış dünyayla kurulan ilişkide görselliğin ön plana çıktığını söylemek mümkündür [2.13].

Çevrede göz aracılığıyla fark edilen uyaranların hepsi algılanmaz. Çok sayıdaki görsel nesne arasından seçim yapılır. Ayrıca, her insanın gördüğü nesnelere aynı anlamları yüklemediği ve aynı şekilde yorumlamadığı bilinmektedir. Bu durum görsel algının da kişiden kişiye farklılaştığını göstermektedir. Görsel algının oluşmasında kişinin gereksinimleri, güdüleri, motivasyonu ve deneyimleri etkilidir.

İşitsel Algı: Uyaranlara ilişkin verilerin kulak aracığıyla toplanmasına **işitsel algı** denir. Sesler genel olarak algılar üzerinde etkili olmaktadır. Müziğin ve sesin tonu, ritmi, yüksekliği ya da düşüklüğü algılarımızı şekillendirmektedir.

Yazılı olan bir metnin algılanışıyla aynı metnin seslendirilmiş halinin algılanması arasında farklılıklar bulunmaktadır. Bunun nedeni işitsel algının duygulara daha hızlı ve etkili biçimde hitap etmesidir. Aynı zamanda işitsel algıya hitap eden uyaranların insanların hafızasında daha uzun süre kalması da söz konusudur. Örneğin, bir halkla ilişkiler faaliyeti olarak "Baba Beni Okula Gönder" adlı sosyal sorumluluk projesi melodik bir kampanya müziği ile hedef kitleye sunulmuştur. Reklamlarda da mesajı etkili bir yolla iletmek ve kalıcı izler bırakmak için ses efektlerinden, müzik ve melodilerden yararlanılmaktadır [2.9].

Görsel 2.16: Beş duyu organı ile algılama yaparız.

Koku Algısı: Buruna hitap eden uyaranlara yönelik algılamadır. Genellikle koku algısı hafızada uzun süre kalması ile bilinmekte; pazarlamada ve iletişim faaliyetlerinde ürünlere ilişkin koku algısı oluşturmak üzere girişimlerde bulunulmaktadır.

Koku algısı, kalıcılık özelliği yanında algısal çağrışımlar yoluyla bir koku duyulduğunda bazı nesnelerin, olayların, kişilerin ya da durumların hatırlanmasına da yardım etmesi nedeniyle önem taşımaktadır. Parfüm ve deodorant reklamlarında doğal kokuların dile getirilmesi, doğanın esintilerinin ve güzel kokuları anımsatan manzaraların kullanılması buna örnek gösterilebilir (Görsel 2.16).

Tat Algısı: Ağız aracılığıyla tadarak uyaranlara anlam yüklenmesi ve uyaranların yorumlanması sürecidir. Tat algısı özellikle gıda sektöründe oldukça önemsenen ve ürünlerin özelliklerinin tatları yönünden aynı kalması ya da geliştirilmesi için özen gösterilen bir algı türüdür [2.9].

Restoranlarda yemek listesine yeni eklenen yemeklerin firma ikramı olarak sunulması gibi örneklerden bahsedilebilir. Tat duyusu çoğunlukla bireysel farklılıklarla değişebilir, bir kimse için iyi olan bir tat diğeri için olmayabilir. Tıpkı diğer duyumsamalarımızda olduğu gibi, ait olduğumuz kültür tat değerlendirmemizi de etkiler.

Dokunma Algısı: Deri aracılığıyla fark edilebilecek uyaranlara tepkidir. Bu yolla elde edilen verilerin anlamlandırılmasıyla dokunma algısı ortaya çıkmaktadır. Dokunma algısı pazarlama ve iletişim çalışmalarında da ön plana çıkan bir algı türüdür.

Dokunma duyumuz algılarımızda son derece önemlidir. Satın almadan önce ürüne dokunma ihtiyacı duyarız. Elbisenin, ayakkabının, mücevherin tenimizle teması önemli bir satın alma kriteridir. Dokunma ile ilgili olarak algılamalarımıza yardımcı olmak üzere uygulanılan en yaygın pazarlama stratejileri; örnek ürün dağıtımı, kumaş parçalarının basılı reklamlara iliştirilmesi, süpermarket raflarında ürünlere dokunmayı kolaylaştırıcı raf düzenlemeleri ve ambalaj dizaynlarının el yapısına uygun, ergonomik tasarlanmasıdır [2.10].

İletişim kurarken karşımızdaki kişiye dokunma ihtiyacı ve bunun şekli ve yöntemi kültürden kültüre değişiklik göstermektedir. Bir kültürde yaptığımız olumlu ve iyi niyet taşıyan bir hareket ya da dokunuş diğer bir kültürde farklı, olumsuz biçimde yorumlanabilmekte hatta hakaret gibi algılanabilmektedir.

ETKİNLİK

1. Sınıf olarak dışarıya baktığınız zaman (oturduğun sıradan ya da sınıf penceresinden) neleri görüyorsunuz?
2. Neleri gördüğünüzü kısaca maddeler halinde yazınız. Arkadaşlarınızla paylaşınız.
3. Bu etkinliği farklı mekânlar içinde yapabilirsiniz.

(Bu etkinlikte öğrencinin duyu organları aracılığıyla anlık olarak algı düzeyi kontrol edilir.)

2.3.4 Sosyal Algılama

Görsel 2.17: Sosyal medyada algılama

Aynı nesneye ilişkin algılamalar her zaman aynı sonuçları vermez. Aynı nesnenin veya olayın bazen algılanması bazen algılanmaması; kimi zaman olumlu kimi zaman da olumsuz algılanması, algılamanın sosyal yönüne ilişkindir. Bireyin algılaması içinde bulunduğu sosyal ortama bağlıdır.

Belirli bir nesne, olay veya olgunun algılanması bireyin yaş, cinsiyet, meslek, statü, grup ya da sınıf gibi toplumsal konumlanışına, grup içi ilişkilere sıkı sıkıya bağımlıdır. Hiç kimse toplumsal yaşamdan uzak/bağımsız olamayacağı için, algılamalar açıkça sosyal etmenlere bağlıdır.

Sosyal algılama ile bireyin içinde yaşadığı toplumsal ortama uyum gösterdiği gözlenmektedir. Sosyal algılama, bireyde itaat, özdeşleşme ve benimseme gibi duyguların ortaya çıkmasına yol açar.

Sosyal algıların oluşmasında ve düzenlenmesinde kitle iletişim araçlarının da önemli ölçüde etkisi vardır. Kitle iletişim araçları haber, yorum, film, reklam gibi gönderdiği mesajlarla çevremizi kısaca dış dünyayı algılamamızı etkiler. Dış dünya, değer yargılarımızın oluşmasına katkı sağlar. Kitle iletişim araçlarından iletilen mesajlar, olayları ve olguları değerlendirme biçimimizi etkiler. Özellikle son dönemde sosyal medya dediğimiz iletişim kurma ve haber alma ortamı çok gelişmiş, hızla ilerlemiş hayatımızın her anında vazgeçilmez olmuştur. Sosyal medyada gerçekleşen her olay sosyal yönden bizleri etkilemeye başlamıştır. Kim ne yapıyor, ne alıyor, nereye gidiyor, araştırmasına dönüşmüştür (Görsel 2.17).

2.3.4.1 Sosyal Algılamayı Etkileyen Faktörler

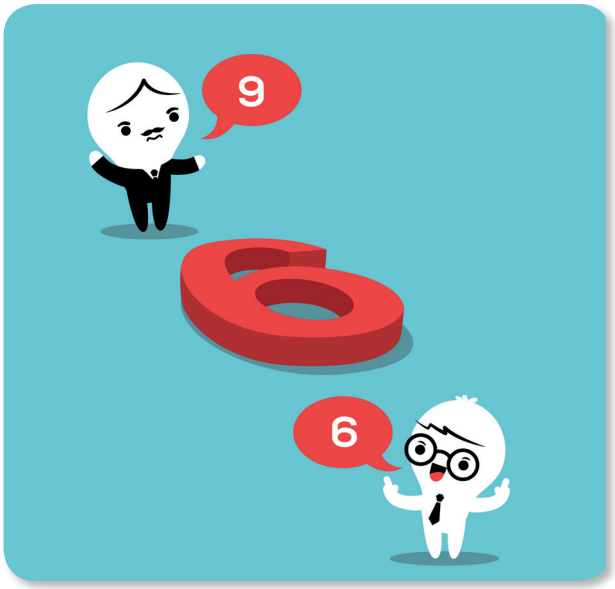
Yaygınlaştırma Eğilimi (Halo ve Horn Etkisi)

Başkalarına ilişkin izlenimleri, çoğu kimsede ortak olarak bulunan birçok eğilim etkiler. Başkalarına ilişkin algılarımızın çoğu “iyilik” ya da “kötülük”; “güzellik” ya da “çirkinlik” değerlemesine dayanır. Algıladığımız

insanların diğer bütün özellikleri bu değerlendirmeden çıkartılır. Bu eğilime halo etkisi denir. İyi olarak algılanan biri olumlu bir çerçeveye oturtulur ve bütün iyi nitelikler ona yüklenir. Bunun tersi (olumsuz halo) de olabilir. Bu kez "kötü" olarak damgalanan birisinin de bütün kötü özelliklere sahip olduğu algısı oluşur.

Basmakalıp Yargı (Stereotype)

Kısıtlı deneyimlere dayanan ama çok genelleştirilmiş inançlar, "basmakalıp yargılar" olarak tanımlanır. Basmakalıp yargılar, bireyin herhangi bir olaya ilişkin kavrama ve anlamlandırmayı bilgi ve gözlemlerine değil önyargılarına göre yapmasıdır. Bu yargılar insanların genel bir özelliğini yansıtır. Basmakalıp yargılar, bireyin çevresini sınıflama ihtiyacının doğal bir sonucudur. Bir kez bir sınıflama yapıldı mı bu sınıflama ile bazı belirli özellikler arasında zorunlu ilişkiler kurulur. Bir grubun belli bir şekilde tanımlanması o grup içindeki her üyeyi kapsayacak ölçüde genelleşir (Görsel 2.18).



Görsel 2.18: Nereden bakıyor ve ne görüyoruz?

- Basmakalıp yargı karmaşık değil basittir.
- Doğru veya yanlış olabilir ancak genelde olumsuzdur.
- Konuya ilişkin bilgi çoğu kez doğrudan deneyim yolu ile değil dolaylı olarak edinilmiştir.
- Yeni bilgi ve deneyimlere rağmen değişimi zordur.

Basmakalıp yargıların genellikle bilgi, deneyim ve ilişki eksikliği ile ilgili olduğu kabul edilmektedir. Haklarında az bilgimiz olan kişilere karşı basmakalıp yargılar oluştururuz. Doğal olarak basmakalıp yargılar karar süreçlerini de etkiler.

Yansıtma (Projeksiyon)

Bireyler, belli koşullar altında kendi sahip oldukları huy ve özellikleri başka bireylerde görme eğilimindedirler. İşte buna yansıtma denilmektedir. Bir başka söyleyişle yansıtma, kendi duygu ve düşüncelerimizi başkalarına yansıtmak istediğimizde ortaya çıkar. Örneğin, dürüst olmayan bir kişi başkalarında da dürüst olmayan niyetler algılayacak; gayretsiz bir insan, başka birinin başarısızlığını o kişinin tembelliğine yükleyecektir. Yansıtma bir yönüyle kendi bireysel özelliklerimizi başkalarına yüklememiz demektir.

Beklenti

Algılarımızda önyargı oluşturan diğer bir eğilim de kişi ya da durum hakkındaki beklentilerimizden doğmaktadır. Bu beklentiler deneyimlerimizden kaynaklanır dolayısıyla bireylerin kişi ve duruma ilişkin beklentileri farklı olabilir. Beklentiler algılarımızı etkiler hatta bizi, kötü bir durumu beklentilerimize uygun şekilde değerlendirmek gibi bütünüyle bozuk bir sonuca götürebilir. Şayet yaşlı insanların unutkan, genç insanların umursamaz, üst kademe yöneticilerinin merhametsiz olmalarını beklersek onları gerçek davranış ve özelliklerinden bağımsız algılarız ve bu da bizi yanlış yargılara götürür.

UYGULAMA FAALİYETİ 2.3.1

ALGIDA SEÇİCİLİK

Sınıfınıza çok sayıda resim, fotoğraf ya da çizim getirerek algıda seçicilik uygulama çalışması yapabilirsiniz.

- Getirdiğiniz görsellere birden başlayarak numaralar veriniz.
- İçerisinden bir tanesini seçip, tahtaya asarak inceleyiniz.
- İnceledikten sonra ilk bakışta gördüklerinizi bir kâğıda not alınız.
- Seçeceğiniz en az beş görsel üzerinde bu çalışmanızı tekrar ediniz.
- Notlarınızı sınıf arkadaşlarınızla paylaşınız. Farklı sonuçlar ortaya çıktı mı? Çıktıysa sebebi ne olabilir tartışınız.

Algıda seçicilik uygulamasını farklı şekilde tekrar edebilirsiniz.

- Sınıfa izlediğiniz bir film, reklam; okuduğunuz bir yazı veya şiir getirebilirsiniz.
- Örneğin seçilen film ise; bu filmden kim ne anlıyor? Filmi nasıl değerlendiriyor?
- Şiir seçilmiş ise; şair bu şiirini hangi duygularla yazmış?
- Seçilen reklam ise; bu reklamı nasıl algılıyorsunuz?
- Maddeler halinde yazınız.
- Daha sonra sınıfta tartışarak algılama farklılıklarını ortaya koyunuz.

UYGULAMA FAALİYETİ 2.3.2

Algıda seçiciliği etkileyen faktörleri fotoğraf ve resimlerle örnekleyerek bir sunum hazırlayınız.

Sunum hazırlarken aşağıdaki uyarıları dikkate alınız:

- Sunumdaki bilgiler doğru ve güncel olmalıdır.
- Sunumda yazı, resim, video, fotoğraf vb. mutlaka bir görsel materyal kullanılmalıdır.
- Sunumda Türkçe doğru kullanılmalı, dinleyicilerle göz teması kurulmalı, beden dili ve ses tonu doğru kullanılmalıdır.
- Sunum süresi 10 dakikadır.
- Sunumun değerlendirmesinde aşağıdaki puanlama anahtarı kullanılacaktır.

	4 puan	3 puan	2 puan	1 puan
İçerik	Sunulan bilgiler doğru ve konu ile ilgili tüm kapsamı içermektedir.	Sunulan bilgiler doğru ancak kapsam yeterli derecede yansıtılmamıştır.	Sunulan bilgilerde kısmen yanlışlıklar vardır.	Sunulan bilgilerde önemli ölçüde yanlışlıklar vardır.
Materyal	Sunum dört farklı materyal ile desteklenmiştir.	Sunum üç farklı materyal ile desteklenmiştir.	Sunum iki farklı materyal ile desteklenmiştir.	Sunum sadece yazılı materyalden oluşmaktadır.
Sunum Becerisi	Akıcı dil kullanıldı, göz teması kuruldu, ses tonu ve beden dili doğru kullanıldı.	Belirtilen özelliklerden üçü yerine getirildi.	Belirtilen özelliklerden ikisi yerine getirildi.	Belirtilen özelliklerden biri yerine getirildi.
Zaman Yönetimi	Verilen süre içinde sunuyu tamamladı.	Verilen süreye +/- 2 dakika uymadı.	Verilen süreye +/- 3 dakika uymadı.	Verilen süreye +/- 4 dakika uymadı.

UYGULAMA FAALİYETİ 2.3.3

SOSYAL ALGILAMA

Ali ve Ahmet Bey'ler aynı okulda müdür yardımcısı olarak çalışmaktadır.

Bir gün bir öğrenci, Ali Bey'in kapısını çalar; kendisiyle konuşmak istediğini belirtir.

Öğrenci: '' Hocam, sınıfımda çok gürültü oluyor, ders dinleyemiyorum. Buna bir çare bulmalısınız." der.

Başka bir öğrenci de Ahmet Bey'in kapısını çalar, kendisiyle konuşmak istediğini belirtir.

Şöyle söyler: '' Hocam, sınıfımda çok gürültü oluyor, ders dinleyemiyorum. Buna bir çare bulmalısınız. "der.

Varsayalım ki, Ali ve Ahmet Bey'leri tanıyoruz.

Ali Bey şu inanışa sahiptir:

"Öğrencilerin her dediğine inanılmaz, öğrenciye güvenilmez. Yüz verdin mi astar isterler."

Ahmet Bey ise şu inanışa sahiptir:

"Öğrenciler çoğunlukla iyi niyetlidir. Onlara rahatlıkla güvenilebilir. Söylediklerine inanılır ve yardım edilirse onlar da ellerinden geldiğince karşılık verirler."

SONUÇ

Size tanımlanan ilk olayda aynı talep/şikâyette bulunan öğrencilerden birisine şüphe ve önyargı ile yaklaşılmakta ve olumsuz geri bildirimde bulunulmaktadır.

İkinci olayda ise öğrencinin düşüncelerini rahatça ifade etmesine izin verilir, durumun nedenleri araştırılır, teşekkür edilir.

Sizler de bu ve buna benzer durumlarla karşılaşıyor musunuz? Bir örnek olay da siz yazıp sınıfta arkadaşlarınızla paylaşıp değerlendiriniz.

- Bu örnek olayı ya da sizin belirleyeceğiniz günlük hayattan başka olayı sınıfta dramatize ediniz.

ÖLÇME DEĞERLENDİRME 2.3

A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise (D) yanlış ise (Y) yazınız.

1. (____) Duyum, bir uyarıcının duyu organları tarafından alınmasıdır.

2. (____) Algılama sadece fizyolojik bir olaydır.

3. (____) Algılamanın gerçekleştiği ortam algılama sürecini etkiler.

4. (____) Motivasyon algıda seçiciliği etkileyen iç faktördür.

5. (____) Bireyin algılaması içinde bulunduğu sosyal ortamdan etkilenmez.

6. (____) Basmakalıp yargı çok karmaşıktır.

7. (____) Beklentiler deneyimlerimizden kaynaklanır.

B) Aşağıda verilen soruların doğru yanıtını işaretleyiniz.

1. Aşağıdakilerden hangisi algı yönetimi açısından insanların yaşantılarını şekillendiren en temel faaliyettir?

A) Açlık ihtiyacını karşılamak için yemek yemesi.
B) Çevrelerindeki uyaranlara yönelik tepki vermesi.
C) Barınma ihtiyacını gidermek için konut yapması.
D) Dış dünya ile bağlantı kurmaması.
E) İletişime kapalı olarak kendi kendine yetmeye çalışması.

2. Aşağıdakilerden hangisi algı sürecinin başlamasını sağlayan duyular arasında yer almamaktadır?

A) Görme
B) Dokunma
C) Tatma
D) Konuşma
E) İşitme

3. **Algılama sürecinin gerçekleştiği fiziksel çevre koşulları algı sürecini etkileyen hangi faktörün kapsamında yer almaktadır?**

A) Algılayan bireyin kişisel özellikleri.
B) Algılayan bireyin geçmiş deneyimleri.
C) Algılayan bireyin kişiliği.
D) Algılanan nesnenin özellikleri.
E) Algılama ortamının özellikleri.

4. **"_____, bir uyarıcının duyu organları tarafından alınmasıdır." ifadesindeki boş bırakılan kısım aşağıdaki kavramlardan hangisi ile doğru biçimde tamamlanabilmektedir?**

A) Duyum
B) İletişim
C) Algı
D) Yorum
E) Analiz

5. **"_____, insanların çevresindeki çok sayıdaki uyarıcıdan sadece bazılarını algılamalarına ne denir?**

A) Algısal örgütleme
B) Tekrar hatırlama
C) Seçici algılama
D) Algısal yorumlama
E) Algısal eşikler

6. **Aşağıdakilerden hangisi algı türleri arasında yer almamaktadır?**

A) Konuşma algısı
B) Tat algısı
C) İşitme algısı
D) Görme algısı
E) Dokunma algısı

7. **Aşağıdakilerden hangisi algıda seçiciliği etkileyen dış faktörlerdendir?**

A) Büyüklük
B) Yoğunluk
C) Hareket
D) Tekrar
E) Hepsi

8. **Aşağıdakilerden hangisi sosyal algılamayı etkileyen faktörlerdendir?**

A) Hepsi
B) Yaygınlaştırma eğilimi
C) Basmakalıp yargı
D) Yansıtma
E) EBeklenti

2.4. İLETİŞİMDE SORU YANIT

HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. Bir hafta süre ile arkadaşlarınız arasındaki diyaloglarda sorulan sorulara nasıl yanıtlar verildiğini gözlemleyiniz. İzlenimlerinizi not ediniz.
2. Yakın çevrenizle daha çok hangi sorular aracılığıyla iletişim kuruyorsunuz?
3. On soruluk bir liste hazırlayıp arkadaşlarınızla paylaşınız.

Görsel 2.19: İletişimin büyük bir bölümünü soru ve yanıtlar oluşturur.

Gönderilen bir mesajın alınıp alınmadığını veya mesaj içeriğinin anlaşılıp anlaşılmadığını soru sorarak anlarız. İlk çocuklukta "Bu nedir?" diye sormaya başladığımız andan itibaren bütün iletişim deneyimlerimizde sorular ve yanıtlar önemli bir yer tutar. Etkin iletişimin en önemli özelliklerinden biri de doğru soruyu sormak ve doğru yanıtı verebilmektir. Soru sormak, karşıdakinin ne düşündüğünü anlamak için sık sık kullanılan bir iletişim aracı, bir öğrenme yoludur.

Soru sorma önemli bir mesaj iletme becerisidir. İnsanların iletişimlerinin büyük bir bölümünü sorular oluşturur (Görsel 2.19). Sorun çözme amacıyla yapılan görüşmelerde, sık sık soru sorulur. Ancak, mülakat, sınav yapar gibi sorgulamak veya karşıdaki kişiyi zor durumda bırakmak amacıyla sorulan sorular birer iletişim engeline dönüşür.

Uygun, yararlı sorular, karşıdaki kişinin dikkatini bir nokta üzerinde yoğunlaştırmak amacıyla sorulur. Etkili sorular zaman kazandırır, genel kavramları belirginleştirir. Etkili ve uygun sorular mesajı ileten kişinin de duygu ve düşüncelerinin netleşmesini sağlar. Böylece mesaj veren kişinin, karışık olan duyguları, düşünceleri etkili, uygun sorularla netleşmiş olur.

Anlamlı bir soru sormak anlamlı bir yanıt vermekten çok daha zordur.

2.4.1. Soru Çeşitleri

Bütün sorular genel olarak açık ve kapalı bilgi alma soruları olarak ikiye ayrılır.

2.4.1.1. Açık Bilgi Alma Soruları

Açık bilgi alma soruları, belirli bir konuda detaylı bilgi almak için sorulan sorulardır. Ne, niçin, neden, nasıl, nerede, hangi vb. sözcüklerini içeren sorular bu türdendir. Görüşmelerde genellikle bu tür sorular sorulur. Kişinin belirli bir konu ile ilgili görüşlerini, düşüncelerini ve duygularını açıklamaya yarar.

Görsel 2.20: Açık uçlu soru örnekleri

Bunlara "özgür yanıtlı" sorular da denilmektedir. Burada bir soru sorulmakta ve yanıtlayıcıya özgürce ve kendi seçtiği sözcük ve kavramlarla dilediği gibi yanıtlayabilme olanağı tanınmaktadır (Görsel 2.20).

Açık uçlu sorular, herhangi bir yanıt alternatifi içermeyen sorulardır. Yanıtlayan, bu sorulara serbestçe yanıt verir. Gündelik etkileşimlerde bu türden soruların kullanılması halinde soruların sayısının sınırlı tutulması gerekir. Ardı ardına, karşımızdakine düşünme fırsatı vermeden çokça soru sormak uygun bir yaklaşım tarzı değildir. Ayrıca sorulan sorular konuşmacıların duygu ve düşüncelerini ifade etmelerine olanak tanımıyorsa bunların yerine yeni ve konuşmacıyı rahatlatacak sorular sorulmalıdır.

"Bilgi" soruları genellikle açık uçlu sorular şeklindedir.

- **Açık Uçlu Soru Örnekleri**
- Öğretmenine karşı duyguların nelerdir?
- Okulun hakkında ne düşünüyorsun?
- Niçin bu okulu tercih ettin, açıklayabilir misin?
- Okuduğun bölümü neden tercih ettin?
- Yaşadığın şehir hakkında düşüncelerin neler?
- Bu markanın ürünlerini tercih etmenizin nedenleri nelerdir?
- Aldığınız ürünleri hangi amaçlarla kullanacaksınız?
- Telefon operatörünün sunduğu hizmetlerde olumsuz olarak değerlendirdiğiniz yönler nelerdir?
- Halkla İlişkiler alanında okumanın size ne tür avantajlar sağlayacağını düşünüyorsunuz?

- Tarih kitapları okumanın ne tür faydaları vardır?
- Toplumun gelişmesi için neler yapılmalı?
- Sizce bulaşıcı hastalıkla nasıl mücadele ettik?
- Size göre iletişim nedir?

Açık uçlu sorulara birbirinden çok farklı, onlarca yanıt verilebilir.

Bazı çalışmalarda açık uçlu sorular gereklidir. Bir pazarlama araştırmacısı, ürünün muhtemel kullanım alanları hakkında tüketicilere açık uçlu soru sorabilir:

Bu ürünü nerelerde kullanabileceğinizi düşünüyorsunuz?

Bu ürünün beğendiğiniz özellikleri nelerdir?

Zaman zaman çok uygun bir açık uçlu soruyla başlayan iletişim, kişisel fikrin erken devreye sokulmasıyla doğmadan ölebilir. Şu örnekte olduğu gibi:

Müdür: "Bazı öğrencilerin okula geç kalmaları konusunda ne düşünüyorsunuz?"

Öğretmen: “Bana kalırsa, ilk önce geç kalan öğrencilerin velileri ile toplantı yapalım. Velilere bu konuda bilgi verip görüşlerini alalım. Öğrencilerin geç kalma nedenlerini öğrenelim."

Müdür: “Bence biz ilk önce geç kalan öğrencilere uyarı verelim daha uygun olur.”

Örneklerden de anlaşılacağı gibi açık uçlu sorular, hiçbir ön yargı olmaksızın karşımızdakine belirli bir konuyla ilgili düşünce veya duygularının sorulmasıdır. Bu türden sorularla karşıdakine düşünme, anlatma ve uygun yerden başlama fırsatı tanınmış olur.

Görsel 2.21: Karşıdakine düşünme, anlatma ve uygun yerden başlama fırsatı tanıma.

Anlamanın temel aşaması, karşımızdaki kişinin ne düşündüğünü, nasıl hissettiğini kavrayabilmektir. Bu bakımdan, açık uçlu sorulara verilecek yanıtın sabırla, merakla ve söz konusu olayla ilgili kişisel fikrin bir kenara bırakılarak dinlenmesi son derece önemlidir (Görsel 2.21). Açık uçlu sorulara verilen yanıtlar daha fazla bilgi içerdiğinden öğrenmek istenilen konu veya durum hakkında daha iyi fikir verir.

- **İletişimde açık uçlu sorular;**
- Önceden bilinmeyen konular hakkında bilgi toplamak amacıyla yararlanılabilecek en iyi sorulardır.
- Karşımızdakinin düşüncelerini net olarak öğrenmek için kullanılabilir.
- İletişim esnasında gözden kaçan noktaların ifade edilmesine imkân verir.
- Gündelik iletişimin temel ögeleridir.

- İnsanların rutin davranışları hakkında bilgi vermeleri istendiğinde de kullanılabilir. Örneğin;

"Günde kaç saat internet kullanıyorsunuz?" şeklinde.

- Bilgiye ihtiyaç duyulduğu durumlara da uygundur.

"Hangi okulda okuyorsun?"

"Arabanızın markası nedir?" gibi.

- Merak edilen konunun daha etraflıca anlaşılmasını sağlar.
- Yanıtlayıcıya esneklik sağladığı için zaman, planlama ve kullanımı açısından sorun yaratabilir.

Açık uçlu sorularda uygun soruların seçilmemesi konuyla doğrudan ilgili olmayan görüş ve bilgilerin dile getirilmesine yol açabilir.

Görüldüğü gibi, açık uçlu sorular amaca uygun bilgiler sağlamada kimi üstünlüklere sahip olmakla birlikte gündelik iletişim açısından bazı sorun ya da güçlükleri de beraberinde getirmektedir.

2.4.1.2. Kapalı Bilgi Alma Soruları

İki yanıtlı sorulardır. Mesajı verenin, soru karşısında genellikle tepkileri, sorunun ya kabulü ya da reddiyle sınırlandırılmıştır. **Evet-hayır, doğru-yanlış, katılıyorum-katılmıyorum** şeklinde yanıt olanağı olan sorulardır. Bir bilginin doğrulanması veya belirli sonuçlar arasından seçim yapılması amacı ile sorulurlar. İletişimde kapalı uçlu sorular zaman kazandırır; merakın, bilgi açığının hızlıca giderilmesini sağlar. Ancak soruyla birlikte seçeneklerin sunulması iletişim bakımından sınırlayıcı etkiler de yaratır. Bu tür sorular ile çok sınırlı bilgi alınabilir. Karşımızdaki kişi ile sohbet etmek istiyorsak kapalı uçlu sorular işe yaramaz.

- Kapalı uçlu sorular şu iki durumda işe yarar;
- Konuşan iki kişinin de acelesi varsa,
- Soru sorduğunuz kişiyi iyi tanıyorsanız.

Kapalı uçlu sorular, yanıtları seçenekler şeklinde kendisiyle birlikte sunulan sorulardır. İletişim esnasında bu türden sorularla karşımızdakinin duygu ve düşüncelerini bir veya birkaç kelime ile ortaya koymasını isteriz.

- **Evet-Hayır Sorularına Örnekler**

Arkadaşlarını seviyor musun?
_____Evet.
_____Hayır.

Okula gidecek misin?
_____Evet.
_____Hayır.

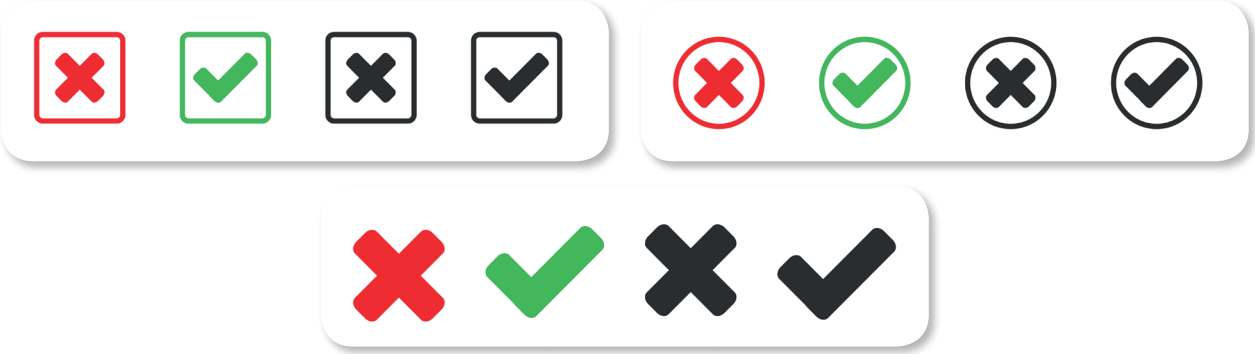
Başın mı ağrıyor?
_____Evet.
_____Hayır.

Disiplin cezalarının haklılığına inanıyor musunuz?
_____Evet.
_____Hayır.

Sürücü ehliyetiniz var mı?
_____Evet.
_____Hayır.

En az bir sosyal medya hesabında aktif üyeliğiniz var mı?
_____Evet.
_____Hayır.

Evet-Hayır soruları doğrudan bilgi alma amacıyla sorulan sorulardır. Evet ya da hayır yanıtı verildikten sonra konuşma biter. Eğer konu hakkında daha fazla bilgi almak istiyorsak yeni sorular sormamız gerekir (Görsel 2.22).



Görsel 2.22: Evet hayır soruları

2.4.1.3. Kapalı Uçlu Soru Türleri

• Sıralı Seçenekli Kapalı Uçlu Sorular

Sıralı seçenekli kapalı uçlu sorular, daha özel niteliklidir. Açık uçlu sorular gibi ayrıntılı ve derin düşünmeye zorlamadığından yanıtlaması kolaydır.

"Okulda spor salonu olması gerekli."

1. Kesinlikle Katılmıyorum.

2. Kısmen Katılmıyorum.

3. Kararsızım.

4. Kısmen Katılıyorum.

5. Kesinlikle Katılıyorum.

"Yaşınız kaç?"

1. 15'den aşağı **2.** 16 – 30 **3.** 31 – 45 **4.** 46 – 60 **5.** 60'tan yukarı

• Sırasız Seçenekli Kapalı Uçlu Sorular

Bu tür kapalı uçlu sorularda yanıt seçenekleri bulunmamakla birlikte, bu seçenekler süreklilik arz etmez. Birbirinden farklı kavramlardan birini seçmeleri istenir. Soruları yanıtlayan kişi her bir seçeneği değerlendirmeli ve durumunu en iyi yansıtanı seçmelidir.

Aşağıdakilerden hangisi yaşadığınız yeri en yakın şekilde açıklamaktadır?

1. Köy 2. Kasaba 3. Şehir

Kapalı Uçlu Soru Örnekleri

Soru örneklerini şu şekilde sıralayabiliriz:

"Soru 1: Soysal medyada zaman kaybetmek günlük yaşamınızı etkiliyor mu?"

( ) Evet, etkiliyor.

( ) Hayır, etkilemiyor.

"Soru 2: (Yanıt "EVET' ise) Nasıl etkilemektedir?"

( ) Çalışma düzenini etkiliyor.

( ) Uyku düzenini etkiliyor.

( ) Gezme düzenini etkiliyor.

( ) Gazete, kitap okumayı etkiliyor.

1. soru ile 2. soru birleştirilerek tek bir soru biçiminde şöyle düzenlenebilir:

"Soysal medyada zaman kaybetmek, günlük yaşantınızı etkiliyorsa nasıl etkilemektedir?"

( ) Hayır, etkilemiyor.

( ) Çalışma düzenini etkiliyor.

( ) Uyku düzenini etkiliyor.

( ) Gezme düzenini etkiliyor.

( ) Gazete, kitap okumayı etkiliyor.

Yukarıdaki açık uçlu soru şu şekilde kapalı uçlu soru durumuna getirilebilir.

Soru: "Size göre iletişim nedir?"

( ) İnsanlar arasında anlaşmadır.

( ) İnsanlar arasında bir ilişkidir.

( ) Yaşamın kendisidir.

( ) Toplumsal yaşamın bir gereğidir.

ETKİNLİK

1. Doğru soru sormanın ve doğru yanıt vermenin kişisel gelişiminize ve iletişiminize katkılarını anlatan bir kompozisyon yazınız.
2. Yazdığınız kompozisyonu sınıfta okuyarak arkadaşlarınızla paylaşınız.

2.4.2. Doğru Yanıt Verme

İnsanlar kendilerine sorulan sorulara genellikle kısa ya da uzun yanıtlar verme eğilimindedir. Yeterli, açık ve samimi yanıtlar etkili iletişim açısından büyük avantajlar sağlar. Doğru yanıt vermeme, kısa yanıt verme ve geçiştirme ise yeni sorulara yol açar ve iletişim engeli oluşturur. Sorulan soruya gereğinden uzun ve detaylı

yanıt vermek de sorun yaratır. Uzun yanıtlar, diğer insanların sıkılmasına ve iletişimin tek yanlı olmasına yol açar. Çünkü sağlıklı iletişim monolog değil, diyalogdur. O halde ne yapmalıyız? Soruların yapısına göre yanıt vermeliyiz. İletişime açık olduğumuzu belirten destek ifadeleri kullanmalıyız:

"Sizi doğru anlıyor muyum?", “Başka nedenler de var mı?" ya da "Peki sonra ne oldu? " gibi

Her zaman yanıtlanması kolay sorularla karşılaşmayız.

- **Günlük yaşantımızda sadece yanıtlanması kolay sorularla karşılaşmayız.**
- Uzun, karmakarışık ve kafamızı karıştıran,
- Yeri ve zamanı uygun olmayan,
- Maksatlı veya ön yargılı,
- Uzmanlık bilgisi gerektiren,
- Bir başkasına sorulması gereken sorularla karşı karşıya kalabiliriz.

Karşımızdaki kişinin niyeti iyiyse, soruyu tekrar ettirmek veya anlaşılmayan noktayla ilgili tekrar soru sormak yararlı olur. Böylece ne öğrenmek istediğini saptar ve yanıtımızı buna göre veririz.

Her sorulan soruya yanıt veremeyebiliriz.

2.4.3 Hayır Diyebilmek

Görsel 2.23: Hayır diyebilmek.

Neden hayır diyemeyiz? Her şeye "Evet. “dersek, insanların bizi onaylayıp beğeneceğini; bir şeye itiraz edersek dışlanacağımızı ve önemsenmeyeceğimizi düşünürüz. Bazen de sevdiğimiz, değer verdiğimiz insanları kırmamak için "Evet.", "Peki.", “Tamam.” sözcüklerini kullanırız.

İnsanlar onaylanmak ve beğenilmek isterler ve bu son derece doğaldır. "Evet" demek, diğer bir deyişle olumlayıcı ve onaylayıcı yaklaşım, bizi başkalarıyla iş birliği yapmaya, dayanışmaya yöneltir. Şüphesiz, olumlu düşünme, onaylama, iş birliği ve dayanışma çok güzel duygulardır. Ancak bazen her şeye evet demek, bazı ilkelerimizden ödün vermeye, kendimizle çelişkiye düşmeye, öz saygımızı ve özgüvenimizi yitirmemize yol açabilir. Hayır diyememek, zamanla dikkate alınmama, karşımızdakini gücendirmemek için doğruları söyleyememe, hatır için ilkelerimizden vazgeçmekle sonuçlanabilir (Görsel 2.23).

Bazen "Hayır” demenin bedeli ağır olabilir. Sevdiğiniz

birini ya da işinizi kaybedebilirsiniz. Bu nedenle hem kendi hak ve ihtiyaçlarımızı hem de karşımızdakinin hak ve ihtiyaçlarını dikkate alarak hayır diyebilmek, iletişim ustalığının göstergesidir. Peki, ne zaman **"Hayır."**, ne zaman **"Evet."** demeliyiz?

İlkelerimiz, yaşam felsefemiz ve değerlerimiz evet ve hayır'larımızda belirleyici olmalıdır. Örneğin en sevdiğiniz arkadaşınız bile olsa teklif ya da öneri değerlerinizle çelişiyorsa, ahlaki ilkelerinizle uyuşmuyorsa, zihinsel ve duygusal bütünlüğünüz açısından risk oluşturuyorsa yanıtınız "Hayır." olmalıdır. "Hayır." diyebilmek önemlidir. Çocuklara küçük yaştan itibaren temel değerler ve ilkeler, ihtiyaçlar ve öncelikler çerçevesinde **"Evet."** ya da **"Hayır."** demeliyiz ve bunu onlara öğretmeliyiz. Peki, "Hayır." demenin etkili iletişim becerisine uygun düşen yolu ne olmalıdır?

Bu konuda da sandviç yönteminden yararlanabilir. Hayır'ınızı 3'e bölebilirsiniz:

- **Size iletilen talebi kendi sözcüklerinizle ifade edin. (Sandviçin alt kısmı)**
- Tatile çıkacağın için kuşunu bana bırakmak istiyorsun.
- Sınava çalışmanda yardım etmemi istiyorsun.

Böylece karşıdaki kişiyi dinlediğinizi ve sizden ne istediğini belirtmiş olursunuz.

- **Kabul etmediğinizi ve nedenini belirtin. (Sandviçe lezzet katan katık)**
- Biliyorsun, evcil havanlara karşı alerjim var rahatsız oluyorum.
- Bütün hafta çok yorulduğum için bugün dinlenmeye ihtiyacım var.
- **Reddinizin karşınızdaki açısından hazmedilmesini sağlayacak bir şeyler söyleyin. (Sandviçin üst kısmı)**
- Kuşunu kendi evinde bırakırsan yemi ve suyu ile ilgilenirim.
- Başka bir sınavında yardımcı olurum.

Sürekli başkalarının isteklerini yerine getirmekle sağlıklı ve etkin bir iletişim kurulmaz. Ayrıca hep karşıdakinin isteklerini yerine getirip kendi ihtiyaçlarınızı ihmal etmişseniz "Hayır." demeniz bencillik değil, akıllılık olur.

Doğru bulmadığınız, ilkelerinize ters düşen bir davranışı reddetmeniz dürüst ve huzurlu bir yaşamı seçtiğinizi gösterir. Bencil, özgeci davranmayan, emek ve duygu sömürüsü yapan kişilere "Hayır." demekle ruhsal bütünlüğünüzü korumuş olursunuz.

Hayır diyebilmek, kendi hayatınızın iplerini elinize almak demektir.

UYGULAMA FAALİYETİ 2.4.1

SORULARA ŞEMA ÇİZME VE ÖRNEK VİDEO- METİN ÇALIŞMASI

1. İletişimde kullanılan soru tiplerini bir şema çizerek gösteriniz.

- Soru tiplerine örnekler yazınız.
- Çalışmanızı sınıfa getirerek arkadaşlarınızla paylaşınız.
- Çizilen şema ve yazılan örnek sorular üzerinde beğeni oylaması yapınız.
- En çok oy alan çizimi sınıf panonuzda yayınlayınız.

2. Örnek videolar, metinler, anketler ya da röportajlar bularak sınıfa getiriniz.
   - Bu örneklerde soruları ve sorulara verilen yanıtları inceleyiniz. İncelemeniz bittikten sonra sınıfta örnekler üzerine tartışma ve bilgi paylaşımı yapınız.

3. Çevrenizde düzenlenecek bir konferans ya da panele giderek izleyicilerin katılımcılara soru sorma şekillerini gözlemleyiniz.
   - Katılımcıların sorulan sorulara nasıl yanıtlar verdiklerine dikkat ediniz. Sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

UYGULAMA FAALİYETİ 2.4.2

TEST HAZIRLAMA

- İçinde 5 tane kapalı bilgi alma sorusu, 5 tane de açık bilgi alma sorusu olan 10 soruluk bir test hazırlayınız.
- Hazırladığınız test sorularını sınıfta en az beş arkadaşınıza uygulayınız.
- Testte yer alan soruları ve verilen yanıtları arkadaşlarınızla değerlendiriniz.

UYGULAMA FAALİYETİ 2.4.3

MÜNAZARA ÇALIŞMASI

- **Sınıfınızda bir münazara konusu belirleyerek gruplara ayrılınız. Soru sorma tekniklerini kullanarak sorular hazırlayınız.**

1

İşlem Basamakları

- Amaca uygun soru türlerini seçerek hazırlayınız.

Öneriler

- Münazara için gereken sınıf ortamını arkadaşlarınız ve öğretmeniniz yardımıyla hazırlayınız. Disiplinli ve araştırmacı olunuz. Münazaranın video çekimi için arkadaşlarınızla iş birliği yapınız.

2

İşlem Basamakları

- Amaca uygun soru sorunuz.

Öneriler

- Etkin dinlemenin ve ikna etmenin adımlarını düşününüz ve uygulayınız. Hoşgörülü olunuz. Sözlü ifadelerin yanı sıra sözsüz ifadelere de dikkat ediniz.

3

İşlem Basamakları

- Soruların yapısına uygun yanıt veriniz.

Öneriler

- Doğru yanıt verebilmek için soru yanıtlama taktiklerini düşününüz. Etkili iletişim kurunuz. Münazaranın sonunda çekilen görüntüleri arkadaşlarınız ve öğretmeninizle birlikte etkileşimli tahtada seyrediniz. Tespitlerinizi yorumlayınız.

UYGULAMA FAALİYETİ 2.4.4

MÜNAZARA DEĞERLENDİRME TABLOSU

MÜNAZARA KONUSU:

MÜNAZARA TARİHİ:

MÜNAZARA SÜRESİ: 40 DAKİKA

Sıra No	Değerlendirme Kriteri	Puan	Aldığı puan	Düşünceler
1	Amaca uygun soru türlerini seçme	20		
2	Amaca uygun soru sorma	15		
3	Etkin dinlemenin ve ikna etme	15		
4	Zamanı iyi kullanma	15		
5	Sözlü ve sözsüz ifade kullanma	15		
6	Soruların yapısına uygun yanıt verme	10		
7	Etkili iletişim	10		

- Tartışma gruplarını ve savunacakları görüşü belirledikten sonra etkinlik, aşağıdaki belirtilen kurallara göre yapılacak ve yukarıda belirtilen kriterlere göre değerlendirilecektir.

Kurallar:

1. Konuşmalar net ve anlaşılır aynı zamanda etkileyici ve inandırıcı olmalıdır.
2. Ses iyi ayarlanmalı, konu dışına çıkılmamalı.
3. Taraflar birbirini çok iyi dinlemeli, eksik ve hatalı noktaları not alarak ona göre eleştirmeli.
4. Görüşlerini destekleyici görsel, sayısal, örneklerden yararlanılmalı.
5. Zaman iyi değerlendirilmeli.
6. Kelime ve kavramlar doğru kullanılmalı.
7. Beden dili iyi ve etkili kullanılmalı.
8. Münazarada önemli olan ‘Doğru’yu bulmak değildir. Grupların düşüncelerini nasıl savunduğu ve karşı tarafı nasıl etkilediğidir.
9. Süre bitince gruplar yerinde beklerken puanlama yapılır ve kazanan grubun iyi olduğu yanlarını kaybedenin ise zayıf olduğu noktaları belirterek sonuçlandırılır.
10. Sonuç ne olursa olsun gruplar olgunlukla karşılamalıdır.

SIRA SİZDE

KUSUR ARAMAK

Hindistan'da 'Renklerin Ustası' anlamına gelen Ranga Guru adında bir ressam varmış. Bu ünlü ressamın bir öğrencisi eğitimini tamamlamış, son resmini yapıp hocası Ranga Guru'ya götürmüş ve resmini değerlendirmesini istemiş.

Ranga Guru resme bakmış ve şöyle demiş: "Sen artık büyük bir ressamsın. Resmini halk değerlendirsin. Bu resmi al, şehrin kalabalık bir meydanına as. Yanına da bir kırmızı kalem ile şu yazıyı bırak: "Lütfen beğenmediğiniz yerlere çarpı koyunuz."

Öğrenci söyleneni yapmış ve birkaç gün sonra resme bakmaya gittiğinde görmüş ki, emeğini ve yüreğini ortaya koyarak yaptığı tablo, kırmızı çarpılarla doldurulmuş. Öğrenci buna çok üzülmüş. Tabloyu almış ve hocasına götürmüş.

Ranga Guru, öğrencisine üzülmemesini söylemiş ve aynı resmi yeniden yapıp yanına da yağlı boya ve fırça ile birlikte şu yazıyı bırakmasını söylemiş:

"Lütfen beğenmediğiniz yerleri düzeltiniz."

Öğrenci birkaç gün sonra gidip bakmış, tabloya kimse dokunmamış. Bu duruma çok sevinerek durumu hocasına anlatmış. Ranga Guru şöyle demiş: "Sen ilk seferde belki de hayatında hiç resim yapamayan insanlara fırsat verdin ve acımasız eleştiriler ile karşılaştın. Bu duruma çok üzüldün. İkinci sefer ise hataların düzeltilmesini istedin. Oysa kimse konuyu düzeltmeye cesaret edemedi.

Çarpı koymak, beğenmemek, karalamak, kolaydır. İnsanoğlu başkalarında kusur aramada pek aceleci ve pek acımasızdır…"

Eleştirmek kolaydır oysa bir sanat eseri üretebilmek kolay mıdır?

ÖLÇME DEĞERLENDİRME 2.4

A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise (D) yanlış ise (Y) yazınız.

1. (____) Evet-Hayır soruları bilgi alabilmek için sorulur.

2. (____) Dün okula neden gelmedin? Soru cümlesi açık bilgi alma soru çeşidine girer?

3. (____) Yemeğini yedin mi? soru cümlesi açık uçlu bilgi alma sorusudur?

4. (____) Soru sorma önemli bir mesaj iletme becerisidir.

5. (____) Etkili sorular zaman kaybettirir.

6. (____) "Bilgi" soruları genellikle açık uçlu sorulardır.

7. (____) Her zaman yanıtlanması kolay sorularla karşılaşırız.

8. (____) Her sorulan soruya cevap verebiliriz.

B) Aşağıda verilen cümlelerde yer alan boşlukları uygun kavramlarla doldurunuz.

1. Anlamlı soru sormak anlamlı _____ vermekten çok daha zordur.
2. _____ demekle ruhsal bütünlüğünüzü korumuş olursunuz.

C) Aşağıda verilen soruların doğru yanıtını işaretleyiniz.

1. **Aşağıdakilerden hangisi açık uçlu sorulardan biridir?**

   A) Dün okula neden gelmedin?
   B) İşlerini yaptın mı?
   C) Arkadaşına yardım ettin mi?
   D) Yemeğini yedin mi?
   E) Okula gittin mi?

2. **Aşağıdakilerden hangisi evet hayır sorularının cevabı olamaz?**

   A) Ödevini teslim ettin mi?
   B) Ailene bilgi verdin mi?
   C) Arkadaşlarını seviyor musun?
   D) Bu yemek hakkında ne düşünüyorsunuz?
   E) Yarın gelecek misin?

3. **"Okul kuralları ile ilgili düşüncelerini alabilir miyim?" cümlesi hangi tür soru çeşidine girer?**

   A) Evet-hayır soruları
   B) Sıralı bilgi alma soruları
   C) Kapalı bilgi alma soruları
   D) Açık bilgi alma soruları
   E) Sırasız bilgi alma soruları

4. **_____diyebilmek, kendi hayatımızın iplerini elimize almak demektir. Aşağıdakilerden hangisi boşluğa en uygun kelimedir?**

   A) Evet
   B) Hayır
   C) Belki
   D) Tamam
   E) Neden

5. **Toplantı saat kaçta? Soru cümlesi hangi tür soru çeşidine girer?**

   A) Evet-Hayır soruları
   B) Kapalı bilgi alma soruları
   C) Açık bilgi alma soruları
   D) Test soruları
   E) Doğru-Yanlış soruları

2.5. İLETİŞİM ENGELLERİ

HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. İletişim engeli ne demektir? Araştırınız.
2. Aile bireyleriyle, arkadaşlarınızla, öğretmenlerinizle iletişim sorunu yaşıyor musunuz, bu sorunları aşmak için neler yapıyorsunuz? Deneyimlerinizi yazınız.

İletişim engelleri, bir mesajın verilmesini ve alınmasını olumsuz yönde etkileyen tüm faktörlerdir.

Kişilerin iletişim sürecinde aktarmak istedikleri bilgi, düşünce ve duygularını tam olarak aktaramadıkları zaman kimi engeller ortaya çıkmaktadır. Örneğin, kaynak ve alıcının birbirleri hakkındaki olumsuz düşünceleri mesajın doğru anlaşılmasının önünde engeldir.

Mesajın doğru anlaşılmasını engelleyen başka faktörlerde vardır. Bunların bazıları; tutarsız ve isteksiz olma, güvensizlik, yetersiz dinleme, aşırı bilgi yükleme, dili doğru ve yerinde kullanmama; statü, yaş ve cinsiyet uyuşmazlıkları ve gürültü gibi çevresel faktörlerdir. İletişim engellerinden bazıları bizzat insan psikolojisinden, bireysel inanç, değer, tutum ve davranışlarından kaynaklanır.

Tıpkı bir aracın sürücüsünün yolda kendinden başka araç yokmuş gibi davranmasının trafik kazasına yol açması gibi bir kimsenin karşısındakini nasıl etkilediğini düşünmeden kendi bildiği yönde, her istediğini söylemesi de iletişim kazalarına sebep olur. İnsan ilişkileriyle ilgili bu kazaların sonucunda da sorunlar çıkmaktadır. İletişim kazaları, trafik kazalarında olduğu gibi, bu kazaların sebepleri bilindiği ölçüde azaltılabilir [2.4].

İletişim konusunda bilgi edinen birey hem kendini hem de çevresindekileri daha iyi anlar ve değerlendirir. Kendi öz değerlendirmesini yapabilen kimse, iletişimin ve dolayısıyla toplumsal ilişkilerin temel süreçlerini anlar ve muhtemel iletişim kazalarını önleyebilir.

İletişim sürecini olumsuz yönde etkileyen etmenler, temelde alıcı ile kaynak arasındaki farklılıklarla ilgilidir. Bu farklılıklardan kaynaklanan engeller dört başlık altında toplanabilir.

- İnsanların iletişime olan ihtiyaçlarının farkında olmamaları,
- İnsanların iletişimin ne olduğunu ve önemini yeterince kavrayamamaları,
- İletişimin nasıl kurulacağının ve etkin iletişim yöntemlerinin bilinmemesi,
- İletişim için gerekli yetenek ve becerilerin kazanılmamış olması,

Etkin ve sağlıklı bir iletişim kurulmasını etkileyen birçok engel bulunmaktadır. Bunları; fiziksel ve teknik engeller, mesajla ilgili engeller, sosyal kültürel engeller, psikolojik ve zihinsel engeller şeklinde sınıflandırmak mümkündür.

Fiziksel Ve Teknik Engeller: İletişim kanalları ve kanalları etkileyen çevresel koşullar fiziksel ve teknik engeller olarak adlandırılmaktadır.

Mesajla İlgili Engeller: Mesajın kendisi iletişim sürecinin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Eksik, özensiz, zamanlaması uygun olmayan, konuyu etraflıca dile getirmeyen ve yeterince iyi sunulmayan mesaj olumlu bir şekilde algılanmaz.

Sosyo-Kültürel Engeller: Kişiler iletişim sırasında sosyal çevrelerinden ve kültürel bağlarından etkilenirler. Toplumsal statü yanında doğuştan gelen ve sosyalleşme sürecinde kazanılan rollerle iletişimde bulunurlar. Statü farklılıkları, toplumsal roller ve kültürel farklılıklar mesajların doğru iletilmesi/alınması yolunda birer iletişim engeline dönüşebilir.

Psikolojik Ve Zihinsel Engeller: İletişim sürecine katılan bireylerin kendi kişisel özelliklerinden kaynaklanan engellerdir.

Bu bölümde psikolojik ve zihinsel engeller ayrıntılı olarak işlenecektir.

2.5.1 Psikolojik ve Zihinsel Engeller

Kaba Davranma: Kaba üslup ve davranışlar insanlar arasında hiç hoş karşılanmaz. Konuşmalarında ve davranışlarında kibar olmayan insanlarla kimse iletişim kurmak istemez. Dolayısıyla kabalık, daha iletişimin başlangıç aşamasında bir iletişim engeli olarak karşımıza çıkar.

Görsel 2.24: Yargılama-Damgalama

Alay Etme: İnsanları hafife almak, onlarla dalga geçmek hiç kimsenin onaylamadığı ve sevmediği bir tutumdur. Alay etme, etkili iletişimin en önemli unsuru olan insana değer verme ile taban tabana zıt bir durumdur. İnsanı değersiz hissettiren alay vb. davranışlar mesajın aktarımını imkânsız hale getiren birer iletişim engelidir.

Damgalama: İnsanların duygu ve düşünceleriyle ilgili genellemeler yapmak, çeşitli sözcüklerle onları etiketlemek iletişim sürecini olumsuz yönde etkiler. Ön yargılara ve dilsel kalıplara dayanan damgalama ve etiketlemeler etkili iletişimin önünde ciddi birer engeldir (Görsel 2.24).

Yargılama: Herhangi bir durumdan ötürü birisini suçlamak, etkili iletişim sürecini olumsuz etkileyen bir unsurdur. İnsanlar genellikle eleştirmekten hoşlansalar da eleştirilmekten hoşlanmazlar. Bu nedenle, karşıdaki insanı suçlamadan, yargılamadan onunla empatik iletişim kurarak sorunun çözümüne odaklanılmalıdır.

Espri, Şaka, Gülümseme: Bunlar yerinde ve zamanında yapılırsa insanların hoşuna giden davranışlardır. Etkili iletişim ortamı yaratmanın araçları olabilecek şaka ve gülümseme gibi davranışlar insanlarda olumsuz algılara yol açarsa birer iletişim engeline dönüşür.

Görsel 2.25: Tehdit etme

Hor Görme, Küçümseme: Alçak gönüllülük, tevazu ve hoşgörü insanlar arası iletişimin vazgeçilmez unsurlarıdır. Bu duyguların yaşanmadığı ve yansıtılmadığı ortamlarda sağlıklı bir iletişimi başlatmak veya sürdürmek mümkün değildir.

Azarlama Ve Tehdit Etme: Azarlama, tehdit ve parmak sallama gibi davranışlar iletişimde çatışma durumuna işaret eder. Bu davranışlar karşıdaki kişiyi savunmacı bir tutuma sevk edeceğinden mesaj iletimini olumsuz etkiler. Nitelikli ve etkili bir iletişim için bağırma, azarlama ve tehdit gibi davranışlardan kaçınılmalıdır (Görsel 2.25).

İletişim Korkusu: Başka kişi ya da kişilerle iletişim kurmaktan kaynaklanan, ortam ve duruma göre şekillenen korkulardır. İletişim sürecini olumsuz etkileyen korkular anlık gelişmeler karşısında kendini göstermektedir. İletişim korkusunu tetikleyenler unsurlar arasında, sinirli tepkiler, yalnızlık duygusu, dışlanma hissi, yanlış şeyler söyleme kaygısı, alaya alınma ya da başkalarına aptal gibi görünme endişesi sayılabilir [2.14].

İnsanın çevresindekilerle iletişime geçmesini engelleyen korkular:

- Yeni deneyimlerden ve yeni tanışılan insanlardan korkmak
- Yanlış bir şeyler söylemekten çekinmek
- Alaya alınmaktan korkmak
- Başkasının gözünde küçük görünmekten korkmak
- Duyguları ifade etmekten ya da duyguları kontrol edememekten korkmak

Duyarsızlık: Duyarsızlık, kişinin diğer insanların duygusal, sosyal yaşamlarına, sevinç ve üzüntülerine ilgi duymaması; ilgisiz, kayıtsız kalması demektir. Duyarsızlık bir iletişim engeli olmasından öte insani değerler ve toplumsal etkileşim açısından da ahlaki olmayan bir tutumdur (Görsel 2.26).

Görsel 2.26: Duyarsızlık

Lakap Takma: Şakalaşmak ya da küçümsemek amacıyla yapılan ancak sonuçları çoğunlukla yıkıcı olan bir davranıştır. Bir insana duygularını rencide edecek, küçük düşürecek veya alay konusu olacak tarzda lakap takmak ve lakapla hitap etmek doğru olmaz. Kişinin aşağılanma, dışlanma, yok sayılma, kullanılma gibi duyguları yoğun bir biçimde yaşamasına neden olur ve dolayısıyla iletişim sorunlarına yol açar.

Kararsızlık: İnsanın ikilem yaşadığı anlarda hissettiği bir duygudur. İletişim engeli olarak kararsızlık; bilgisizlik, güvensizlik, gelecek korkusu, bedel ödeme korkusu, sorumluluk almaktan kaçınma gibi duygulardan kaynaklanabilir. Çevre baskısı, iyi niyetten kaynaklanan "Hayır." diyememe ya da çocukluktan gelen kimi olumsuz öğrenmeler kararsızlığın nedenleri arasında sayılabilir.

Alınganlık: İnsanların toplumsal etkileşimde sıkça yaşadığı duygulardan olan alınganlık, etkili iletişim sürecini olumsuz engelleyen bir unsurdur. Alınganlık, karşıdaki kişilere kuşkuculuk ve özgüven eksikliği gibi mesajların iletilmesine sebep olur ve bu yönüyle psikolojik bir iletişim engelidir.

Benmerkezcilik: Başkalarının varlığını, duygu ve düşüncelerini ve çıkarlarını göz ardı ederek kendini her şeyin merkezine koyma tutumudur. Yetişkinlerde bu durum önemli bir iletişim sorunu oluşturur. Çünkü benmerkezci olan kişi her konuda kendisini öne çıkarmak ister, durmaksızın kendinden söz eder, ötekilerden daha önemli olduğuna inanır ve sürekli takdir görmek ister.

2.5.2. Etkili İletişim Engelleri

Etkili iletişimin ilk ve en önemli koşulu sıcak ve samimi bir iletişim ortamıdır. Bu ortamın yani etkili ve öğrenmeyi destekleyici bir iletişim ikliminin oluşmasını sınırlayan bazı engeller söz konusudur (Görsel 2.27). Bazıları ilk bakışta engel gibi değerlendirilemeyecek olan **bu iletişim engelleri** [2.15]:

- Emir vermek, yönetmek, yönlendirmek
- Uyarmak, tehdit etmek

- Ahlak dersi vermek
- Öğüt vermek, çözüm veya öneriler sunmak
- Mantıklı düşünceler önermek, tartışmak
- Yargılamak, eleştirmek, suçlamak
- Ad takmak, etiketlemek
- Analiz etmek, teşhis etmek
- Övmek, görüşüne katılmak
- Güven vermek, desteklemek, teselli etmek
- İncelemek, araştırmak, sorgulamak
- Konuyu değiştirmek, alaycı olmak, şakacı davranmak (Görsel: 2.27)

Görsel 2.27: İletişim engeli

Bu maddelerde yer alan ve çoğu ilk bakışta olumlu görünen tutum ve davranışların neden iletişim engeli olarak tanımlandığını açıklamak istersek bunların olumsuz duygu durumlarına yol açan, verimli iletişimi engelleyen, sorunların çözümünde gerekli olan iki yönlü iletişimi, iş birliğini ortadan kaldıran davranışlar olduğunu görürüz.

Emir Vermek, Yönetmek ve Yönlendirmek

İnsanlar emir almaktan, yönetilmekten ve sürekli yönlendirilmekten hoşlanmazlar. İyi bir iletişimcinin karşı tarafın kendini kötü ve değersiz hissetmesine yol açacak ifadelerden kaçınması gerekir. Konuşmacının emir vermesi karşısındaki kişide üzüntü, direnme veya cezalandırılma korkusuna yol açacaktır.

- Emir vermek, yönetmek ve yönlendirmek:
  - "Projeler zamanında teslim edilmezse gereğini yapacağım!"
  - "Madem bu işi başarabileceğini düşünüyorsun, ispatla bakalım! Bu gece bir çalışma programı hazırla ve yarın bana getir."

Uyarmak, Tehdit Etmek

Mesajlar, emir verme, yönetme ve yönlendirme ile çok benzerdir ancak söz dinlenmediğinde oluşacak sonuçlar da eklenmektedir. Kişilerden itaat ve boyun eğme talep edilir. Kişilerin ihtiyaç ve isteklerine saygı duyulmaz.

  - "Önemli ve öncelikli olan bu işin tamamlanması, sizin şu anda ne istediğinizin bir önemi yok."

- Korku ve endişeye yol açacak mesajlar etkili iletişimin önünde engeldir:
  - "Eğer kendine çeki düzen vermezsen güvenimi/dostluğumu kaybedeceksin."
- Uyarı ve tehditler tepki uyandırır, ya hiç davranış değişikliğine yol açmaz ya da olumsuz sonuçlar doğurur:
  - "Elinden geleni ardına koyma!"

Ahlâk Dersi Vermek

Bu türden mesajlar alıcıya görev veya sorumluluk yükler.

- Ders veriyormuşçasına konuşmak suçluluk duygusuna neden olur.

- "Doğru olan, tüm bildiklerini bütün ayrıntılarıyla yetkililere anlatmandır."

- Ahlak dersi vermek:
  - "Kendini ve aileni utandıracak şeyler yapmamalısın."

Öğüt vermek, Çözüm veya Öneriler Sunmak

Eğer insanlara içinde bulundukları koşulları değerlendirip, empati kurmadan öğüt verilir veya öneride bulunulursa, normal koşullarda olumlu etkileri olması beklenen davranışlar birer iletişim engeline dönüşür:

- "Senin için en iyisinin ne olduğunu biliyorum."
- "Ne kadar haklı olduğumu göreceksin."

Mantıklı Düşünceler Önermek, Tartışmak

Örneğin, sınıf ortamında mantıklı düşünceler önermek, tartışmak makul uygulamalar olsa da, öğrenciler tarafından pek olumlu karşılanmaz.

- Öğrenciler, yetişkinler gibi hatalı olduklarını kabul etmezler.
  - "Ben haklıyım siz hatalısınız ve bunu kanıtlayacağım."

Yargılamak, Eleştirmek, Suçlamak

Yargılamak, insanların duygu, düşünce ve davranışlarını eleştirmek hatta bunlardan ötürü insanları suçlamak iletişimin önünde ciddi engeldir. Çünkü bu ifadeler insanların kendilerini yetersiz, değersiz ve kötü hissetmelerine neden olur.

- Negatif değerlendirmeler, tarafların birbirlerinin olumsuz yanlarını görmelerine yol açar. Bu da iletişim ve iş birliği olanaklarını azaltır:
  - "Sen önce kendine bak!"
  - "Herkes bildiği gibi yapsın, bu benim kararım ve kötü de olsa sonuçlarına katlanacağım."
  - "Her koyun kendi bacağından asılır."
- Ayrıca çok fazla negatif yoruma ve eleştiriye maruz kalan, alay edilen insanlar iletişimden kaçınırlar, özgüvenleri yıkılır ve verimlilikleri düşer.

Ad Takmak, Etiketlemek

İsim takmak, etiketlemek birer negatif değerlendirme ve eleştiri şeklidir ve dolayısıyla kişinin kendisi hakkındaki düşüncesini olumsuz yönde etkiler. Bu tür mesajlara verilen tepkiler, kendilerine söylenenin bir benzerini karşıya iade etmektir:

- "Siz de çok sertsiniz."
- "Ben bebek değilim."

Analiz Etmek, Teşhis Etmek

Bu tür mesajlarda muhatabın söz veya davranışının sebebi ortaya konulmaya çalışılır.

- "Bunu sadece dikkat çekmek için yapıyorsun."

- Yapılan analizin doğru olması bunu bir iletişim engeli olmaktan çıkarmaz. Söz konusu davranışın asıl sebebi dikkat çekmek ise bu davranışı sergileyen kişi kendisini utanmış hisseder. Eğer analiz yanlış ise analize ve teşhise konu olan kişi yanlış yere suçlanmaktan dolayı kızgınlık duyar.

- Bu “Nedenini biliyorum.” ve “Senin gerçek niyetini, maksadını okuyabiliyorum.” mesajları genellikle iletişim isteğini yok eder.

Övmek, Görüşüne Katılmak

Genel kanının aksine övgü, her zaman etkili ve faydalı bir iletişim aracı değildir. İnsanlar kişilik durumlarına uymayan övgüleri kolayca fark ederler. Böyle övgü ifadeleri, görüşüne katılma cümleleri ile gerçek kanaatlerin gizlendiğini düşünürler ve idare edildikleri hissine kapılırlar.

  - “Sırf ben üzülmeyeyim diye öyle söylüyorsunuz.”

- Gereksiz övgü ifadelerinin kullanılması bazen de gereksiz beklentilere de yol açabilir:
  - “Çizimim hakkında iyi bir şey söylemediniz, demek ki beğenmediniz.”
- Çok fazla övgü alanlar, övgüye bağımlı hale gelebilirler, hatta övülmeyi talep edebilirler:
  - “Nasıl ama güzel olmuş değil mi?”

Güven Vermek, Desteklemek, Teselli Etmek

Güven, kişinin öğrenmeye veya bir işi yapmaya motive edilmesinde, teselli ise bazı sorunlarla başa çıkmada olumlu yaklaşımlar olarak değerlendirilebilir. Ancak, yersiz güven vermek, desteklemek doğru bir iletişime engel teşkil eder.

- Bazen güvence verme ve teselli etme gerçeklik duygusunun bütünüyle kaybına yol açabilir. Söylenenin gerçek olmadığının, hiçbir şeyin değişmeyeceğinin bilindiği durumlarda güven duygusu kaybolur. Güven kaybı iletişimde hiç istenmeyen bir sonuçtur.
  - “Her şey düzelecek. Yarın bunlar hiç yaşanmamış gibi hissedeceksin.”

İncelemek, Araştırmak, Sorgulamak

Soru, öğrenmenin olduğu gibi iletişimin de anahtarıdır. Merak ise çoğu zaman iletişimi başlatan, olumlu ve teşvik edici bir duygudur. Ancak, sık veya yersiz soru sorma; karşıdaki kişinin bilinmesini istemediği konuları merak etme, inceleme, araştırma, sorgulama iletişim sorunlarına yol açar.

- Özel yaşamla ilgili sorular sormak doğru değildir:
  - “Paralarını nerede değerlendiriyorsun?”
- İnsanları sorgulamak eksikliklerini ortaya çıkarmak olumlu karşılanmaz:
  - “Ne kadar çalıştın, sadece bir saat mi?”
- Sorulara soru ile cevap vermek de bir iletişim engelidir:
  - “Amacın ne, ne öğrenmek istiyorsun?”

Konuyu Değiştirmek, Alaycı Olmak, Şakacı Davranmak

Her insan saygı duyulmak, dinlenmek ve anlaşılmak ister. İletişim esnasında taraflardan biri görüşlerini aktarırken konunun değiştirilmesi, şakacı veya alaycı bir tutum takınılması o kişinin kendisinin önemsenmediği hissine kapılmasına yol açar. Böyle bir durumla karşılaşan kişi duygu ve düşüncelerine saygı duyulmadığını düşünür ve iletişimden kaçınır. İnsanlar özellikle kendileri ve sorunları hakkında konuşmak İstedikleri zaman ciddi ve gayretli olurlar. Konuyu değiştirme, dikkatsiz dinleme, espri yapma onların ve konunun ciddiyetine uygun düşmez ve iletişimi olumsuz yönde etkiler [2.15].

İnsanlar güvensizlik duyduklarında, psikolojik gereksinimleri karşılanmadığında, kendilerini değersiz, gergin ve yalnız hissettiklerinde iletişim ve iş birliği istekleri kalmaz; bu insanların motivasyonları ve verimlilikleri düşer. Bu yüzden etkili bir iletişim için insanlarla dolaysız ve içtenlikle konuşmak, kibar bir üslup ve tutum benimsemek, göz teması kurmak, soru sormak ve geribildirimde bulunmak çok önemlidir.

2.5.3. İletişim Engellerini Aşma Yöntemleri

- İletişim engellerini ortadan kaldırmak için bireylerin ya da örgütlerin bazı yöntemleri uygulamaları gerekmektedir. Bunlar;
  - Kaynak, sözlü mesajları alıcının anlayabileceği şekilde kullanmalı,

Görsel 2.28: Engelsiz yaşam

- Kaynağın gönderdiği mesajlar, yalnız sözlü olmamalı, aynı zamanda çizim, resim, yazı gibi semboller şeklinde de olmalı,
- Kaynağın gönderdiği mesajlar, alıcının ilgisini çekecek şekilde olmalı,
- Mesaj, alıcıyı etkileyecek bir kanalla gönderilmeli,
- İletişim çevresi iletişime elverişli olmalı,
- Mesajın anlaşılıp anlaşılmadığı geri bildirimle kontrol edilmelidir (Görsel 2.28).

Bu maddeler dışında İletişim engellerini açmak için;

1. Sorunu tanımlamak,
2. Olası çözümler üretmek,
3. Çözümleri değerlendirmek,
4. Karar vermek,
5. Kararın nasıl uygulanacağını belirlemek,
6. Çözümün başarısını değerlendirmek gerekmektedir.

UYGULAMA FAALİYETİ 2.5.1

İLETİŞİM ENGELLERİ AFİŞ VE PANO ÇALIŞMASI

1

Mantıklı Düşünceler Önermek

- "Haklısın. Haklısın da burada öyle gözüküyor ki insanlara fazla yüz vermişsin."
- "Bence onlara danışmakla hata ediyorsun."
- "Sorumluluğu aldığına göre katlanacaksın."
- "Şimdi sen onları memnun etmek istiyorsun."

2

Ahlak Dersi Verme

- "Bence, elemanlarla fazla haşır neşir olmamalısın."
- "Yöneticilikte şikâyet olmaz."
- “Bak, ilk önce herkesi topla. Onları bu konuda aydınlat. Hepsinden isteklerini içeren bir liste al. Sonra, bu listeleri incele. Daha sonra ... "

3

Nasihat Etmek, Çözüm Sunmak

- "Ben olsam öyle değil, böyle yapardım. Sen de denesene ... "
- "Bak sana şöyle bir yol önereyim."
- "Benim de başıma böyle bir şey gelmişti. Bak ne yaptığımı sana anlatayım.”

4

Yargılama, Suçlama, Eleştirme

- "Sen de amma çabuk pes ediyorsun.”
- "Kabahat sende kardeşim. Adamları işin içine ne katarsın ki!"
- "Sen zaten oldum olası fazla uzlaşmacısındır... "

5

5. Yorumlama, Analiz, Teşhis

- "Bak arkadaşım, senin derdin ne biliyor musun? Herkes seni sevsin diye çok fazla çabalıyorsun."
- "Aslında bu anlattığın olay, elemanların ekip çalışmasına pek yatkın olmadıklarını gösteriyor."
- "Onlara niye bu kadar kızıyorsun?"

1. **Size verilen iletişim engeli örneklerini olumlu cümleler olarak tekrar yazınız.**
2. **Yazdığınız bu cümlelerin karşısına başka bir arkadaşınız da iletişim engeli olmayan başka bir cümle yazmaya çalışsın.**
3. **İletişim engeli olmayan cümlelerinizi seçerek sınıfta paylaşınız.**
4. **İletişim engeli olmayan cümlelerden afiş ve panolar hazırlayınız.**

UYGULAMA FAALİYETİ 2.5.2

İLETİŞİM ENGELİ

A

Bence, çocukların tatil planlarının yeniden gözden geçirilmesine gerek yok.

Bence yok.

Onlar da insan ama.

İşin gücün her zaman çocuklarda bir sorun aramak.

Asıl sen edersin. Bazen fazla üstüme geliyorsun.

Tamam. Konu kapanmıştır. Tatil planı değişmeyecek.

B

Bence var.

Bence, biz bu çocuklara fazla ödün veriyoruz.

Bırak şimdi onu, kız neden derslerini boşladı bir anlayabilsem.

Sen de her şeye itiraz edersin zaten.

Kampa iki haftadan uzun gitmesinler.

Peki, kız dersleri niye böyle boşladı?

1. **Bu diyalogdaki iletişim engeli nasıl giderilir? İletişim engellerini aşma yollarındaki basamakları dikkate alarak bir çalışma yapınız.**
2. **Size verilen diyaloğa benzer kısa örnekler hazırlayınız.**
3. **Hazırladığınız kısa diyalog örneklerini sınıf ya da okul panonuzda sergileyiniz.**

SIRA SİZDE

İLETİŞİMSİZLİĞİN SESLERİ

- "Ben konuşurken, sürekli önündeki kâğıtları karıştırıyor."
- "Ben konuşurken, odanın içinde bir aşağı bir yukarı volta atıp duruyor."
- "Ne zaman bir şey söylesem, suratını buruşturuyor". "Ben konuşurken, gözlerini öyle dikip bakıyor. Ölü balık gözleri gibi. Beni dinliyor mu, hatta duyuyor mu, emin olamıyorum."
- "Ben bir düşüncemi dile getirdikten sonra, öyle ilgisiz bir laf ediyor ki, beni hiç dinlemediğini; boşu boşuna nefes tükettiğimi hissediyorum."
- "Söylediğim her şeyi sorguluyor. Her defasında soruşturmadan çıkmış gibi hissediyorum."
- "İlle de onun dediği olacaksa ne diye benimle konuşur anlamıyorum."
- "Ne zaman onunkinden farklı bir şey söylersem çileden çıkıyor."
- "Gel de bir daha ki sefere konuş... "
- "Söylediğim veya sorduğum her şeye başka bir soruyla yanıt veriyor."
- "Hep onu dinleyeyim istiyor." "Sanki adam sağır; söylediğim her şey duvara çarpıp dönüyor."
- "Ne zaman bir iş için başka bir şekilde yapılırsa daha fazla verim alınabileceğini söylesem, üstüne alınıyor. Ondan sonra da seni dinlemesi ne mümkün."
- "Ben onu anlıyorum, o da beni. Ancak, çözüme gelindiğinde ille de onun söylediği olsun istiyor."
- "Zahmet edip de bir fikrimi dahi sormuyor. Kendi bildiğini okuyor."

DEĞERLİ OLMA DUYGUSU

İnsanın kendini değerli hissedebilmesi ruh sağlığı için şarttır. Ne güzeldir insana " Ben değerliyim, ben işe yarıyorum, ben önemliyim." duygusunun egemen olması. Kendi değerini derinden hisseden İnsan derin bir özgüvene sahip olmaktadır.

Taş yontmakta olan üç işçiye ayrı ayrı sorarlar:

- Ne yapıyorsun?

ve işçiler cevap verirler:

1. İşçi: "Taş yontuyorum."

2. işçi: "Duvar örüyoruz."

3. işçi: "Bir katedral inşa ediyoruz."

ÖLÇME DEĞERLENDİRME 2.5

A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise (D) yanlış ise (Y) yazınız.

1. (____) Güven vermek, desteklemek, teselli etmek etkili iletişim engelidir.
2. (____) İncelemek, araştırmak, sorgulamak etkili iletişim engelidir.
3. (____) Konuyu değiştirmek, alaycı olmak, şakacı davranmak etkili iletişim engelidir.

B) Aşağıda verilen cümlelerde yer alan boşlukları uygun kavramlarla doldurunuz.

1. _____ _____, bir mesajın verilmesini ve alınmasını olumsuz yönde etkileyen tüm faktörlerdir.
2. _____ ilk ve en önemli koşulu sıcak ve samimi bir iletişim ortamıdır.
3. _____ tanımlamak iletişim engellerini aşma yolunda ilk sırada yer alır.

C) Aşağıda verilen soruların doğru yanıtını işaretleyiniz.

1. **Etkin ve sağlıklı bir iletişim kurulmasını etkileyen birçok engel bulunmaktadır. Aşağıdakilerden hangisi bunlardan <u>değildir</u>?**

   A) Fiziksel ve teknik engeller
   B) Mesajla ilgili engeller
   C) Sosyo-kültürel engeller
   D) Psikolojik ve zihinsel engeller
   E) Örgütsel engeller

2. **Aşağıdakilerden hangisi psikolojik ve zihinsel engeller arasında <u>yer almaz</u>?**

   A) Saygı duymak
   B) Kaba davranma
   C) Alay etme
   D) Damgalama
   E) Yargılama

3. **Aşağıdakilerden hangisi psikolojik ve zihinsel engeller arasında <u>yer almaz</u>?**

   A) Küçümseme
   B) Espri şaka
   C) Azarlama
   D) Dinleme
   E) Duyarsızlık

4. **Aşağıdakilerden hangisi psikolojik ve zihinsel engeller arasında <u>yer almaz</u>?**

   A) Lakap takma
   B) Hoşgörü
   C) Alınganlık
   D) Karasızlık
   E) Damgalama

5. **Aşağıdakilerden hangisi etkili iletişim engelleri arasında yer almaz?**

A) Emir vermek, yönetmek, yönlendirmek.
B) Uyarmak, tehdit etmek.
C) Ahlak dersi vermek.
D) Öğüt vermek, çözüm veya öneriler sunmak.
E) Saygı duymak.

6. **Aşağıdakilerden hangisi etkili iletişim engelleri arasında yer almaz?**

A) Yargılamak, eleştirmek, suçlamak.
B) Empati kurmak.
C) Ad takmak, etiketlemek.
D) Analiz etmek, teşhis etmek.
E) Övmek, görüşüne katılmak.

7. **Aşağıdakilerden hangisi insanın çevresindekilerle iletişime geçmesini engelleyen korkular arasında yer alır?**

A) Yeni deneyimlerden ve yeni tanışılan insanlardan korkmak.
B) Yanlış bir şeyler söylemekten çekinmek.
C) Alaya alınma korkusu.
D) Başkasının gözünde küçük görünmekten korkmak.
E) Hepsi.

8. **Aşağıdakilerden hangisi öğretmenden kaynaklanan iletişim engelleri arasında yer almaz?**

A) Öğrenci ile ilgili yeterli bilgiye sahip olmaması.
B) Alan bilgisinin yetersiz olması.
C) Eğitime önem vermemesi.
D) Derse hazırlıksız katılması.
E) Geleneksel anlatım yapması.

9. **İletişim engellerinin giderilmesi için yapılması gerekenler nelerdir?**

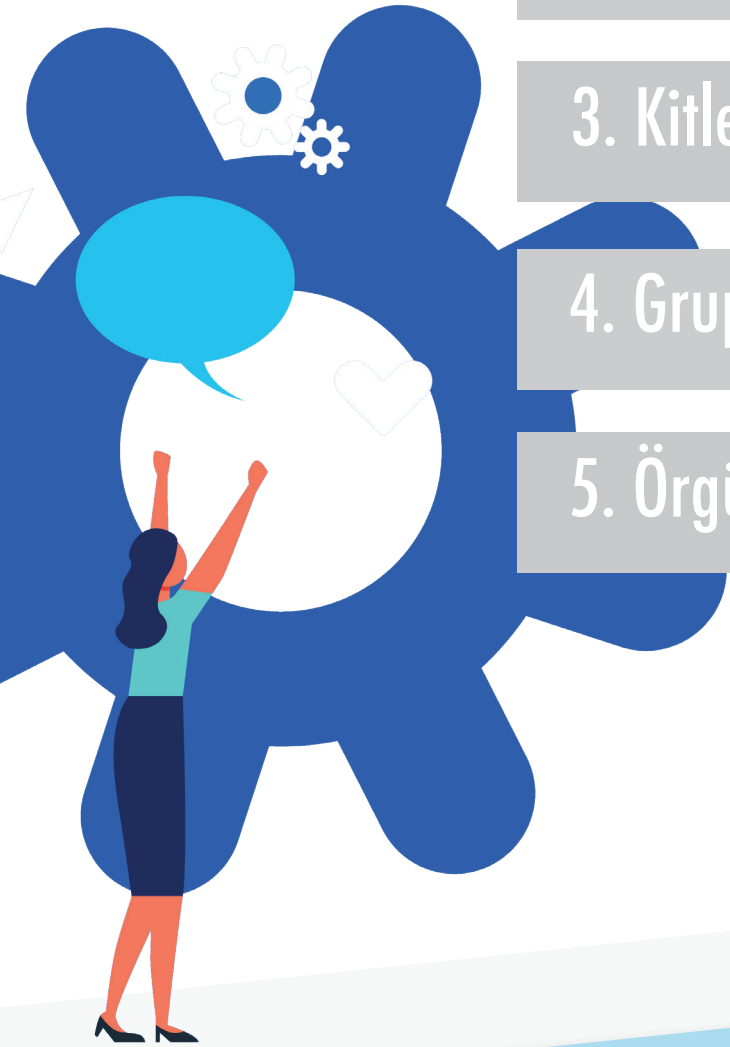
A) Çözümleri değerlendirmek.
B) Karar vermek.
C) Kararın nasıl uygulanacağını belirlemek.
D) Çözümün başarısını değerlendirmek.
E) Hepsi.

ÖĞRENME BİRİMİ
İLETİŞİM YÖNTEMLERİ

3

KONULAR

1. İçsel İletişim
2. Kişiler Arası İletişim
3. Kitle İletişimi
4. Grup İletişimi
5. Örgüt İletişimi



Bu öğrenme biriminde,

Kişinin kendisi ile iletişimini, kişiler arası iletişimini; kitle iletişim araçlarının etkilerini ve özelliklerini; grup iletişimini geliştirme yollarını; örgütün özellikleri, yapısı ve önemini; işlevleri ve amaçlarını öğreneceksiniz.

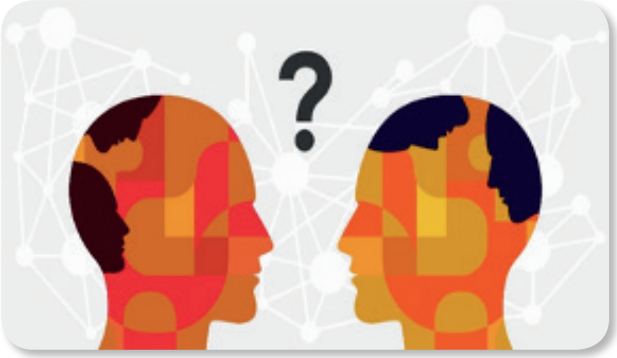
3.1. İÇSEL İLETİŞİM

HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. En son ne zaman kendinizle iletişim kurdunuz?
2. Sizce birey kendini tanımak için neler yapmalıdır?
3. Kendinizi yeterince tanıdığınızı düşünüyor musunuz?

3.1.1. Tanımı

İnsan dünyaya geldiği andan itibaren başta kendisi ve çevresi ile sürekli iletişim halindedir. Birey önce kendini arayıp, bulup anlamlandırmanın arayışındadır. Birey başkasıyla nasıl iletişim kuruyorsa, kendisi ile de aynı şekilde iletişim kurmaya ihtiyaç duyar. İçsel iletişim, kişinin kendisiyle iletişimidir.



Görsel 3.1: Bireyin iç iletişimi

Yani bireyin düşünsel, duygusal yönden kendine dönük yaptığı bir arayıştır. Bu arayışta iç gözlem yaparak kendine sorular sorup yanıtlar bulma çabasıdır [3.1]. Bir başka tanımı ise İnsanın kendi içinde ve kendisiyle kurduğu iletişim, içsel iletişim olarak isimlendirilmektedir. Burada kişinin "kendini tanıması" esastır [3.2].

İçsel iletişimin, "planlı" ve "plansız" içsel iletişim olarak iki farklı türü vardır. Planlı içsel iletişim, kişinin çevresi ve dış dünya ile yaptığı ya da yapacağı iletişimle ilgili olarak yeniden yaşaması, değerlendirmesi, yorumlaması, düzenlemesidir. Örneğin, toplantıda yapılacak konuşma öncesi hazırlık gibi. Plansız içsel iletişim ise; anında gelişen olaylar, durumlar karşısında bireyin takındığı tutum ve davranışın düşünce olarak yansımasıdır. Örneğin, aniden ve planlanmamış bir durum karşısında içsel iletişim devreye girer ve anlamaya çalışırız [3.3].

İçsel iletişim, bireyin düşünme yapısına, duygularına ve isteklerine dönük sürekli sorular sorup cevaplarını bulmaya çalıştığı psikolojik bir süreçtir. Dolaysıyla bireyin kişiliği ve içinde bulunduğu ortamlardan dolayı birçok etmen içsel iletişimi etkiler (Görsel 3.1).

Bu etmenlerden bazıları şunlardır;

- Dış çevreyle iletişim,
- Entelektüel düzey,
- Toplumsal ortam,
- Kişilik özellikleri,
- Gelecek kaygısı [3.4].

Bunlarla birlikte stres, bilişim teknolojilerindeki hızlı değişim ve bireyin yalnızlığını içsel iletişimin önemli engelleri olarak ifade edebiliriz. Günümüz insanı içsel iletişim sürecine zaman ayıramayacak kadar yoğundur. Belki de bireyin kendi ile iletişim kuramamasının önündeki en büyük engel budur.

Görsel 3.2: Ben kimim?

Birey hayatında yaşayacağı problemlere karşı hazırlıklı olmalıdır. Onun için kendini sürekli yenilemeli, sorunlarının üstesinden gelebileceğine inanmalıdır. Kendini kavramasıyla başlayan süreç, ihtiyaçlarını, değer ve tutumlarını, sahip olduğu yeterlilikleri ve eksiklikleri görmesini kısacası "kim" olduğunu anlamasını sağlayacaktır. Oluşturacağı düşünsel ve ruhsal yolculuk ile hayaller kuracak ve bu hayalleri gerçekleştirmeye çalışacaktır (Görsel 3.2).

3.1.2. Benlik Kavramı

Birey dış dünyayı algıladığı andan itibaren deneyimleriyle onu anlamaya çalışarak benliğini oluşturmaya başlar. Birey, kendi düşünceleri kadar "benliği" hakkında başkalarının ne düşündüğüyle de ilgilenir.

Görsel 3.3: Doğru kararlar için çözüm

Benlik bireye iç gözlem yaptırırken kişinin birtakım değerlendirmeler yapmasını sağlar. Bunların sonucunda benliğin kişisel davranışları denetleyici ve düzenleyici bir rolü olduğunu söyleyebiliriz. Benlik, bireyin kendini nasıl gördüğü ve nasıl görmek istediğiyle ilgilidir. Kendi kişiliğimize ilişkin algımız olan benlik, kişiliğimizin bize görünen öznel halidir.

Benlik diğer insanlarla ilişki kurmayı sağlar. Başka bir deyişle, kişiyi diğer insanlarla etkileşim içine sokarak hayatta kalmasını sağlar. Benliğimiz, içinde bulunduğumuz dünyayı, insanları ve kendimizi nasıl gördüğümüzü ve algıladığımızı belirlemede önemli rol oynar (Görsel 3.3). Algımızla birlikte duygu, düşünce ve davranışlarımızı etkiler.

İnsan kişiliği ile ilgili iki benlik çeşidi vardır, bunlar; gerçek benlik (öz benlik) ve ideal benlik (benlik tasarımı). Gerçek benlik, bireyin 'kim olduğu' ve 'yeterlilikleri' ile ilgiliyken; ideal benlik bireyin 'değerleri' ve 'hayatta ne istediği' ile ilgilidir. Gerçek benlik, kişilerin gerçekten kendilerini nasıl algıladıklarını ifade eder [3.5].

İdeal benlik ise bir kimsenin çeşitli özelliklere ne derecede sahip olduğu konusunda kendini değerlendirmesidir. Benlik konusu ilk kez psikolojide çok boyutlu olarak William James (1890) tarafından tartışmaya açılmıştır.

"Psikolojinin Prensipleri" adlı eserinin "Benliğin Bilinci" başlıklı bölümünde benlik araştırmalarının kavramsal temelini atmakla beraber, insan davranışını anlamak için benliğin çok önemli olduğunu da vurgulamıştır [3.6]. Kendimizi gözlemlediğimiz kadar başkalarının da bizi nasıl gözlemlediği benliğin oluşumunda belirleyicidir(Şekil 3.1).

Şekil 3.1.: Benlik için kendimize sorduğumuz sorular

Bireyin etnik kökeni, cinsiyeti, çevresel koşulları benlik oluşumda rol oynar. Benlik, bireyin sahip olduğu özellikleri (yetenekleri, değerleri, hedeflerini, umutları, beklentileri) ile kişiliğimizi oluşturan temel yapı taşlarından oluştuğu için karışık bir kavramdır.

3.1.2.1. Benlik Saygısı

Kendini tanıyan bireyin sahip olduğu yetenek ve gücü olduğu gibi benimseyip kabul etmesine benlik saygısı denir. İngilizcede "self-esteem" (selfestim) olup dilimizde "özsaygı" ya da "benlik saygısı" olarak ifade edilir [3.5].

Kendiniz hakkında genel olarak olumlu bir tutuma sahip misiniz yoksa gurur duyacak fazla bir özelliğe sahip olmadığınızı mı düşünüyorsunuz? Peki, ne kadar yetenekli, başarılı ve değerli olduğunuzu düşünüyorsunuz? Bu sorulara verdiği cevaplar kişinin benlik saygısı hakkında bize bilgiler verir [3.6]. Benlik saygısı bireyin kendisine karşı duymuş olduğu sevgi, saygı ve güven duygularını ifade eder.

Benlik saygısının gerçekleşmesi ve gelişimi, bireyin öncelikle kendini değerli olarak görmesiyle başlar. Yetenekleri, başarıları ve içinde bulunduğu toplumsal çevre tarafından kabul edilmesi önemli etkenlerdendir.

Görsel 3.4: Yüksek benlik saygısı

Gelişim psikolojisinde yapılan çalışmalar benlik saygısı için anne-baba ilgisinin çok önemli olduğunu ortaya koymuştur. İlgi gören, sevilen ve güven içinde büyüyen çocuklarda benlik saygısı gelişirken tersi durumda benlik saygısı gelişmemektedir. Yapılan çalışmalarla farklı kültürel yapılar içinde benlik saygısının farklı biçimlerde geliştiği tespit edilmiştir.

Benlik saygısı kişinin kendisini genel olarak ne kadar olumlu bir şekilde değerlendirdiğinin ölçütüdür. Aslında benlik saygısı da bir çeşit motivasyondur. Yüksek benlik saygısına sahip kişiler kendileri hakkında olumlu görüşlere sahiptir, yani genellikle yetenekli, alımlı ve sempatik olduklarını düşünürler (Görsel 3.4). Daha az benlik saygısına sahip kişilerin ise tam tersine kendilerini yeteneksiz, albenisiz ve itici olarak tanımladıklarını düşünebiliriz.

Benlik saygısı, bireyin amaçlarına ulaşması yolunda özellikle kendini denetlemesi ve kontrol etmesi bakımından önemlidir.

ETKİNLİK

- Kendinizi tanımanızı sağlayacak sorular hazırlayarak önce kendiniz bu soruları yanıtlayınız. Sınıfta arkadaşlarınıza sorarak verecekleri yanıtları değerlendiriniz.

3.1.3. Kendini Tanıma

Bireyin kendini tanıması kendini gerçekleştirmesinin ve gerçek anlamda var olmasının ilk ve en önemli adımıdır. Bu adımdan sonra yapılan tercihler ve alınan kararlar sağlıklı olacaktır. Aynı zamanda bireyin kendini tanıması, kendini ve çevresini tanımasına, problemlerini çözmesine, kendine uygun seçimler yapmasına ve kararlar verebilmesine yardımcı olur [3.7].

Kendini tanımayı başarabilen bireyler, diğer bireyleri tanıyabilme ve anlayabilme becerisine sahip olabilmektedir. Kendini tanıyan birey sınırlarının ve sahip olduğu yeterliliklerinin bilincindedir. Aynı zamanda güçlü ve zayıf yanlarının da farkındadır.

İhtiyaçlar insan hayatını belirleyen önemli konulardan biridir. Birey bu çerçevede birtakım tanımlamalar yapar. İhtiyaçların insan psikolojisi üzerindeki etkilerini Amerikalı psikolog Abraham Maslow (1943) "İhtiyaçlar Hiyerarşisi Piramidi" ile vurgulamaya çalışmıştır. Maslow'a göre, insanlar yaşamlarını sürdürebilmeleri için öncelikli olarak yeme, içme, uyuma gibi fiziki ihtiyaçlarını (temel ihtiyaçlar) karşılama eğilimi göstermektedirler. Bu ihtiyaçların karşılanmasının ardından güvenlik ihtiyacı (iş, aile, sağlık, mülkiyet), ait olma ve sevgi ihtiyacı (arkadaşlık, aile), değerler ihtiyacı (kendine saygı, başarı, güven, başkalarına saygı) ve kendini gerçekleştirme (erdem, yaratıcılık, problem çözme, önyargısız olma) gibi gelişme ihtiyaçlarını karşılamaya yönelmektedirler.

Şekil 3.2: Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi piramidi

Kendini tanıyan birey içsel bir süreci başlatır. Bunu yaparken kendi dışındaki gelişmelerin de farkındadır. Dış dünyayı nasıl etkilediğinin farkında olduğu gibi dış dünyadan nasıl etkilendiğinin de farkındadır. Doğru kararlar almak, doğru yerde ve doğru tepkiler verebilmemiz için kendimizi doğru tanımamız gerekmektedir.

Bizler sürekli kendimizi tanımaya dönük bir çabanın içerisindeyiz ve bu çaba hayatımızın sonuna kadar devam etmektedir. Okuduklarımız, dinlediklerimiz ve gözlemlerimiz bu uğraşın bir sonucudur.

UYGULAMA FAALİYETİ 3.1.1

1. **Ailenizden aldığınız bilgilerle ve öğrendiklerinizle çocukluk yıllarınızı anlatan bir sunum hazırlayınız.**

Sunum hazırlarken aşağıdaki uyarıları dikkate alınız:

- Sunumdaki bilgiler doğru ve güncel olmalı.
- Sunumda yazı, resim, video, fotoğraf vb. mutlaka bir görsel materyal kullanılmalıdır.
- Sunumda Türkçe doğru kullanılmalı, dinleyicilerle göz teması kurulmalı, beden dili ve ses tonu doğru kullanılmalı
- Sunum süresi 10 dakikadır.
- Sunumun değerlendirmesinde aşağıdaki puanlama anahtarı kullanılacaktır.

	4 puan	3 puan	2 puan	1 puan
İçerik	Sunulan bilgiler doğru ve konu ile ilgili tüm kapsamı içermektedir.	Sunulan bilgiler doğru ancak kapsam yeterli derecede yansıtılmamıştır.	Sunulan bilgilerde kısmen yanlışlıklar vardır.	Sunulan bilgilerde önemli ölçüde yanlışlıklar vardır.
Materyal	Sunum dört farklı materyal ile desteklenmiştir.	Sunum üç farklı materyal ile desteklenmiştir.	Sunum iki farklı materyal ile desteklenmiştir.	Sunum sadece yazılı materyalden oluşmaktadır.
Sunum Becerisi	Akıcı dil kullanıldı, göz teması kuruldu, ses tonu ve beden dili doğru kullanıldı.	Belirtilen özelliklerden üçü yerine getirildi.	Belirtilen özelliklerden ikisi yerine getirildi.	Belirtilen özelliklerden biri yerine getirildi.
Zaman Yönetimi	Verilen süre içinde sunuyu tamamladı.	Verilen süreye +/- 2 dakika uymadı.	Verilen süreye +/- 3 dakika uymadı.	Verilen süreye +/- 4 dakika uymadı.

SIRA SİZDE

Bulmacadaki kelimelerin üzerini çizince boşta kalan harfleri birleştiriniz. Avusturalyalı ünlü yazar John C. Maxwell'in sözünü bulacaksınız.

B	D	Ü	Z	E	N	L	İ	L	İ	K	İ	R	L	G	İ	G	Ç
D	D	E	B	R	H		E	R	İ	H	M	A	L	Ö	Ş	E	E
İ	B	Y	A	T	E	M	B	E	L	L	İ	K	D	R	E	N	V
S	A	V	Ş	K	O	N	T	R	O	L	E	T	M	E	K	A	R
İ	K	Z	A	G	Ö	N	E	M	S	E	M	E	K	V	E	Ç	E
P	I	E	R	Ö	Z	D	E	N	E	T	İ	M		B	B	İ	B
L	M	L	I		R	D	Ü	Z	E	N	L	İ	L	İ	K	G	İ
İ	S	Y	A	R	D	I	M	L	A	Ş	M	A	S	L		Ü	L
N	I	O	R		T	E	M	İ	Z	L	İ	K	U	İ	M	V	İ
	Z	L	D	A	Y	A	N	I	Ş	M	A		U	N	L	E	N
U	K	Y	E	T	E	R	S	İ	Z	L	İ	K		C	H	N	C
A		R	İ	D	İ	K	K	A	T	S	İ	Z	L	İ	K	Ç	İ

Güven	Dikkatsizlik	Dayanışma	Görev Bilinci
Düzenlilik	Başarı	İhmal	Bakımsız
Temizlik	Yardımlaşma	Kontrol Etmek	Tembellik
Yetersizlik	Önemsemek	Disiplin	Özdenetim

ÖLÇME DEĞERLENDİRME 3.1

A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise (D) yanlış ise (Y) yazınız.

1. (____) Olumlu benlik saygısına sahip kişiler daha iyimser ve daha güvende hissederler.
2. (____) Düşük benlik saygısına sahip kişiler kaygılı, öz güvensiz ve karamsar değildirler.
3. (____) Benlik saygısı yüksek bireyler kendi hakkında olumlu düşüncelere sahiptir.
4. (____) Kişi kendini tanıdığı oranda dış dünyayı tanır.
5. (____) İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramına göre en temel ihtiyaç saygıdır.
6. (____) Bireyin kendini tanıması ile doğru kararlar alması arasında bir ilişki yoktur.

B) Aşağıda verilen cümlelerde yer alan boşlukları uygun kavramlarla doldurunuz.

1. İçsel iletişimin _____ ve _____ içsel iletişim olarak iki farklı türü var.
2. _____, bireyin kendisini tanıması, kendi kabiliyet ve güçlerini olduğu gibi kabul etmesi ve benimsemesi olarak tanımlanmaktadır.
3. Gerçek benlik birey _____ ve _____ ile ilgilidir.
4. İhtiyaçlar Hiyerarşisi kuramı _____'a aittir.

C) Aşağıda verilen soruların doğru yanıtını işaretleyiniz.

1. **Aşağıdakilerden hangisi içsel iletişim için söylenebilir?**

   A) Gerçekleşmesi için en az iki kişi gereklidir.
   B) Geribildirim unsuru geç işler.
   C) Kişinin kendisiyle iletişimidir.
   D) Beden dili belirleyici bir öneme sahiptir.
   E) Kurumsal ve örgütlüdür.

2. **Aşağıdakilerden hangisi içsel iletişimi etkileyen durumlardan birisi değildir?**

   A) Kişilik Özellikleri
   B) Entelektüel Düzey
   C) Toplumsal Ortam
   D) Gelecek Kaygısı
   E) Ülkenin Gelişmişlik Düzeyi

3. **'Bireyin değerleri' ve 'hayatta ne istediği' ile ilgili olan benlik aşağıdakilerden hangisidir?**

A) İdeal Benlik
B) Gerçek Benlik
C) Benlik Saygısı
D) Kendini Tanıma
E) Benlik Gelişimi

4. **Aşağıdakilerden hangisi benlik saygısı için söylenemez?**

A) İngilizce 'de 'self-esteem' şeklinde ifade edilir.
B) Bireyin kendisine karşı duyduğu sevgi, saygı ve güvendir.
C) Anne ve babanın ilgisi olumlu yönde etkiler.
D) Kültürel farklılıklar benlik saygısını etkilemez.
E) Benliğin duygusal yanıdır.

5. **Aşağıdakilerden hangisi kendini tanıyan bireyin özelliklerinden birisi değildir?**

A) Problemlerini çözebilir.
B) Başkalarına karşı önyargılıdır.
C) Gerçekçi seçimler yapar.
D) Sağlıklı benlik saygısı gelişir.
E) Mesleki kararlarını doğru şekilde verir.

3.2. KİŞİLER ARASI İLETİŞİM

HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

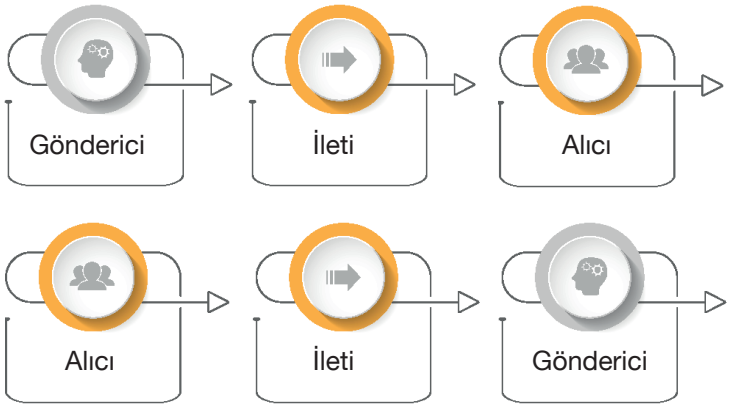
1. Yaşadığınız çevrede insanlarla hangi sıklıkta ve neden iletişim kurduğunuzu düşününüz. Sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.
2. Çevrenizde birbiriyle konuşan insanları gözlemleyiniz. Yüz ve beden hareketlerini nasıl kullandıklarını izleyiniz. Not alıp sınıfınızla paylaşınız.

İçsel iletişim süreci için bir başkasına ihtiyaç yoktur. Ama kişiler arası iletişim sürecinin başlaması için en az iki kişiye ihtiyaç vardır. Kişiler arası iletişimin birinci koşulu bireyin içsel iletişimi gerçekleştirme yeterliliğine sahip olmasıdır. Kişiler arası iletişim kişiden geçerek başka insanlarla ilişkiyi gerçekleştirmektir. Dolayısıyla kişiler hem içsel iletişimi hem de kişiler arası iletişimi aynı anda gerçekleştirir

Görsel 3.5: İki kişi arasındaki iletişim

Kişiler arası iletişim, kaynağın ve hedefin bireylerden oluştuğu ve birbirleriyle anlamların paylaşıldığı, anlamların üretildiği, yorumlandığı bir iletişim biçimidir. Kişiler arası iletişim en az iki ve daha fazla insanın birbirini fark ettiği, iletişim halinde olduğu ve yüz yüze gerçekleşen bir iletişim biçimidir (Görsel 3.5). Bu iletişim biçimi kendiliğinden gerçekleşir ve iletişim halinde olanlar sürekli geribildirim alırlar [3.10].

Bu iletişim sürecinde geribildirim yönünden gönderici ve alıcı sürekli yer değiştireceklerdir (Şekil 3.3).



Şekil 3.3: Kişiler arası iletişimin temel unsurları [3.4].

Kişiler arası iletişim genellikle aynı fiziksel ortamda gerçekleşir. Öte yandan bu iletişim biçiminin gerçekleşmesi için bireylerin mutlaka bir arada olmaları yani aynı mekânı paylaşmaları gerekmez [3.4].

Tubbs ve Moss (1974), bir iletişimin "kişilerarası iletişim" sayılabilmesi için şu üç ölçütün gerekli olduğunu belirtmişlerdir:

a) Kişilerarası iletişime katılanlar, belli bir yakınlık içinde yüz-yüze olmalıdır.

b) Katılımcılar arasında tek yönlü değil, karşılıklı mesaj alışverişi olmalıdır.

c) Söz konusu mesajlar sözlü (verbal) ve sözsüz (nonverbal) nitelikte olmalıdır; bu iki tür mesaj dışındaki mesajların kullanıldığı iletişimler, örneğin yazışmalar, kişilerarası iletişim sayılmaz.

Sözlü iletişimde dil ve dilsel vurgular ön plana çıkarken sözsüz iletişimde ise beden dili, kılık kıyafet ve davranışlar belirleyici olmaktadır. Yapılan bir araştırmaya göre iletişim sürecinde, kelimelerin % 7, ses tonunun % 38, beden dilinin % 55 oranında etkili olduğu tespit edilmiştir. Burada sözsüz iletişimin yani jest ve mimiklerin, beden hareketlerinin, vücut duruşu ve kişinin özelliklerinin belirleyici olduğu ortaya çıkmaktadır.

DİKKAT

Kitle iletişim araçları üzerinden gerçekleşen iletişim biçiminin kişiler arası iletişim olup olmadığını araştırınız.

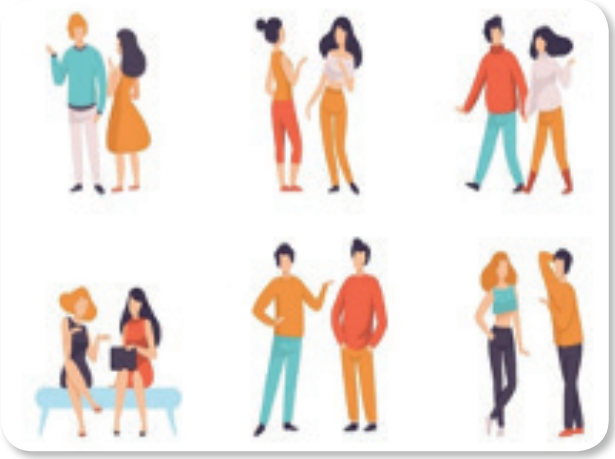
Kişiler arası iletişim, bireyde benlik algısının oluşumunda, kendine verdiği değer, güven ve saygısının gelişiminde rol oynar. Bu iletişim sayesinde sosyalleşiriz, ilişkiler kurarız ve sahip olduğumuz bilgi ve deneyimlerimizi başkalarıyla paylaşabiliriz. Kişiler arası iletişim, genellikle ani gelişen durumlar dışında planlıdır. Burada ilişkilerimiz sürekli ya da geçici, zorunlu ya da gönüllü olarak gerçekleşebilir. İletişim sürecinde olumsuz yönde bir etki oluşmuşsa bunun giderilmesi pek mümkün olmayabilir. Örneğin, karşımızdaki insanı sözlerimizle bilerek ya da bilmeyerek kırabiliriz. Bu durumları düzeltmek genellikle kolay olmamaktadır.

Kişiler arası iletişim aracılı ya da aracısız gerçekleşebildiği gibi günümüz teknolojisi sayesinde oluşan sanal ortamlar ile farklı bir boyut kazanmıştır. Kişiler arası iletişimde kişiler, anlaşarak uyum sağlamaya veya düşündüğünü kabul ettirmeye çalışırlar. Dolayısıyla uyum ve çatışma bu iletişim biçiminde iç içedir. Birey ilişkilerinde kabul edilmek ister ve kendisine değer verilmesini bekler, buna karşılık cezalandırılmaktan kaçınır. Her iletişim biçiminde olduğu gibi burada da empati ile ilişki kurmak ve o şekilde dinlemek sağlıklı bir iletişim için çok önemlidir.

Kişiler arası iletişim, gerçekleştirilme şekline göre sözlü ve sözsüz olmak üzere iki ana başlıkta incelenir.

3.2.1. Kişiler Arası İletişimde Sözlü İletişim

Konuşma dili olarak da tanımlanan sözlü iletişim, sözcüklerle gerçekleşen iletişim türüdür. Kişiler arası iletişim sürecinde belirleyici bir özelliğe sahiptir. Burada iletişim sözcükler ve dil üzerinden kurulmaktadır (Görsel 3.6).



Görsel 3.6: Sözlü iletişim biçimleri

Diller zamanla, ilgili toplumlarda oluşur ve diğer dillerle etkileşime girerek büyür ve gelişir. Kültürlerarası etkileşim sonucu günümüz toplumlarının dillerinde birçok ortak ifade biçimleri oluşmuştur. Bunlara örnek olarak medya, teknoloji, futbol, sinema, fotoğraf vs. verilebilir.

Kişilerarası iletişimde iletişim başarısı;

- Kullanılan dildeki sözcüklerin seçimine,
- Göndericinin iletişimdeki yeteneğine,
- İletişimin yapıldığı ortama,
- Sözcüklerin alıcının düzeyine uygunluğuna bağlı olarak değişir [3.4].

Kişilerarası iletişimde sözlü iletişimin temel öğeleri şunlardır:

- Amacın Belirlenmesi
- Konunun Önemi
- Konuşmacının Kimliği
- Dilin Önemi
- Sesin Kullanımı
- Dinlemenin Önemi [3.3]

Dil, sözlü iletişimin en temel özelliğidir. Fakat sözlü iletişimde sesimizin tonu, hızı, şiddeti, hangi kelimelerin vurgulandığı, duraklamalar ve benzeri özelliklerde çok önemlidir. Yapılan araştırmalarda insanların **'ne söylendiği'** kadar **'nasıl söylendiği'**ne dikkat ettikleri gerçeği ortaya çıkmıştır. Sözlü iletişimi engelleyen en önemli faktör ise fiziksel ortamdan gelen gürültüdür.

3.2.2. Kişiler Arası İletişimde Sözsüz İletişim

Sözcüklerin yerini davranış ve hareketlere bıraktığı iletişim biçimidir. Sözlü olamayan iletişim biçimi, sözlü olan iletişimi desteklemek, pekiştirmek amacıyla kullanılır. İnsanların beden hareketlerinin bir kısmı, insanın doğasında var olduğu için farklı kültürlere göre değişiklik göstermezler. Örneğin; ağlamak, hapşırmak, gülmek, esnemek, korkmak gibi.

Konuşan kişi, beden hareketleri ve jest ve mimiklerle konuşmasına bir akıcılık sağlar. Aynı zamanda dinleyen kişinin beden ve yüz hareketlerine bakarak, onu dinleyip dinlemediği ve mesajlarını nasıl algıladığı konusunda bilgi sahibi olur. Ayrıca dinleyicinin psikolojik durumunun ipuçlarını yakalar. Sözsüz iletişimde

beden dili ve yüz ifadeleri duygular hakkında bilgi verir (Görsel 3.7). Düşünceler sözlü, duygular ise sözsüz iletişim ile en iyi ifade edilir.

Görsel 3.7: Beden dili

Sözsüz iletişimi şu başlıklar altında incelenir: .

- Yüz ve beden ifadeleri
- Jestler
- Kişilerarası Mesafe
- Giysiler [3.2]

3.2.2.1. Yüz ve Beden İfadeleri

Yüz ifadeleri duyguları ifade etmede kullanılan temel araçlardandır. Nedeni ise etkileşim sırasında ön planda olmalarıdır. Duygularımız doğrudan yüzümüze yansımaktadır. Dolayısıyla yüz ifademiz başkasıyla iletişimimizi düzenleyen ve yöneten bir özelliğe sahiptir (Görsel 3.8).

Görsel 3.8: Yüz ifadeleri

Yüz ifadelerine farklı kültürlerde farklı anlamlar yüklenmiş olsa da dünyanın her yerinde benzer anlamların yüklendiği 7 evrensel yüz ifadesi vardır. Bunlar şaşırma, tiksinme, küçümseme, korku, öfke, üzüntü ve mutluluktur. Konuşan ve dinleyenler arasındaki göz teması da etkili bir iletişim için çok önemli bir göstergedir. Göz teması kurduğumuzda konuşan kişi ile ilgili olduğumuzu ve onu dinlediğimizi belirtiriz. Göz kaçırmak da olumsuz durumları ifade eder.

3.2.2.2. Jestler

Kişiler arası iletişimde mimikler gibi jestler de çok önemlidir. Jestler de diğer sözsüz iletişim unsurları gibi karşımızdaki kişi/kişilerin ruhsal ve davranışsal durumları hakkında bilgi vericidir. Kızgın mı? Rahatsız mı? Verilen mesajlardan ne oranda etkilendiğini jestlerden yararlanarak fikir edinebiliriz.

3.2.2.3. Kişiler Arası Mesafe

Gündelik hayatta kişilerle olan fiziksel mesafemiz, onlarla ilişkimiz hakkında birçok bilgi verebilmektedir. Bu mesafe, kişiyi ne kadar tanıdığımız, yakınlığımız, duygu ve düşüncelerimiz hakkında bilgi verir. Sonuç itibariyle sevdiğimiz kişilere olan fiziksel mesafe daha az iken sevmediğimiz ya da tanımadığımız kişilere karşı mesafemiz daha çoktur [3.2].

ABD'li antropolog Edward Hall, Amerikan kültürü için 4 farklı mekândan söz eder:

- Mahrem Mekân /Alan: İletişim mesafesi 30-35cm kadardır. Örnek: Karı-Koca, aile, kardeşler gibi.
- Kişisel Alan: Arasındaki uzaklık 40-80 cm kadar bir alandır. Örnek: Tanıdıklar, akrabalar ve arkadaşlar gibi.
- Sosyal Alan: Arasındaki mesafe 80cm -2 metre arasındadır. Örnek: Müdür-Memur, satıcı-müşteri.
- Kamusal Alan: 2 metreden sonraki iletişimde olanların alanıdır. Taraflar birbirlerini tanımazlar. Örnek: Otobüs durağında ya da otellerin lobilerinde bekleyenler [3.4].

Mekânlar statünün göstergesi olabilir [3.2]. Öte taraftan iletişim sırasında vücudun duruşu da önemlidir çünkü duruş, kişiliği sergiler. Duruşumuz tek başına karşımızdaki insanlara bir mesaj verir.

3.2.2.4. Giysiler

Sözsüz iletişimin önemli bir parçası olan giysilerin verilmek istenen mesajların doğru algılanması ve ikna edici olmasında etkisi büyüktür. Kişinin giyimi, birçok özelliği için ipucu verir. Bazı mesleklerin de kendine özgü kıyafetleri vardır: Asker, polis, doktor, hemşire gibi.

İletişimin zamanı, yeri ve konusuna göre giyinmek, birtakım aksesuarlar kullanmak sözsüz iletişim kapsamındadır. Bir başka özellik saç şekli ve makyajdır. İlk karşılaşma için bu iki özellik kişi/kişiler hakkında edindiğimiz izlenimi etkiler.

3.2.3. Kişiler Arası İletişime Etki Eden Faktörler

Görsel 3.9: Bireysel farklılıklar

İletişim, hayatımızı sürdürmemizde vazgeçilmez bir öneme sahiptir. Fakat bu sürecin sürekli olumlu ilerlemediğini, süreci çok çabuk ve kolay etkileyecek birçok faktörün olduğunu söyleyebiliriz. Kişiler arası iletişimi olumlu ya da olumsuz etkileyen faktörler şunlardır: algısal etmenler, duygusal etmenler, kültürel etmenler, çevresel etmenler, kişisel etmenler ve eğitimsel etmenler (Görsel 3.9).

3.2.3.1. Algısal Etmenler

Duyu organları tarafından alınan uyarıcıların beyin tarafından yorumlanıp anlamlandırılması sürecine algı denir. İletişim sürecinde en büyük zorluklardan biri bireyler arasındaki algılama farklılığıdır. Bu algılama farklılığı içsel ve dışsal olmak üzere ikiye ayrılır.

3.2.3.2. Duygusal Etmenler

Psikolojide duygu bir olay, kişi ya da nesnenin insanın iç dünyasında ve bedeninde uyandırdığı izlenim ve tepkiler olarak tanımlanmaktadır. İnsanlar duygularının farkında ise iyi iletişim kurabilirler. Bu da işlevsel olarak bireyi harekete hazırlar, davranışını biçimlendirir ve sosyal ilişkilerini düzenlemesi ile sonuçlanır.

3.2.3.3. Kültürel Etmenler

Kültürel farklılıklar toplumsal ve bireysel gelişim için bir fırsat ve zenginliktir. Ama aynı zamanda farklı kültürlerin yarattığı farklı dil yapıları, beden hareketlerindeki farklılıklar kişiler arası iletişimin önündeki büyük bir engeldir. Kaynağın yolladığı mesajın farklı anlamlara ve yorumlara yol açması çoğu zaman kaçınılmaz olmaktadır.

3.2.3.4. Çevresel Etmenler

İçinde bulunduğumuz ortamda yer alan objeler, ortamın rengi, ışığı, barındırdığı atmosfer kuracağımız iletişimi etkiler. Aynı zamanda çevreden kaynaklanan gürültü iletişimi etkileyen önemli bir faktördür.

3.2.3.5. Kişisel Etmenler

İnsanların sahip olduğu bilgi birikimi, deneyimleri, fiziksel yapıları, cinsiyeti, yaşı, davranışları, geçmişi önemli etkenlerdendir.

3.2.3.6. Eğitsel Etmenler

Birey hayatı boyunca içinde bulunduğu aileden, toplumdan ve okul hayatından yeni bilgiler ve deneyimler edinir. Toplumsal kuralları, değerleri, yapıları bu şekilde öğrenir. Bu öğrenme düzeyleri ve biçimleri başkaları ile iyi ve etkili bir iletişim kurmanın yollarını etkilemektedir.

3.2.4. Kendini Doğru İfade Etme

Birey kendini tanıdıkça, birlikte olduğu insanlarla doğru ve etkili bir iletişim zemini hazırlayacaktır. Kendini keşfederken aynı zamanda içinde bulunduğu toplumsal, kültürel, çevresel ve dönemsel koşulları da keşfeder. Dolayısıyla onlarla nasıl bir ilişki kurması gerektiğini, bu ilişkilenme sürecinde kendini nasıl ifade etmesi gerektiğini bilir.

DİKKAT

Jest ve mimiklerin iletişimdeki yeri ve önemi için örnekler bularak üzerinde çalışınız.

Sahip olduğumuz düşünsel, duygusal birikimlerimizi doğru ve açık bir biçimde ifade etmeliyiz. Karşımızdaki insanlara mesajımızı aktarırken mesajın içeriği uygun olmalıdır. Başta kendimizi olmak üzere ilgili kişileri ve ortamı da buna dönük hazırlamak gerekir. Kendimizi etkin bir biçimde ifade ederken, düşüncelerimizi dolaysız, açık, dürüstçe ve karşımızdakini yaralamadan söylemek gerekir.

3.2.5. İkna

İknanın sözlük anlamı, “Bir konuda birinin inanmasını sağlama, inandırma, kandırma.” şeklindedir. İnsanlar, ikna etme amacıyla hazırlanan mesajlar sonucunda, var olan duygu, düşünce en önemlisi tutumlarını değiştirerek satın alma eyleminde bulunurlar. Bununla birlikte siyasal tercihlerde bulunarak bir görüşü desteklemeye başlarlar. Demokratik talepleri için bir araya gelip sistemler üzerinde bir baskı grubu oluşturabilirler. Sonuç olarak iknayı bireylerin duygu düşünce ve tutumlarını değiştirmeye dönük iletişim süreci olarak tanımlayabiliriz.

İknada hedeflenen durum, iletişim sürecinde kullanılan yazılı ya da sözlü/sözsüz iletişim ögeleri ile hedef kitle üzerinde belli bir etki oluşturmak ve istenilen davranışa yönlendirmektir. İknanın en önemli özelliği baskı ya da zorlamanın olmayışıdır. Ancak bu şekilde bireyin davranışlarında istendik kalıcı değişiklik meydana gelebilir. Yoksa tam tersi bir durum ortaya çıkabilir. İletişim sürecinin temeli ikna üzerine kuruludur. Temel amaç bir duygu, düşünce ve davranışı ilgili kişi ya da kişilere ikna etmek üzere aktarmaktır. Bir iletişim süreci ancak böyle sonuçlanırsa başarılı olarak kabul edilir.

İkna sürecinin üç amacı;

- Alıcıda yeni bir tutum oluşturmak,
- Var olan tutumun şiddetini arttırmak,
- Alıcının tutumunu değiştirmektir [3.8].

3.2.5.1. İknanın Unsurları

İknanın unsurlarını; inanılırlık, dinleyiciyi anlama, sağlam bir sav, etkili iletişim şeklinde sıralamak mümkündür [3.9].

İnanılırlık

Birey inanılırlığı yüksek olan bir kaynaktan mesaj aldıysa tutumunun değişmesi daha kolay olmaktadır.

Dinleyiciyi Anlama

Dinleyiciler önerilen teklifi, görüşü, savunulan düşünceyi ya da konuşulacak konuyu ne dereceye kadar destekledikleri göre farklılık göstermektedir. Bu durum dinleyicilerin ikna ediciye ve onun fikirlerine ne kadar açık olduğu üzerinde de etkilidir.

Sağlam Bir Düşünce

İnsan doğası gereği ister istemez kanıt arayışına girmektedir. İkna açısından da önerinin sağlam bir kanıtla temellendirilmesi bu durumda büyük önem taşımaktadır.

Etkili İletişim

İletişim süreci başarılı ise buna aynı zamanda etkili iletişim denilmektedir. Çünkü kaynak istediği etkiyi hedef üzerinde gerçekleştirmiştir. Başarılı iletişimin yolu karşılıklı anlaşabilmekten geçmektedir. Bu da karşıdan gelen mesajı doğru anlamak ve mesajı karşı tarafa doğru aktarmaktan geçmektedir.

3.2.5.2. İkna Etmenin Adımları

İkna, bireyle iletişime geçilmesi ve bireyin kendi isteği sonucunda tutum ve davranış değişikliğini ortaya çıkarma sürecidir. Bu tanım doğrultusunda İknanın adımları;

- İknanın amacının belirlenmesi,
- Doğru ve uygun zamanın seçilmesi,
- Bilginin toplanması,
- Uygun adımların seçilmesi,
- Hedef kitleden gelen tepkilere göre geri yansımalarının değerlendirilmesi,
- Bu değerlendirmeler ışığında gerekirse yeniden düzenlenmesi ve gönderilmesi,
- Umulan başarılı iknaya ulaşılması şeklinde sıralanabilir [3.8].

ETKİNLİK

- Sahip olduğunuz kişilik özelliklerinizi düşündüğünüzde, okuduğunuz kitaplarda ve izlediğiniz filmlerde yer alan karakterlerden hangisi size daha yakın? Nedenini yazarak sınıfla paylaşınız.

UYGULAMA FAALİYETİ 3.2.1

SESSİZ SİNEMA

- Ders öğretmeni sınıfta sessiz sinemanın özelliklerini, tarihini ve önemli örneklerini kısaca anlatır.
- Daha sonra sessiz sinema filmlerinden bir örneği sınıfta izletilir.

- Filmden önce, öğrencilere filmden anladıklarını, aldıkları mesajı yazılı olarak teslim edecekleri bildirilir. Bunun için filmi dikkatli bir biçimde izlemeleri, isterlerse not alabilecekleri söylenmelidir.
- Filmin konusunu bilen dersin öğretmeni öğrencilerin filmi izledikten sonra yazdıkları metinleri karşılaştırır ve sınıf ile paylaşılır.

SIRA SİZDE

ORFF

- Öğretmen öğrencilerin Orff'un ne olduğu hakkında bilgileri olup olmadığını kontrol eder.
- Sınıftaki sıra ve masalar kenarlara çekilerek geniş bir ortam hazırlanır.
- Öğrenciler dağınık düzende rahatça hareket edebilecekleri bir yerde durur.
- Öğretmen önce hareketleri kendisi gösterir.
- Bedenine küçük vuruşlarla ses çıkarır.
- Ardından kendi yaptığı hareketlerin aynısını tüm öğrencilerin yapmasını ister.
- Farklı yerlerine vurarak farklı sesler çıkarmaları sağlanır.
- Öğretmen Orff'un aslında tamamen özgüveni yerine getirmek için yapılan müzik etkinliği olduğunu açıklar.
- Bu çalışmayı koro haline dönüştürüp tüm okula konser de verebilirler.

Siz de Orff tekniği hakkında araştırma yaparak geliştirmek için öneriler sunabilirsiniz.

Farklı enstrümanlar geliştirip farklı ritimlerle zenginleştirebilirsiniz.

ÖLÇME DEĞERLENDİRME 3.2

A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise (D) yanlış ise (Y) yazınız.

1. (____) Kişiler hem içsel iletişimi hem de kişiler arası iletişimi aynı anda gerçekleştirir.

2. (____) Kişiler arası iletişim süreci için başkasına ihtiyaç yoktur.

3. (____) Dil, sözsüz iletişimin en temel özelliğidir.

4. (____) Sözlü iletişimde sesin hızı ve şiddeti de önemlidir.

5. (____) Sözcüklerin yerini davranış ve hareketlere bıraktığı iletişim sözlü iletişim biçimidir.

6. (____) Kişiler arası iletişimde mimikler gibi jestler de çok önemlidir.

7. (____) Mahrem alanda iletişim mesafesi 2 metre kadardır.

8. (____) Kişinin giyimi sosyal statüsü ve mesleği hakkında önemli ipucudur.

9. (____) Algıda içsel faktörlerden birisi de beklentilerimizdir.

10. (____) İknanın en önemli özelliği baskı ya da zorlamanın olmamasıdır.

B) Aşağıda verilen soruların doğru yanıtını işaretleyiniz.

1. **Aşağıdakilerden hangisi kişiler arası iletişim için söylenemez?**

   A) En az iki kişi gereklidir.
   B) Geribildirim aktiftir.
   C) Yüz yüzedir.
   D) Kamusaldır.
   E) Özeldir.

2. **Aşağıdakilerden hangisi kişiler arası iletişimin temel unsurlarından birisidir?**

   A) Gürültü
   B) B) Mesaj
   C) C)Kodlama
   D) D) Kanal
   E) E) Filtreleme

3. **Dil ötesi iletişim sesin özellikleri ile ilgilidir. Aşağıdakilerden hangisi bu özelliklerden değildir?**

   A) Tonu
   B) Vurgu
   C) Rengi
   D) Hızı
   E) Şiddeti

4. **Aşağıdakilerden hangisi 7 evrensel yüz ifadelerinden birisi değildir?**

   A) Umut
   B) Korku
   C) Öfke
   D) Üzüntü
   E) Mutluluk

5. **İletişime girenlerin arasındaki mesafe 40-80cm. ise bu durum aşağıdaki hangi alana girer?**

   A) Kültürel alan
   B) Sosyal alan
   C) Kamusal alan
   D) Mahrem alan
   E) Kişisel alan

3.3. KİTLE İLETİŞİMİ

HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. Sizce insanlar kitle iletişim araçlarından en çok hangisini/hangilerini kullanıyor?
2. Sosyal medya hakkında ne düşünüyorsunuz?
3. İnternet teknolojisinin hayatımızdaki olumlu ve olumsuz etkilerini düşününüz.

Genel iletişimde, kaynak mesajını kodlayıp alıcıya gönderirdi. İletişimin biçimine göre süreç ya biterdi ya da devam ederdi. Ama kitle iletişiminde bu durum farklı işlemektedir. Kitle iletişimi, örgütsel yapılarca oluşturulan iletilerin profesyonellerce hazırlanmasını ve bunu potansiyel kitlelere ulaştırmayı hedefleyen bir süreçtir. Amaç dağınık, heterojen ve geniş olan kitleye hızlı ve etkili bir şekilde ulaşmaktır.

Kitle iletişiminde kitleyi oluşturanların temel özellikleri önemlidir. Kitle;

- Heterojen (Ayrışık),
- Anonim,
- Birbirinden ayrı,
- Aralarında sıkı bağları olmayan bir yapıdadır [3.4].

Farklı sınıflar ve tabakalardan oluşan, geniş bir toplumsal yapıdan, birbirlerini tanımayan, öte taraftan kaynağın da alıcı tarafından tanınmadığı bir kitleden oluşmaktadır. Kitlelerin mesajları nasıl algılayıp ve değerlendirdiklerini takip etmek güçtür. Ulaşılmak istenen bireyler değil geniş kitlelerdir. Dünyanın herhangi bir noktasından gelen mesajlar anında herkese ulaşabilmektedir. Tek taraflı işleyen bu süreçte tarafların yüz yüze gelmeleri imkânsızdır (Görsel 3.10).

Görsel 3.10: Kitle iletişiminin sınırları

Kitle iletişimi, kurumsal olarak yapıları karmaşık ve biçimseldir. Her iletişim sürecinde birtakım amaçlar vardır. Temel amaç istenilen yönde davranış değişikliği yaratmaktır. Söz konusu amaç kitleler için ise o zaman gerçekleşen iletişim hem içerik hem de biçim olarak değişikliğe uğrayacaktır.

Kitle İletişiminin Gelişim Süreci

Kitle iletişiminin önemli bir basamağı olan matbaanın tarih sahnesine ilk çıkışı uzak doğuda gerçekleşir. 1450'de Johannes Gutenberg'in Matbaa Devrimiyle birlikte seri üretime geçişle, bilginin daha hızlı ve daha çok kişiye ulaşması sağlandı.

Sanayi devrimiyle beraber üretim biçimleri ve ilişkiler değişikliğe uğradı. Kültürel, toplumsal ve özellikle ekonomide birtakım yapılarda kökten değişim gerçekleşti. Tarım sektöründeki makineleşme ile işsiz kalan insanlar fabrikaların bulunduğu kentlere giderek büyük kentleri oluşturmaya başladılar. Bunun sonucunda

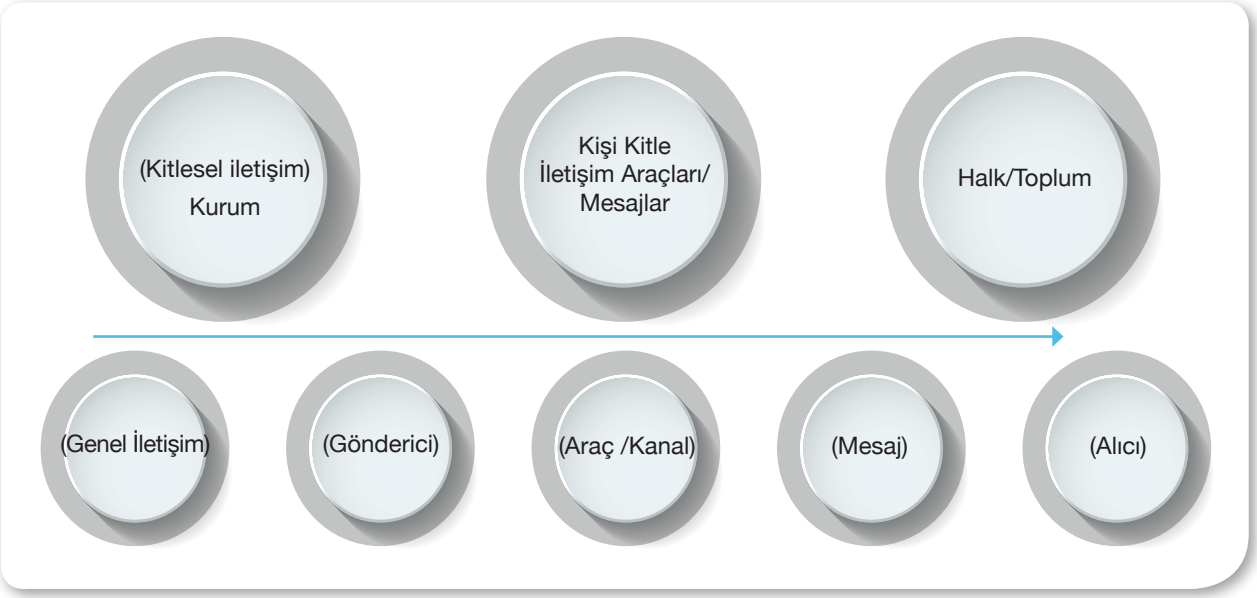
'kitle' kavramı ortaya çıktı. Büyük fabrikalarda yapılan seri üretim, bireyi zihinsel ve ruhsal olarak etkiliyordu. Biçimsel eşitlik sağlanıyor, bireycilik öne çıkıyor ve geleneksel değerler değişikliğe uğruyordu. Geniş, kalabalık aileler yerini çekirdek aile yapılarına bırakıyordu.

19. yüzyılda gerçekleşen çok önemli icatlar kitle iletişimin önünü açmıştır; telgraf, telsiz, radyo dalgaları gibi. 1900'lerin başında hareketli görseller, radyo, ses ve görüntüyü birleştiren televizyon kısa süre sonra hayatımıza dâhil olacaktır. Bu gelişmelerin devamında internetin hayatımıza girişi ile kitle iletişim sürecine farklı bir boyut eklenmiştir. Artık herhangi bir olay, bilgi ya da gelişme saniyeler içinde dünyanın her yerine ulaşabilmekte ve yayılabilmektedir. Dolayısıyla medya hayatımıza girmiştir.

20. yüzyılda medya, iletişim bilimcilerinin en çok ilgilendikleri konudur. 1960'lı yılların sonuna kadar geliştirilen pek çok düşünce hâlâ geçerliliğini sürdürmektedir. Bunlardan J. Habermas, Avrupa'da gelişen demokrasinin inşasında kitle iletişiminin önemini savunmaktadır. Medya türlerinin politik gücün farklı biçimlerde organize edilmesine katkı sağladığını savunan HaroldİnnisVe 'Mesaj, iletişim aracının kendisidir.' diyen Marshall McLuhan' ın yaklaşımları etkili örneklerdir.

3.3.1. Kitle İletişim Süreci

Temel iletişim sürecini oluşturan unsurlar, kitle iletişimi için nitelik açısından farklılık göstermektedir. Çünkü burada iletişim süreci, daha örgütlü ve biçimsel bir türe, kitle iletişimine dönüşmüştür (Şekil 3.3).



Şekil 3.4 : Kitle iletişim olgu ve süreci [3.4]

3.3.1.1. Kitle İletişimde Kaynak

Kaynak kurumsallaşmış, örgütlü ve profesyonellerden oluşmaktadır. Kitle iletişiminde kaynak tek kişi değil, ekonomik özeliklere sahip örgütsel bir yapıdır. Mesajları bu yapılar hazırlar belli bir amaçla belirlenen araçlar üzerinden gönderirler. Dolayısıyla olabildiğince seri, hızlı ve çok kişiye ulaştırılacak şekilde, iyi örgütlenmiş ve uzmanlaşmış kaliteli bir ekibe ihtiyaç vardır. Bu yapı devlete ait olabildiği gibi ticari veya özel amaçlarla kurulmuş herhangi bir kurum da olabilir. Bu yapıların gönderdiği bütün mesajlar hukuki çerçevede gönderilir. Kitle iletişim araçları kitleleri haberdar ederken iletişim sürecini de başlatmış olur.

3.3.1.2. Kitle İletişimde Mesaj

Burada mesajlar çok sayıda ve çeşitlidir. Bu çeşitlilik iletişim aracına göre farklılaşır. Mesajlar, alıcıların başta sosyal, ekonomik, kültürel, psikolojik olmak üzere birçok özelliği dikkate alınarak hazırlanır, kodlanır ve gönderilir.

3.3.1.3. Kitle İletişimde Kanal

Kanal/araç, kurumsallaşmış yapıların kodladıkları mesajı belirledikleri kitleye/topluma ulaştırmayı sağlayan teknolojik ürünlerdir. Yeni teknoloji ile bütünleşmiş bu araçlar aynı anda milyarlarca insana ulaşabilmektedir. Mesajın etkili olması seçilen kanal ile doğrudan bağlantılıdır.

3.3.1.4. Kitle İletişimde Hedef Kitle/Alıcı

Kaynağın belli bir amaçla çeşitli iletişim kanalları yoluyla tüm iletişim çabalarının ulaştırılmaya çalışıldığı taraflardır. Hedef Kitle, kaynağın belli bir duygu, düşünce ya da tutumunu kodlayıp bir araç üzerinden iletmek istediği taraftır. Hedef kitlenin nasıl bir küme ya da kitleden oluştuğu çok önemlidir. Onun için hedef kitleler için çok önemli ön çalışmalar yapılır. Hedef kitle rastgele belirlenmemiştir. Tanımlanmış, özellikleri, ihtiyaçları ve davranışları hakkında bilgi sahibidirler. Bir iletişim sürecinde iletilmek istenen mesaj "herkes" için değildir. İletişim çabalarının amacına göre ulaşılmak istenen öncelikli kişiler ya da gruplar bulunmaktadır.

ETKİNLİK

- Elinizde yeni bir ürün var ve bu ürünü insanlara tanıtmanız isteniyor. Ürününüzü, hedef grubunuzu ve kitle iletişim araçlarınızı belirleyip bir sunum yapınız.

3.3.1.5. Kitle İletişimde Geribildirim

Alıcıların kaynağa verdiği dönüt / tepkidir. Kaynak bu tepkiden yola çıkarak mesajını yeniden kodlayabilir ya da tekrar yollayabilir. Bu süreç kitle iletişiminde geç işlemektedir (Görsel 3.11). Geç işlediği için mesajlar sorun yaratmayacak şekilde dikkatli ve özenli hazırlanmalıdır.

Görsel 3.11: Hedef kitle ve geribildirim

Kitle iletişimin genel iletişimden ayrılan en önemli özelliği, iletişimin tamamlanması için geribildirimin anında olmamasıdır. Kitle iletişim araçları bunun için çok farklı yöntemlere başvurmaktalar. Örneğin, program süresince aktif olan sosyal medya kanalları, telefon, belgegeçer, e-posta gibi yöntem ve teknikleri kullanarak bu sorunu çözmeye çalışırlar. Bu yöntemler kullanılan aracın özelliklerine göre değişiklik göstermektedir.

3.3.1.6. Kitle İletişimde Hedef Kitle

Kaynağın belli bir amaçla çeşitli iletişim kanalları yoluyla mesajlarının ulaştırılmaya çalışıldığı taraflardır.

Başka bir tanımla hedef kitle, kaynağın belli bir duygu, düşünce ya da tutumunu kodlayıp bir araç üzerinden iletmek istediği taraftır. Hedef kitlenin nasıl bir yapıya sahip olduğu çok önemlidir. Çünkü iletişim sürecinin sonucunu etkileyecek önemli bir unsurdur. Dolayısıyla hedef kitleler için çok önemli ön çalışmalar yapılır.

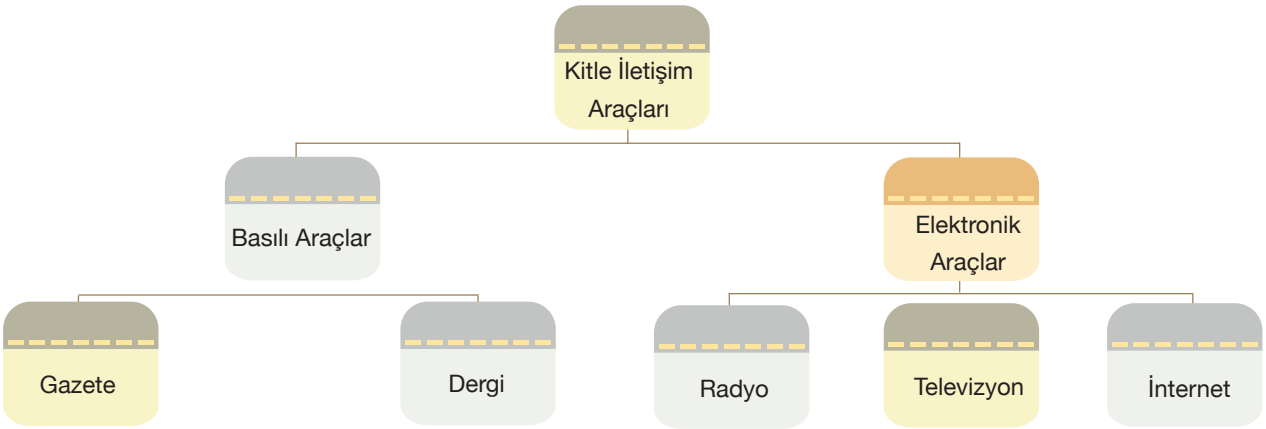
Hedef kitle rastgele belirlenemez. Kitlenin özellikleri, ihtiyaçları ve davranışları hakkında bilgiler tanımlanmış olmalıdır. Hedef kitle uzmanlarca her yönüyle değerlendirilir. Sosyolojik, kültürel, toplumsal açılardan hedef kitlenin özelliklerini, tercihlerini, yönelimlerini belirleyen unsurlar öğrenilir.

3.3.2. Kitle İletişim Araçları

Kaynağın hazırladığı ve hedeflediği gruba iletmek istediği mesajı aktaran araca kitle iletişim aracı denir. Bu araçlar, gazete, dergi, televizyon ya da internet olabilir. Tarih boyunca insanoğlu bir araç üzerinden iletişim kurmanın bir yolunu bulmuştur. Bu araçların tarihsel seyri dans ile başlayarak duman ve ulak (haberci) ile devam eden süreç, mektupla sürdürülür ve nihayetinde ilk kitle iletişim aracı gazete ile sonlanır.

Kitle iletişim uzun ve karmaşık bir geçmişe sahiptir. Yazı, kâğıt ve matbaa, kitle iletişimin tarihsel seyrini etkileyen önemli üç aşamadır. Özellikle matbaa, bilginin belli gruplardan çıkıp geniş kitlelere ulaşması açısından büyük bir fark yaratmıştır. Kitle iletişim araçlarının her birinin etkileme biçimi ve yaşam seyri, teknolojinin gelişim seyrine bağlı olarak değişmiştir. Kitle iletişimi araçlarına 1970'lerde uydular, ardından 1990'larda bilgisayarlar eklenmiştir. İnternet ağlarının kurulması ve yaygın bir şekilde kullanılmaya başlamasıyla, haber toplama ve gönderme anlık bir zaman dilimine indirilmiştir. İletişim kuramcısı Marshall McLuhan, bu küresel durumu betimleyerek dünya için "Global bir köy" demiştir. Kitle iletişim araçlarının özeliklerini şöyle sıralayabiliriz:

- İzleyici kitlesi geniştir; sadece belirli bir gruba değil, yerel, bölgesel, ulusal, uluslararası topluluklara seslenir.
- İzleyici kitlesi çeşitli toplumsal özelliklere sahip bir topluluktur.
- Kitle iletişimi kamusaldır; içeriği herkese açıktır, üyelik esasına göre işlemez.
- Kitle iletişim araçları birbirinden ayrı ve dağınık insanlarla aynı anda ilişki halindedir.
- Kitle iletişimi kamu ya da özel kurumlarca farklı yapılarda yapılabilmektedir.
- İletişimciyle izleyici kitle arasındaki ilişki kitle ile tanışıklığı olmayan reklamcı, editör, programcı, yapımcı gibi profesyonel iletişimci rolündeki kişiler aracılığıyla kurulmaktadır.
- Kitle iletişimi sürecinde, geribildirim anlık işlemez ve tek yönlüdür.
- Kitle iletişim araçlarının ürünlerine maddi olarak ulaşmak kolaydır.
- Kitle iletişim araçları basılı araçlar ve elektronik araçlar olarak iki başlık altında incelenir (Şekil 3.4)



Şekil 3.4. Kitle iletişim araçları

3.3.2.1. Basılı Araçlar

Gazete

Kitle iletişiminde gazete tarihi açıdan ilk araç olma özelliğine sahiptir (Görsel 3. 12). Gazetenin ortaya çıkma nedenlerinden en önemlisi insanların etraflarında olup bitenler hakkında bilgi sahibi olma istediğidir. Duvar ve meydan gazetelerinin ilk örneği Çin uygarlığında görülmüştür. Çin'de 618'den 907'ye kadar hüküm süren T'ang Hanedanı daha çok siyasal gelişmelerin yer aldığı Ti Pao adlı gazeteyi çıkartmıştır [3.11].

Görsel 3.12: İlk kitle iletişim aracı: Gazete

Benzer örnekler Antik Mısır'da ve Roma İmparatorluğu'nda da görülmüştür. 15. yüzyıldaki ekonomik hareketlilik ile bilgiye olan ihtiyaç da artmaktaydı. Bu dönemlerde elle kopya edilip dağıtılan yayıncılık, matbaa teknolojisindeki yenilik ile modern gazete şeklinde gelişimini sürdürür. Periyodik olarak çıkmaya başlayan gazeteler, 17. ve 18. yüzyılda fikir gazetesi olarak yayımlanır. Sanayileşme ve kentleşme ile birlikte gazetelerin içeriği zenginleşir daha çok insana ulaşmaya başlar.

ETKİNLİK

1. İnternet Gazeteciliği hakkında araştırma yapınız.
2. Araştırmanızın sonuçlarını sınıf arkadaşlarınız ile paylaşınız.

19. yüzyılda teknolojiyle birlikte gazeteler de değişime uğrar ve fikir gazeteleri kitle gazetelerine dönüşür. Fotoğrafın basında kullanılmasıyla magazinsel içerikli haberler artar. 19. yüzyıl aynı zamanda basının gücünü arttırdığı ve "dördüncü güç" olarak kabul görmeye başladığı dönemdir. Gazete 20. yüzyılda önce radyo ve sonra televizyon ile rekabet etmek zorunda kalır. Bu iki popüler kitle iletişim aracı gazeteyi yaşam serüveninde bir takım köklü değişiklikler yapmak zorunda bırakır.

Ticari kaygılar gazetenin etkisini azaltırken teknolojik gelişmelerle beraber gazetelerin yaşam seyri değişmiştir. Gazeteler genel olarak ticari amaçlı ve ticari amaçlı olmayan gazeteler olarak gruplandırılır. Günümüz gazete yayımcılığı anlayışında kitle, magazin, fikir ve tematik gazetecilik şeklinde bir sınıflandırma yapılmıştır. İçinde bulunduğumuz 21. yüzyılda giderek etki alanı genişleyen ve yayılan 'internet gazeteciliği' nden de söz edebiliriz. Matbaa ve kâğıda gerek olmadan tamamen dijital ortamda sürdürülen yeni gazete yayımcılığıdır.

Gazetenin avantajları, olayları detaylı işleyerek farklı bakış açıları sunması ve okuma alışkanlığı edinimini sağlaması yönüyle önemlidir. Aynı zamanda okurun okuma hızı ve içeriği seçme özgürlüğüne sahip olması, verilen iletiler üzerinde düşünebilmesi ve en önemlisi gazeteyi saklayabilmesi ve tekrar tekrar okuma şansı bulabilmesidir. Okuyucunun gazete tarafından verilen bilgileri daha güvenilir kabul etmesi de bir başka avantajdır.

Dezavantajları ise, okur-yazar olmayanların yararlanamaması ve dağıtım kanallarının yetersizliği, kâğıt maliyetleri ve yöneticilerin baskısı şeklinde sıralanabilir. İlk gazetenin Macarlar tarafından çıkarıldığı iddia

edilmektedir. Ülkemizde ilk resmi Türkçe gazete 1831 yılında çıkarılan Takvîm-i Vekâyi'dir. İlk yarı resmî Türkçe gazete 1840 yılında çıkarılan Cerîde-i Havâdis, ilk özel gazete ise 1860 yılında çıkarılan Tercümân-ı Ahvâldir.

ETKİNLİK

- Çevrimiçi yayıncılık yapan gazeteleri araştırıp sınıfınız ile paylaşınız.

Dergi

Basılı ve süreli olmasından dolayı gazete ile aynı kategoride yer alır. Benzer biçimde gazete gibi dergi de Basın Kanunu'na tabiidir. Ama okuyucu kitlesi birbirinden çok farklıdır (Görsel 3.13). Dergilerin hedef kitleleri tanımlıdır ve ortak özelliklere sahiptir.

Görsel 3.13: Farklı alanlarda yayın yapan dergiler

Dergilerin yayın periyodu farklılık göstermektedir. Haftalık, aylık, üç hatta altı ay ara ile çıkan dergiler de vardır. Bu periyotların uzamasının nedeni, dergilerin belli konular üzerinde daha derinlikli çalışmasından kaynaklanmaktadır.

Dolayısıyla dergiler bir başvuru aracı olabilirler. Akademik anlamda yayın yapan dergiler bir tartışma zemini de oluşturur. Dergiler mimarlıktan arkeolojiye, kültür-sanattan, teknolojik gelişmelere kadar birbirinden çok farklı alanlarda yayın yaparlar.

Ülkemizde basının içinde bulunduğu durum dergi yayımcılığını da etkilemektedir. Ülkemizde dergilerin sayısı çok olmasına rağmen dergi okuyucusu azdır. Promosyonlar (özendirmeler), özellikle kadın dergilerinde okur sayısını olumlu yönde etkilemektedir. Dergiler daha çok ticari amaçla yayımlandıkları gibi kamu kurumları, sivil toplum örgütleri, yerel yönetimleri, dernek, eğitim kurumları, meslek odaları gibi pek çok alanda ücretsiz olarak hazırlanıp ilgili kitlelere ulaştırılırlar.

DİKKAT

- Fanzin, İngilizce FANatic ve magaZINE kelimelerinin kısaltılmasıyla oluşturulan finansal kaynaklardan ve hiyerarşik yapılardan uzak alternatif bir basılı materyaldir. Farklı yöntemlerle çoğaltılan örnekleri olmakla beraber genellikle fotokopi aracılığı ile çoğaltılarak, satış amacı güdülmeden dağıtılan yayınlardır. Dergiden (süreli yayınlardan) ayrı olarak, süresi belirsiz olarak çıkar ve daha amatörce hazırlanır.

ETKİNLİK

- Farklı periyodlarda (haftalık ve aylık) çıkan dergilerin içeriklerini inceleyiniz. Değerlendirmelerinizi sınıfınız ile paylaşınız.

3.3.2.2. Elektronik Araçlar

Radyo

Elektromanyetik dalgalar (Hertz dalgaları) aracılığıyla mesajın söz ve müzik eşliğinde alıcılara yani topluma aktarılmasıdır. Bu araç, basılı araçlardan gazetenin yaşam seyrini ciddi biçimde etkilemiştir. Kitle iletişim aracı olmasının yanı sıra, hizmet ve konfor olarak hayatımızda emniyetten sanayiye, tarımdan denizaşırı haberleşmeye kadar farklı alanlarda kullanılmaktadır (Görsel 3.14).

Görsel 3.14: Nostaljik bir radyo

Deniz taşımacılığı ve deniz savaşlarında işlevsel olan bu araç, 1920'lerden sonra özellikle Almanya ve İtalya için bir propaganda aracı olarak kullanılmıştır. Radyonun en önemli özelliği her yerde dinlenebilmesidir.

Teknik olarak bir başka özelliği, diğer kitle iletişim araçlarına göre az cihazla kurulabilir ve taşınabilir olmasıdır. Dolayısıyla ucuz ve pratiktir. 1912 yılında radyo yayını başladı. 1919 yılında ticari radyo girişimleri Amerika'da başladı. 1922'de New York'ta ilk radyo reklamı üretildi. 1927 yılında Türkiye'de ilk radyo yayını başladı (Görsel 3.3.5.). 1985 yılında ülkemizde ilk dijital radyo sistemi kuruldu. 2001 yılında uydu üzerinden radyo yayını başladı [3.10].

Radyoyu dinlemek ve takip etmek için okur-yazar olmaya gerek yoktur. Dinleyici ile özel bir yakınlık duygusu vermesi sebebiyle ikna etmede çok fazla etkilidir. Aynı zamanda haber ve bilgi dağıtımında hızlı ve etkilidir. Ama buna karşılık haber ve bilgiyi ana hatlarıyla işlemektedir. Dinleyicinin başka bir işle uğraşırken aynı zamanda radyoyu dinleyebiliyor oluşu önemli bir özelliğidir. Radyo yayınlarını dinlemek için program saatlerinde radyo başında hazır bulunmak gerekiyordu. Ama bu olumsuzluk günümüzde internet sayesinde ortadan kalkmıştır. İstenilen program istenilen saatte dinlenebilmektedir.

Televizyon

Ses ve görüntüyü birleştiren araç olarak hayatımıza giren televizyon, özellikle 1950'lerden sonra büyük ilgi görmüştür. Bu ilgi, televizyonu diğer kitle iletişim araçları için önemli bir rakip haline getirmiştir (Görsel 3.15).

Görsel 3.15: Yeni nesil televizyon

1960'lara gelindiğinde ise çok daha etkili bir hale gelmiştir. Televizyonun gelişim tarihi uzun bir zaman dilimine dayanır.

1940'larda bir kitle iletişim aracı haline gelen televizyon; reklam, haber ve eğlencenin en önemli kaynağı olur.

İlk düzenli televizyon yayını 2 Kasım 1936'da İngiltere'de başladı. Bu yayınlar 1939 yılına kadar sürse de 2. Dünya Savaşı nedeniyle ara verildi. 1945 yılından itibaren yayına devam edildi. 1936'da İngiltere'de başlayan televizyon yayınları, Almanya'da 1935'de Amerika'da 1939'da başlar.

Yayıncılık Avrupa'dan başlar ama Amerika'da gelişip ilerler. Görsel ve işitsel duyulara yönelik olması televizyonu diğer kitle iletişim araçlarına göre daha etkili kılar. Televizyon, insanların kültürlenme sürecinde özellikle evrensel kültür değerlerinin oluşmasında etkilidir. Ancak kültürel yozlaşmanın da ortaya çıkmasında önemli bir etkiye sahiptir. Televizyon yayınları, düşünce yapımızı etkilemektedir. Ürün ve hizmetleri tanıtmada ve satışında, davranış biçimlerini şekillendirmede, kitleye öğretilmesinde, değerler sistemini benimsetmede ve siyasetin etkisinin arttırılmasında son derece işlevseldir.

Ülkemizde ilk deneme yayını ancak 1967 yılında Ankara'da yapıldı. 1989 yılında ise ülkemizde ilk özel televizyon yayıncılığı başladı. Dünyada ise 1998 yılında ilk dijital televizyon yayını başladı [3.10].

Televizyon izlemek için belli bir mekân ve zaman gerekmektedir. Yoksa izleyici verilen mesajı alamayacaktır. Televizyon yayınları izleyenlerin düşünmesine fırsat vermez. Televizyon yayınları, gelişmeleri aynı anda, canlı ve dolaysız verme özelliği ile ön plana çıkar. Gelişen teknolojiyle izleyici elindeki cep telefonu ve tabletlerle ya da bunlara uyumlu yeni nesil televizyon teknolojileri ile daha aktif ve belirleyici bir role sahiptir. Televizyon hayatımızı her yönüyle etkilemeye devam etmektedir.

İnternet

İnternet 1950'ler gibi yakın bir tarihte hayatımıza girmeye başlamış ama çok kısa bir sürede etkili ve yaygın olmuştur. Bilgisayar ve iletişimin ortak kullanımının bir sonucu olarak ortaya çıkan bilişimle birlikte hayatın her alanına girmiş olan internet olgusu nedeniyle günümüzü "bilişim çağı" veya benzer ifadelerle "dijital çağ, medya çağı, sayısal çağ "olarak nitelendirmek mümkündür.

Görsel 3.16: Bilişim çağında insan

İnternet bir enformasyon devrimine yol açmıştır. Bilginin üretilmesi ve kitlelere sunulması en önemli faaliyet olarak kabul edilmiştir. Yepyeni bir ilişkiler ağı yaratılmıştır. Artık insanlar alışverişten bankacılık işlemlerine, eğlenceden haberleşmeye, sanattan akademik çalışmalara ve daha pek çok konuda internetten faydalanmaktadır (Görsel 3.16). Hayatımıza kısa bir sürede girip bu kadar hızlı bir şekilde farklı yönleriyle etkileyen internet tanımlarından bazıları şöyledir:

- İnternet, çağımızın büyülü teknolojisidir [3.4].
- İnternet aracılığıyla bilgisayarlar üzerinden küresel çapta farklı coğrafyalardan farklı sosyo-kültürel çevrelerden insanlar bir araya gelip ilişkiler kurabiliyor [3.13].
- İnternet, gerekli teknik donanım ve bağlantı imkânına sahip herkesin, rahat bir şekilde küresel ölçekte pek çok ihtiyacını karşılayan teknolojik gelişmedir.

DİKKAT

- Web 1.0, Web 2.0 ve Web 3.0 hakkında bilgi toplayınız. Sınıfınız ile paylaşınız.

İnternetin Gelişimi

İnternetin gelişimine bakmadan önce bilgisayar teknolojisinin gelişimine bakmak gerekmektedir.

- 17. yüzyılda Blaise Paskal, ilk mekaniksel hesap makinesini yaparak bilgisayar teknolojisinin önünü açmıştır.
- 19. yüzyılda bilgisayarın kâşifi olarak belirtilen Charles Babbage, buhar enerjisi ile çalışan futbol sahası büyüklüğünde bilgisayarı geliştirmiştir.
- 1880'de Amerika'da Herbert Hollerith nüfus sayımı için toplanan verileri işleyen makineyi yapar.
- 1940'ta Howard Ailen sayısal bilgisayarı icat eder.
- 1950'lerde transistör ile bilgisayar daha küçük daha ucuz hale getirilir.
- 1970'lerde kişisel bilgisayarlar birtakım işlemler için kullanılır.
- Yazılım ve donanımdaki ilerlemelerle bilgisayar 1990'lı yıllardan sonra vazgeçilmez bir araç haline gelir.

İnternetin gelişimi, o zamanki adıyla Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin (SSCB) 1957 yılında ilk insanlı uzay aracı Sputnik'i uzaya göndermesine dayanır. Büyük bir rekabet içinde oldukları ABD buna karşılık olarak ileri Araştırma Projeleri Ajansı 'nın kurulmasına karar verir.

Görsel 3.17: İnternet ve bilgiye ulaşım hızı

ARPA NET buradan doğmuş ve internet protokollerine bağlı olarak çalışan bir ağ olarak kullanılmıştır. Diğer önemli gelişme ise Avrupa'dan gelir. Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi'de (CERN) gerçekleştirilen "World Wide Web (www)" teknolojisidir (Görsel 3.17.). Bu sistem ise hypertexttransfer protocols (http) üzerinden dosyaların bir yerden bir başka yere iletilmesine dayanmaktadır [3.10].

Avantajları

- Okuduğumuz haberin görüntülerini de izleyebilir, yorum da yapabiliriz.
- Her türlü bilgiye kolayca ulaşmamızı sağlayan, bu bilgileri arşivleyen bir araçtır.
- Dönemimizin aynı zamanda en büyük kütüphanesidir.
- İnternet günümüzün yeni medya aracıdır.

- Hızlı, interaktif yapısı, mekân ve zaman farklılıklarını azaltması hatta nerdeyse ortadan kaldırması gibi özelliklere sahiptir.
- Sosyal medya internetin dünya genelinde yayılmasında etken olan çok önemli bir özelliğe sahiptir.
- Toplumsal, siyasal, ekonomik, çevresel, kültürel vb. konularda insanlar daha katılımcı ve özgür bir şekilde fikirlerini iletme olanağı bulmuştur.
- Özgür ve demokratik bir iletişim olanağı sunmaktadır.
- İki yönlü iletişim ön plandadır.
- İnternet ile birlikte tek bir kişi büyük bir kitle ile iletişime geçebilir.

Dezavantajları

- Tek bir yönetim ve denetim merkezi yoktur, dünya çapında yayılmıştır, bu nedenle kontrol edilmesi zordur.
- Bir ülke için sorun olmayan herhangi bir konu başka bir ülke için sorun olabilir.
- Çocuklara yönelik şiddet içeren unsurları bulundurabilir.
- Sınırlı bir biçimde internette kimi sayfalara erişimin engellenmesinde yetersizlik yaşanmaktadır.
- Yanlış yönlendirmeler olabilmektedir.
- Kullanıcıların kullanım kapasiteleri ve yeterlilikleri dolayısıyla şifreleme ve virüslerle başkalarını olumsuz etkileyebilmektedir.
- Kullanıcıların her dile hâkim olamamasından kaynaklanan erişim ortaya çıkmaktadır.

ETKİNLİK

- **"İnternet Bağımlılığı"** konulu bir kompozisyon yazınız. Sınıfta arkadaşlarınıza okuyunuz. Hazırlık aşamasında okul rehberlik servisinden, kütüphanesinden ve başka kaynaklardan yararlanarak çalışınız.

3.3.3. Kitle İletişim Araçlarının Olumlu ve Olumsuz Etkileri

Kitle iletişim sürecinde geribildirim yavaş işleyen bir unsur olduğu için ortaya çıkan olumlu ya da olumsuz tepkiler geç değerlendirilir. Kitle İletişim araçlarının hedef kitle üzerindeki olumlu ya da olumsuz etkilerinin nedenleri şöyle sıralanabilir:

- Mesajın gittiği hedef kitlenin çok geniş ve dağınık olması
- Hedef kitlenin farklı yapılardan olması
- Kaynağın hedef kitleyi tanımaması
- Belli araçlarla dağınık ve kalabalık kitlelerle aynı anda iletişim kurulması

Kitle İletişim araçları, aşırı şiddet içerikli sunumları ya da içeriksiz yayımlarından dolayı toplumsal problemlere yol açmaktadır. Sanayi devrimi ile başlayan köklü toplumsal ve ekonomik değişiklikler sonucunda bireyin sahip olduğu birçok değer değişikliğe uğramıştır. Bunun sonucunda birey kendine ve topluma yabancılaşmıştır.

İnsan hayatında sanayileşme ile başlayan standartlaşma ve kitle iletişim araçlarının varlığı, beraberinde 'kitle toplumu' ve 'kitle kültürü' gibi olguları ortaya çıkarmıştır. Kitle iletişimi sadece kamuoyu oluşturmaya yardımcı olmayıp aynı zamanda insanların yaşam biçimlerini, tüketim konusundaki tercihlerini, alışkanlıklarını belirlemektedir. Özellikle çocuklar ve gençler üzerindeki olumlu ya da olumsuz etkileri en çok tartışılan konulardandır.

Kitle iletişim araçları hem geniş yığınları uyumlaştırmaya çabalar hem de kitlelerin haberdar olma ihtiyacını giderir. Aynı zamanda eğitici işlevi ile popüler bilimsel bilgileri yayar. Yoğun iş temposu ile gerçekleştirmeye fırsat bulamayan bireylerin birtakım kültürel ihtiyaçlarını giderir. Kitle iletişim araçları farklı kültürel yapıları birbirine yakınlaştırır ve kültür alışverişi sağlar. Kitle iletişim araçları, reklam ve moda dünyasını kitle psikolojisi üzerinden etkileyerek kitleleri tüketime teşvik eder. Bunun sonucunda var olan farklı kültürel çeşitlilik yavaş yavaş yok olmaya başlar [3.14].

Kitle iletişimi, hedef gruplar için bilgi ve eğlence iken, elinde bulunduranlar için kâr getirici yatırım, reklamcılar için kitleleri etkileme ve ikna etme aracıdır. Kitle iletişim araçları kimi insanlara statü sağlamaktadır. Siyasi, sosyal, kültürel amaçlarla kurulmuş belli grupların da seslerini duyurabilmelerini sağlayan çok önemli bir araçtır.

3.3.4. Kitle İletişim Araçlarının İşlevleri

Kitle iletişim araçlarının toplumsal yaşamda işlevselliğinin artması birtakım tartışmaları da gündeme getirdi. Bu araçları kimin yöneteceği, nasıl yönetileceği sorunu hep tartışılagelmiştir. Teknolojideki hızlı ilerleme ile beraber kitle iletişim araçları artık küresel bir güçtür. Olumlu ve olumsuz etkileri ile hem toplumsal hem de bireysel yaşamımızın vazgeçilmez bir unsurudur.

Kitle iletişim araçlarının işlevlerinin etkisi ve biçimleri ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir. Kitle iletişim araçlarının işlevleri genel iletişim süreci ile benzerlik gösterir. Aralarındaki en önemli fark, işlevlerin bireysel amaçlarla değil, geniş kitlelere yönelik yapılmasıdır. Kitle iletişim araçlarının işlevleri farklı biçimlerde tasnif edilmekle birlikte, söz konusu işlevler şu şekilde sıralanabilir:

- Haber ve bilgi verme işlevi
- Denetim ve bilgi verme işlevi
- Eğitme ve eğlendirme işlevi
- Kamuoyu oluşumuna katkı sağlama ve açıklama işlevi [3.2]

UYGULAMA FAALİYETİ 3.3.1

MÜNAZARA DEĞERLENDİRME TABLOSU

MÜNAZARA KONUSU: A- Televizyon insanlar için yararlı bir alettir.

B- Televizyon insanlar için zararlı bir alettir."

MÜNAZARA TARİHİ:

MÜNAZARA SÜRESİ: 40 DAKİKA

Sıra No	Değerlendirme Kriteri	Puan	Aldığı puan	Düşünceler
1	Tezini savunma ve inandırma becerisi	20		
2	Karşı görüşü çürütme	15		
3	Dili iyi kullanma	15		
4	Zamanı iyi kullanma	15		
5	Beden dilini etkili kullanma	15		
6	Tezi ile ilgili belgeleri kullanma	10		
7	Konuya hâkimiyet	10		

- Konu münazara tekniği ile tartışılacak.
- Tartışma grupları ve savunacakları görüş belirledikten sonra etkinlik, aşağıdaki belirtilen kurallara göre yapılacak ve yukarıda belirtilen kriterlere göre değerlendirilecektir.

Kurallar:

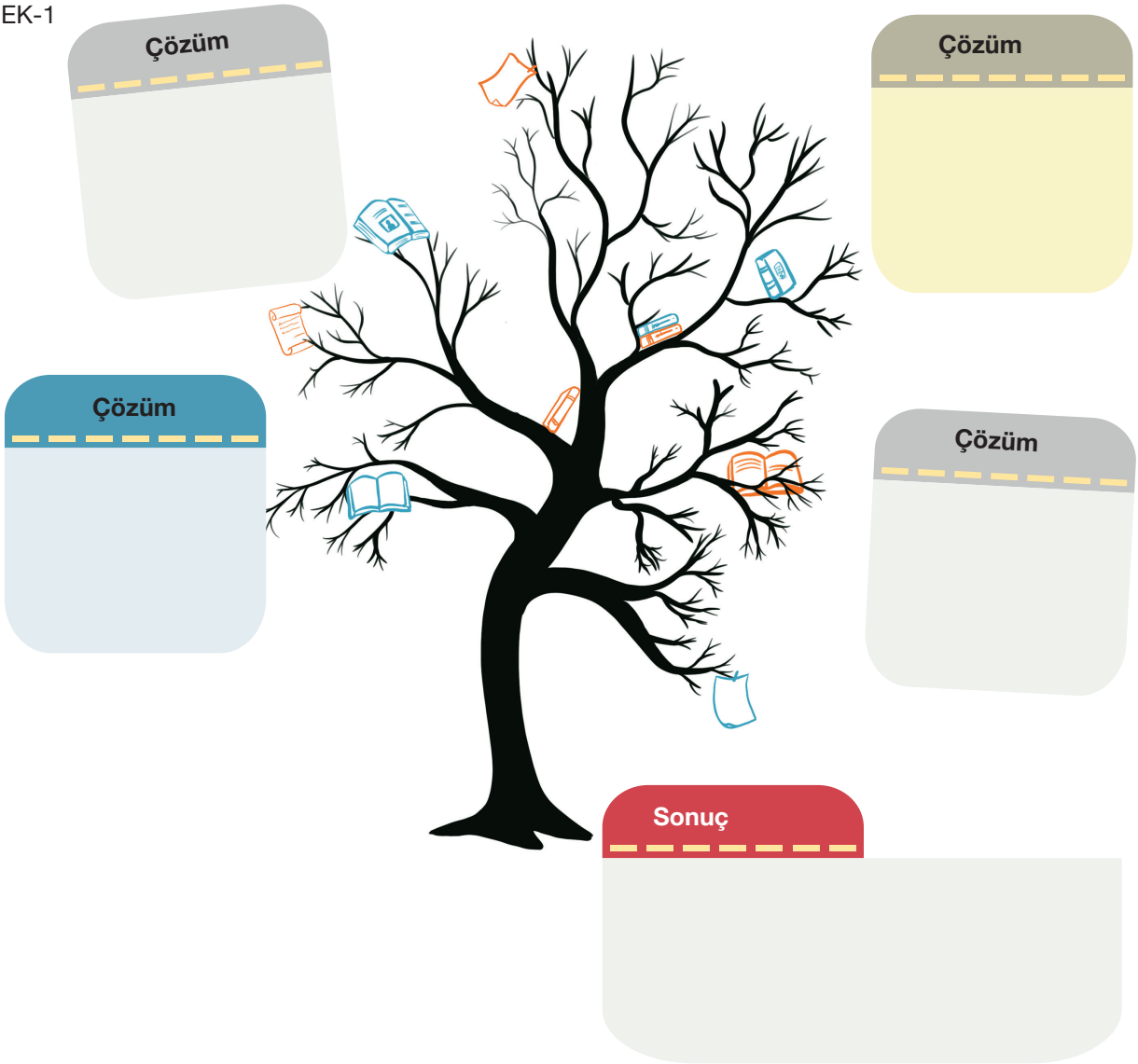
1. Konuşmalar net ve anlaşılır, aynı zamanda etkileyici ve inandırıcı olmalıdır.
2. Ses iyi ayarlanmalı, konuşma konu dışına çıkmamalıdır.
3. Taraflar birbirini çok iyi dinlemeli, eksik ve hatalı noktaları not alarak ona göre eleştirmelidir.
4. Görüşlerini sunarken farklı biçimlerde destekleyici görsel, sayısal, örneklerden yararlanılabilir.
5. Zaman iyi değerlendirilmelidir.
6. Kelime ve kavramlar doğru kullanılmalıdır.
7. Beden dili iyi ve etkili kullanılmalıdır.
8. Münazarada önemli olan 'doğru'yu bulmak değildir. Grupların düşüncelerini nasıl savunduğu ve karşı tarafı nasıl etkilediğidir.
9. Süre bitince gruplar yerinde beklerken puanlama yapılır ve kazanan grubun iyi olduğu yanlar; kaybeden grubun ise zayıf olduğu noktalar belirtilerek tartışma sonuçlandırılır.
10. Kabul gören sonucu, gruplar olgunlukla karşılamalıdır.

SIRA SİZDE

ÇÖZÜM AĞACI

- Öğretmen sınıfa Ek-1'deki "Çözüm Ağacı" görselini dağıtır.
- Öğrenciler birer meslek seçerler ve şu anda o meslekte çalıştıklarını ve başarılı olduklarını düşünürler.
- Seçtikleri meslek aracılığıyla hangi problemi çözebileceklerini tespit ederler.
- Bu çözüm önerilerini çözüm ağacına yazarlar.
- Daha sonra öğretmen birkaç kişiye mesleğini, sorunlarını ve çözümlerini okutur.
- Sınıfça oylama yapılarak en güzel çözüm önerileri panoya asılır.
- Sonuç olarak, bu çözümlerin yaşamımızda neleri düzelttiği sınıfta konuşularak etkinlik sonlandırılır.

EK-1



ÖLÇME DEĞERLENDİRME 3.3

A) Aşağıda verilen cümlelerde yer alan boşlukları uygun kavramlarla doldurunuz.

1. Kitle iletişiminde _____ tek kişi değil, örgütsel bir yapıdır.
2. _____ hedef kitlenin kaynağa verdiği tepkidir.
3. Türkiye'de ilk özel gazete, _____.
4. _____ hedef kitleleri tanımlıdır ve ortak özelliklere sahiptir.
5. _____ en önemli özelliği her yerde dinlenebilmesidir.
6. 9. Görsel ve işitsel duyulara yönelik olması _____ etkili kılar.
7. 10. 17.yüzyılda _____, ilk mekaniksel hesap makinesini yaparak bilgisayar teknolojisinin önünü açacaktır.
8. 11. İnternet olgusuyla beraber günümüzü bir "_____" olarak nitelendirmek mümkündür.
9. 12. Matbaa ve kâğıda gerek olmadan tamamen dijital ortamda sürdürülen yeni gazete yayımcılığı _____.

B) Aşağıda verilen soruların doğru yanıtını işaretleyiniz.

1. Aşağıdakilerden ifadelerden hangisi sanayi devrimi ile ilgili söylenemez?

A) Bürokrasi başlar.
B) Çekirdek aile yapısı ortaya çıkar.
C) Kitle kavramı ortaya çıkar.
D) Kentleşme olgusu başlar.
E) Seri üretim yapılır.

2. 'Dördüncü güç' nitelemesi aşağıdaki kavramlardan hangisi için kullanılmıştır?

A) Kitle
B) Yargı
C) Yürütme
D) Yasama
E) Medya

3. Aşağıdakilerden hangisi kitle iletişiminde kitleyi oluşturanların özelliklerinden değildir?

A) Heterojendir (Ayrışık).
B) Anonimdir.
C) Geleneksel bağları güçlüdür.
D) Aralarında sıkı bağları yoktur.
E) Birbirinden ayrıdır.

3.4. GRUP İLETİŞİMİ

HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. Yaşadığınız çevrede çeşitli amaçlarla insanlar tarafından oluşturulmuş grupları inceleyiniz. Grup çeşitlerini not alınız.
2. İçinde bulunduğunuz bir grup var mıdır? Gruptaki arkadaşlarınızı, ilişkinizi gözden geçiriniz.
3. Sizce her insan bir gruba katılmalı mıdır? Nedenini düşününüz.

3.4.1. Grup Tanımı

Toplumsal hayatımız çeşitli gruplardan oluşur. Bireylerin oluşturduğu birçok örgütsel, sınıfsal yapılar toplumu oluşturan temel katmanlardır. Gruplar yapısı, yaygınlığı ve etkileri itibariyle bu noktada en önemli katmanlardan birisidir. Her bireyin mutlak biçimde içinde bulunduğu, yer aldığı bir grup vardır. Bu gruplar aile, arkadaş, sanal gruplar, çalışma, dinsel, ulusal, mesleki gruplar vb. şeklinde olabilir (Görsel 3.18).

Birey aynı zamanda birden fazla grubun üyesi olabilir.

Görsel 3.18: Grup kimlerden oluşuyor?

Genel Türkçe sözlükte grup, görüşleri, çıkarları bir olan kimseler bütünü, ekip olarak tanımlanır. Sosyal bilimlerin ilgilendiği grup kavramı için genel bir tanımının yapılması zor ama sosyal psikolojiye göre aşağıdaki özellikleri sahip herhangi bir topluluk grup olarak kabul edilebilir:

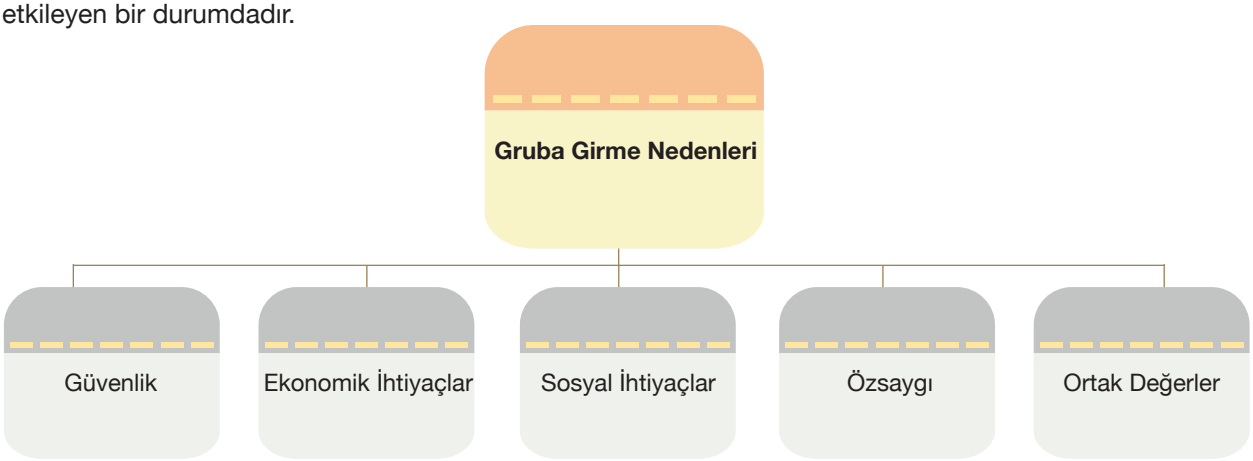
- Bireyler arasında bir etkileşim olması,
- Birbirinin farkında olmaları,
- Kendilerini bir grup olarak algılamaları,
- Ortak bir beklenti ve amaç için etkileşimde olmaları [3.15].

Bu maddeler ışığında bakarsak herhangi bir insan topluluğu grup değildir. Örneğin, benzer nitelikteki kavramlara, “yığın” ve “kalabalık” ile grup arasındaki farklılıklara bakalım. Grup, belli bir amaç ve ortak bir hedef için bir araya gelen, grup üyeleri arasında görece bir süreklilik ve aralarında bir etkileşim söz konusu olan topluluktur. Ama ‘yığın’ kavramı için durum böyle değildir. Yığın, bir biçimde, kısa süreliğine ve geçici bir nedenle bir araya gelmiş insan topluluğudur. Örnek olarak herhangi bir kuyrukta bekleyen insanlar verilebilir. Yığında bir araya gelmelerinde bir neden, ortak bir hedef yoktur. O anda, kısa bir süre için bir araya gelmiş insanlardan oluşur.

Aynı şekilde kalabalık ise, çok sayıda insanın çeşitli nedenlerle kısa süreliğine bir araya gelmesiyle oluşan ve örgütlü olmayan insan topluluğudur. Burada yine ortak bir amaç ve süreklilik yoktur. En önemlisi aralarında bir etkileşim yoktur. Grup, ortak bir amacı gerçekleştirmek üzere bir araya gelen, ortak kararların

ve kuralların belirlendiği, en az iki kişiden oluşan, görece belli bir süre için sosyal etkileşimde bulunan, 'biz duygusu'na sahip insan topluluğudur. Toplumsal grupları kesin hatlarla birbirinden ayırmak çok zordur. Örneğin; komşu, arkadaş, okuldaki gruplar gibi.

Grupların oluşum nedenleri çok farklıdır. Birey birçok nedenden dolayı gruba dâhil olabilir ya da gruptan ayrılabilir. Birey grubu kendine yakın hissedip yalnızlığını giderir. Kendini güvende hisseder. Bununla birlikte grubun problem çözme ve karar verme, ortak çalışma, üretme, paylaşma, yardımlaşma gibi birçok konuda bireye katkısı vardır. Bir gruba üye olarak birey; saygınlık, itibar, statü ve tanınma gibi sosyal değerler de kazanarak, toplumsal bir varlık olduğunu kanıtlar (Şekil 3.5). Grup üyesi birey hem etkilenen hem de etkileyen bir durumdadır.



Şekil 3.5: Bireylerin bir gruba girme nedenleri

3.4.2. Grup Dinamiği

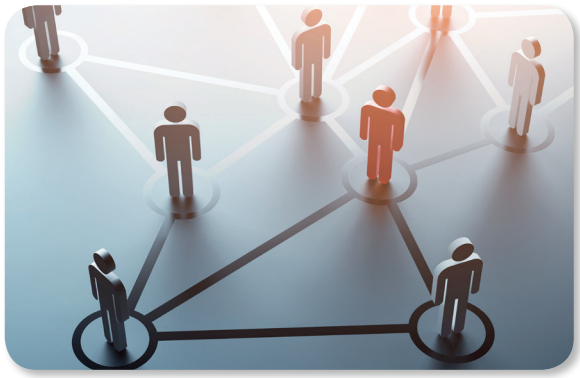
Grup dinamiği, bir grup içinde veya toplumsal gruplar arasındaki ilişkilerin davranışsal ve psikolojik süreçlerini kapsar. Özellikle toplumsal problemleri çözümlemek için grup dinamiği üzerinde çalışmalar yürütülmektedir. Daha çok psikoloji ve sosyoloji ile ilişkili olan grup dinamiği, birçok disiplinin üzerinde çalışmalarını yürüttüğü bir konudur. Örneğin, Muzafer Sherif (1935) ve Kurt Lewin (1939)'in yaptığı laboratuvar çalışmalarında, grup üyelerinin zaman içerisinde aynı biçimde karar vermeye, aynı biçimde düşünmeye hatta aynı biçimde hissetmeye başladıkları saptanır.

Davranışsal ve psikolojik süreçleri etkileyen faktörler grup dinamikleridir. Grup dinamiği; grubun işleyişi, grubun nasıl ortaya çıktığı, gruptaki değişikliklerin nedenleri ve sonuçları gibi durumlarla ilgilenir. Grup dinamiği hem grup içi hem de grup dışı faktörleri kapsar.

3.4.3. Grup Normu

Her grubun yapısını belirleyen birtakım normlar/kurallar vardır. Grup amaçlarına ulaşmak için bütün üyelerin uzlaştıkları belli bir anlaşma sistemi vardır. Birey bu kurallara uyduğu sürece ödüllendirilir. Uymadığında bir şekilde grup kuralları hatırlatılır (Görsel 3.19).

Gönüllü olmanın belirleyici olduğu gruplarda katı kurallar olmazken büyük idealler etrafında bir araya gelen (ırksal, etnik, dinsel vb.) gruplarda kurallar oldukça katıdır. Geleneksel aile yapısında grup normları katıdır.



Görsel 3.19: Kurallar ve sorumluluklar

Modern kent ailelerinde ise grup üyeleri daha serbest, grup normları ise daha esnektir. Grup normlarının grup üyelerinin sorumluklarını yerine getirmede düzenleyici ve belirleyici işlevi vardır. Aynı zamanda normlar grupların sahip olduğu değer ve inançlarını yansıtır. Grubun sürekliliğini sağlamada katkısı bulunur ve son olarak grubun faaliyetlerini sürdürürken işleyişin aksamasını önleyici bir işlevi vardır

3.4.4. Grup Yapısı

Grup dinamiklerinden olan grup yapısının birçok açıdan tanımı yapılabilir. Örneğin biçimsel yapılarda üyelik, grubu kuranlar tarafından yapılan atama ya da görevlendirme ile sağlanırken biçimsel olmayan gruplarda üyeliğe giriş ve çıkış gayrı resmî ve belirsizdir [3.15].

Grup homojen bir yapıya sahip ise birçok konuda daha hızlı gelişme gösterirler. Grubun yapısı farklılıkları barındırıyorsa yani farklı becerilere, deneyimlere sahip üyelerden oluşuyorsa grup yaratıcılık konusunda daha avantajlıdır.

Grubun büyük olması 'koordinasyon' ve 'karar alıp-verme' süreçlerinde emek ve zaman kaybına neden olacaktır. Çünkü iletişim, yani grup üyelerinin kendi aralarında oluşturdukları etkileşim biçimi, grubu diğer topluluktan ayrı tutan temel özelliktir. Her bir grup üyesinin üstüne düşen bazı görevleri vardır. Bireyin üstüne düşen görev, kendisinden beklenen sosyal rolü yerine getirmesidir. Bunlar birtakım tutumlar ve davranışlardır.

Birey birden fazla gruba üye olabilir. Her grupta üstlendiği rolün sorumluluklarını yerine getirmelidir. Örneğin, evde anne ya da baba rolündeki birey, iş yerinde çalışan bir ücretli, sendikada bir üye, dernekte bir yönetici olabilir. Her grubun üyelerinden birisi grubun lideri konumundadır. Bu liderin sahip olduğu özellikler gruba da yansımaktadır. Grubun çeşidi aynı zamanda liderin konumunu, gücünü ve yetkilerini de etkilemektedir. Örneğin, arkadaş ya da meslek gruplarında liderin özelikleri gruba da yansır.

Amaçları büyük olan gruplarda lider çok önemlidir. Lider mutlaka olmalıdır ve temel birtakım görevleri yerine getirmelidir; grubun bütünlüğü, sürekliliği, sorunlarına çözüm bulmak gibi. Böyle bir grubun lideri karizmatik, güçlü hatta otoriter bir anlayışa sahip olmalıdır.

Bazı gruplarda bir üye özellikleriyle ve grubun onayıyla grubun lideri durumuna gelebilir. Başka bir biçimde grubun liderliğine seçilen kişi, grubun öngördüğü yeterliliklere sahip değilse liderliği sonlandırılır. Lider, grubunu hem içerde hem de dışarıda iyi temsil etme yeteneğine ve yeterliliğine sahip olmalıdır.

ETKİNLİK

Çevrenizdeki insanlara neden bir gruba katılma ihtiyacı duyduklarını sorunuz. Elde ettiğiniz bilgileri sınıfınıza sununuz.

3.4.5. Birey ve Grup ilişkisi

Toplumsal yaşam içinde birey doğası gereği sürekli diğer bireylerle etkileşim halindedir (Görsel 3.20). Bu etkileşim genellikle gruplar üzerinden gerçekleşmektedir. Gruplar toplumu oluşturan küçük yapıtaşlarıdır. Herhangi bir toplumu doğru analiz etmenin yolu gruplardır.

Biçimsel ya da biçimsel olmayan yollarla oluşturulan gruplar, birey davranışını belirlemede etkin bir role sahiptir. Grup,

Görsel 3.20 : Birey ve grup etkileşimi

bireyin davranışları üzerinde ciddi bir etki gücüne sahipken aynı şekilde birey de grubun davranışları üzerinde benzer bir etkiye sahiptir. Bireyin bir grubun üyesi olarak sahip olduğu avantajlar;

- Grupların tek bir bireye göre daha yaratıcı olması,
- Grupların bilgi kaynağı olması,
- Bir grubun içinde olmanın öğrenmeyi daha etkin hale getirmesi,
- Herhangi bir konuda karar alma durumunda grup içindeki bireyin, söz konusu konu hakkındaki tartışmaya katılmış ve grubun amacına hizmet edecek kararın alınmasında yardımcı olmuşsa kendini tatmin olmuş hissetmesi,
- Grup içinde farklı görüş ve düşüncelerin, kişilerin gelişimine hizmet edecek biçimde sunulması,
- Bazı görevlerin karmaşık olması ve çok miktarda bilgiyi hatırlama, yeniden örgütlemeyi gerektirmesidir.

Buna karşılık bir gruba üye olmanın dezavantajları;

- Çatışmadan kaçınma eğiliminde olan bazı grup üyelerinin, çoğunluğun sahip olduğu hâkim fikre katılmaları için diğer grup üyelerini baskılayabilmeleri,
- Müzakere esnasında grup içindeki bir bireyin müzakereye hükmetmeye çalışabilmesi,
- Grup içindeki bazı bireylerin, diğer grup üyelerine güvenerek üzerlerine düşen işi yapmama eğiliminde olabilmesidir [3.10].

3.4.6. Arabuluculuk

Günümüz insanı, kişiler arası iletişimde sorunlarını çözmek için barışçıl çözümler bulma çabasındadır. Son yıllarda dünyada günlük hayatta karşılaşılacak her türlü anlaşmazlık için iki tarafında kabul edeceği barışçıl çözümler bulmak amacıyla arabuluculuk yöntemi kullanılmaya başlandı.

Arabuluculuk, taraflar arasında uyuşmazlık olduğunda, tarafsız bir kişinin yardımı ve yönlendirmesiyle soruna çözüm bulmaya, ilgili makamlara götürmeden çözmeye dair uygulanan öneri ve tekniklerdir [3.16]. Arabuluculuk iş, aile, okul gibi birçok alanda uyuşmazlıklar için bir çözüm yöntemi olarak kullanılmaya başlanmıştır.

3.4.6.1. Akran Arabuluculuğu

Öğrenciler okullarda sosyal, ekonomik, kültürel farklılıklarla bir araya gelirler. Okulda aynı ortamı paylaşır, kaynaşmaya ve bütünleşmeye çalışırlar. İşte bu farklılıklar nedeniyle kişiler arası çatışmalarla karşılaşılabilir. Farklı deneyim, aile yapısı, etnik köken, dil, din gibi, istek, hedef, amaç ve tercihleri farklı olan öğrencilerin bir arada yaşama ve öğrenme süreçleri zor olabilir [3.17].

Akran arabuluculuğu yakın yaşlardaki gençlerin aralarındaki sorunun, akran arabuluculuk eğitimi almış kendi arkadaşları tarafından, iki tarafın da kabul edeceği bir sonuca vardırılmasını sağlayan planlı bir süreçtir. Bu süreçte öğrenciler sorunlarını şiddete başvurmadan çözebilmeyi, kendini ifade edebilmeyi ve yetişkinlerin denetimine ihtiyaç duymadan sorunları nasıl çözeceklerini öğrenirler. Okul tarafından ya da kendi seçimleri ile atanan arabulucu akranları aracılığıyla gençler, uyuşmazlıklarını şiddete başvurmadan çözme yollarını öğrenirler. Akran arabuluculuğunda, kimin haklı kimin haksız olduğuna karar verilmez. Öğrencilere aralarındaki sorunu aşarak, farklılıklara rağmen toplumda beraber yaşama ve ne kadar sinirlenseler de kavganın asla bir çözüm olmadığı öğretilmektedir.

Akran arabuluculuk uygulamaları öğrencilere, kendilerini, isteklerini, duygularını ifade etmeyi ve uyuşmazlıkları kontrol edebilmek için iletişim yollarını öğretir. Ayrıca diğer arkadaşlarının hissettikleri ile düşündüklerini dinlemeyi ve kendi sorunlarının üstesinden kendilerinin gelme yollarını öğretmeyi amaçlar. Bu sürece katılan öğrenciler, ister arabulucu ister taraflardan biri olsun, sorunların çözümünde barışçıl bir yöntem öğreneceklerdir. Uyuşmazlıklarını kendi aralarında çözen öğrenciler, bu eğitim ile hayatları boyunca uyuşmazlıkların çözümünde kullanabilecekleri yöntemler öğrenmiş; okul hayatı, özel ve iş hayatlarında kullanacakları iletişim becerilerini kazanmış olacaklardır.

Akran arabuluculuk eğitimiyle, okul idaresi ve öğretmenler tartışmalarla uğraşmaya daha az zaman harcar; öğretime ayrılan zaman artar. Kendilerini okulun bir parçası olarak değerli hisseden öğrencilerin okula bağlılığı ve okul başarısı artar, devamsızlık sorunları çözülür. Böylece okullarda güvenli ve huzurlu bir ortam oluşur, ortamdan kaynaklanan eğitimin kalitesi yükselir. Okullarda arabuluculuk uygulamaları, öğrenci, öğretmen ve veliyi kapsadığı için çocukların geleceğine yapılan yatırım ve toplumda huzur ve barış kültürünün oluşması için son derece gerekli çalışmalardır.

Arabuluculuk Eğitimi sonunda öğrenciler;

- Hoşgörülü olmayı,
- Yenilikçi fikirler üretmeyi,
- Kendilerini doğru ifade etmeyi,
- Verimli iletişimin yöntemlerini,
- Şiddete başvurmadan, hakkını aramayı,
- Arkadaşlık ilişkilerini geliştirmeyi,
- Diğerlerine karşı daha saygılı olmayı,
- ·Ergenlik dönemi sorunlarını daha kolay atlatmayı öğrenirler [3.16].

3.4.7. Grup Çeşitleri

Toplumsal yaşam içerisinde grupların yeri çok önemlidir. Grupların büyüklüğü, amaçları, etkileri itibariyle toplumsal yapıyı oluştururlar. Grup kavramı çok kapsamlı ve önemli olduğu için farklı sınıflandırmalar yapılmıştır.

• Yapılarına Göre Toplumsal Gruplar (Bireyler Arası İlişki Ölçüsüne Göre)

Alman sosyolog Ferdinand Tönnies (Tönyes) (1855- 1936)'e göre iki ilişki ve bu ilişkiden yola çıkarak iki toplumdan söz eder. İkisi arasındaki üç temel nokta; büyüklük, amaç ve duygusal yoğunluktur.

Gruplardan **topluluk** olarak belirttiği yapıda nüfus azdır. Toplumsal yapıda gelenek ve görenekler etkili olup resmi olmayan bir ilişki biçimi vardır. Akrabalık ve ortak yaşam bilinci önemlidir. En önemlisi biz duygusu ön plandadır.

Toplum olarak belirtilen yapıda ise ilişkilerde kurallar yazılı ve sistemlidir. Ben duygusu ön plandadır ve bireysellik belirgindir. Kentleşme ile ortaya çıkan bu yapıda ilişkiler çıkar ilişkisine dayanır. Mesleki farklılaşma önemlidir. Kamuoyu baskısı ilişkilerde etkilidir.

• Dayanışma ve İş Bölümüne Göre Gruplar Emile Durkheim (Dürkhaim) (1858-1917)

- Mekanik Dayanışmalı Gruplar
- Organik Dayanışmalı Gruplar

• Toplumsal İlişki Biçimine Göre Gruplar

Amerikalı sosyolog Charles Cooley (1864-1929) tarafından yapılan sınıflandırmadır. Buna göre;

Birincil gruplarda bireyler arasında mahremiyet önemlidir ve etkileşim yüz yüzedir. Bireyler birbirlerini birçok yönden iyi tanır. Grupta biz duygusu ön plandadır ve grup dayanışması yüksektir. Dolayısıyla üyelerin grupla ilişkisi sürekli ve güçlüdür. Aralarındaki yardımlaşma ve işbirliği söz konusudur. Bu grubun yapısını oluşturmada din, gelenek ve görenekler belirleyicidir.

İkincil gruplarda ise aksine üyelerin grupla ilişkisi zayıftır. İlişkiler geçici, resmi ve bireyseldir. Üyeler birbirlerini iyi tanımazlar. Esas olan bireylerin statü ve rollerdir. Ben duygusu gelişmiştir.

• Kuruluş Biçimlerine Göre Gruplar

- Geçici Gruplar
- Sürekli Gruplar
- Devirli (Periyodik) Gruplar
- Resmi Gruplar
- Resmi Olmayan Gruplar [3.18].

• Katılış Biçimlerine Göre Gruplar

- Açık Gruplar
- Kapalı Gruplar
- Koşula Bağlı Gruplar

• Referans Grupları

Tutum ve davranışların oluşumunu sağlayan birey için ideal gruplardır. Bu gruba üye olmak bir ayrıcalıktır ve aynı zamanda bireye sosyal bir itibar sağlar. Referans grupları bireylerin üyesi olmadıkları ama olmak istedikleri gruplardır. Moda grupları, müzik grupları örnek verilebilir.

• Üyelik Grupları

Bireyin birden fazla gruba aynı anda üye olabildiği, etkileşimde bulunduğu, kendi statüsünü tanımlamak için geliştirilmiş gruplardır. Aile, dini, politik, sosyal gruplar bu türden gruplardandır.

• Üye Sayısına Göre Gruplar

- Küçük Gruplar
- Orta Büyüklükte Gruplar
- Büyük Gruplar

• Görevlerine Göre Gruplar

- Tek Görevli Gruplar
- Çok Görevli Gruplar [3.10].

• Çalışma Grupları

Bu gruplar belli zaman dilimleri içinde, belli bir konuda çalışma yapmak üzere bir araya gelen bireylerden oluşur (Görsel 3.21). Bu çalışma bitince grup dağılır. Katılımda genellikle gönüllülük esastır. Örnek olarak seminer grupları, okullardaki çalışma grupları, akademik çalışma grupları verilebilir.

3.4.8.1. Birincil Gruplarda İletişim

Bu grubu oluşturan bireyler arasında yakın ilişki vardır. Birey grupla ilişkisinde, yakın, samimi ve yüz yüze katılım sağlar. Birbirine yakın bireylerin oluşturduğu grup biçimi olduğu için (aile, arkadaş, komşu, akraba ve oyun grupları gibi) birbirleriyle her durumda tam bir paylaşım vardır. Birbirlerinin sevincini, kederini, mutluluğunu ya da hüznünü paylaşırlar (Görsel 3.22).

Görsel 3.22: Birincil gruplardan aile

Birbirlerini bilir ve tanırlar. Statü farkı yoktur. İlişkiler yakın ve paylaşım esaslı olup 'Biz duygusu vardır. Resmi bir bağ yoktur ve birbirlerine güven ve inançları tamdır. Grubun kuralları yerleşik olan durumlara (gelenek, görenek, töre vs.) bağlıdır. Kurallara uyulmadığında daha çok kınama ya da dışlama şeklinde gerçekleşir.

Grubun menfaati bireyinkinden üstündür. Görev ve sorumluluklar bellidir ve üye bunu özgür iradesiyle yapmaktadır. Birincil gruplarda iletişim, grup üyelerinin istediği zaman ve grup amaçlarının gerektirdiği ölçüde gerçekleşebilir. Duygusal doyum önemli bir yer tutar. Birincil grupta iletişim çift yönlü olmalıdır. Kesin kurallar olmamalıdır. Bu grupta iletişimde sözlü unsurlar kadar sözsüz unsurlar da kullanılmalıdır. Bireyi doyuma ulaştıracak ilişkiler kurmasını sağlar. Bunlar yakın ilişki halinde gerçekleşir.

3.4.8.2. İkincil Gruplarda İletişim

İkincil gruplarda iletişim resmidir (formal). Bireyler arasındaki bu iletişim belli kalıplara ve kurallara göre sürdürülür. Aynı zamanda bu gruplarda insanlar arasındaki karşılıklı yükümlülük ve hakları; yasa, tüzük ve yönetmelikler belirler. Bu ilişkilerde yarar sağlamak ön plandadır. Devlet kurumları, dernekler, şirketler, sendikalar bu kategorideki gruplara örnek verilebilir.

Bu gruplarda yer alan üyenin önemi üstlendiği görev ile sınırlıdır. Dolayısıyla birinci grupta kişilerin ihtiyaçlarının giderilmesi ön plandayken, ikincil gruplarda görevin ne kadar iyi yapıldığı ön plandadır. İlişkilerde duygular değil akıl belirleyicidir.

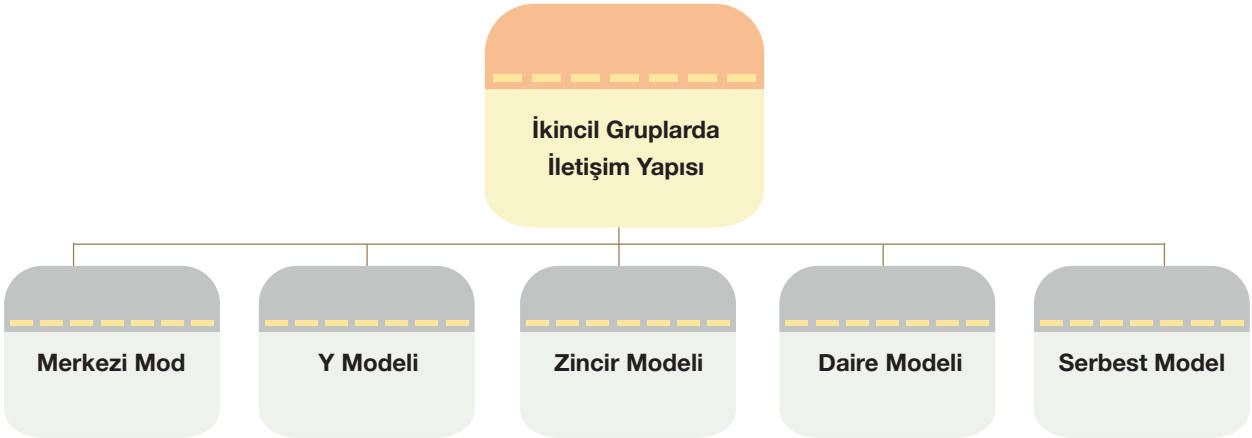
İlişkiler resmi yazışmalar üzerinden gerçekleşir. Statü farkları belirgindir. Üyeler arasında rekabet ve sonucunda 'biz duygusu' yerini 'ben duygusu'na bırakır. Bu özellikleri nedeniyle iş dünyası, askeri kuruluşlar, eğitim, adli kurumlar bu ilişki biçimini tercih eder. Yetkili olanlar bellidir ve yetkiler sıralanmıştır. İşleyiş belli bir tekniğe ve uzmanlığa göredir. Her grubun bir organizasyon şeması vardır.

Gruplarda iletişim kalıpları çeşitli yapılar gösterirler. Bu yapıları asla iletişim belirlemez. Grubun nasıl biçimlendiği ve bu biçimlenmeye bağlı olarak grup içi ilişkilerini nasıl yürüttüğüne bağlıdır.

ETKİNLİK

- **Okulunuzun yönetim kadrosunu araştırarak, okulun yönetim organizasyon şeması örneğini oluşturunuz.**

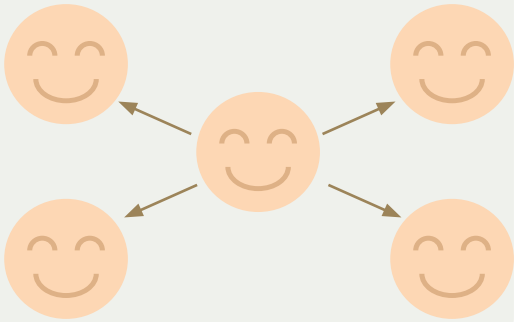
İkincil gruplarda iletişim yapısı farklı modellerle açıklanmaktadır (Şekil 3.6). Bu modeller şunlardır:



Şekil 3.6: İkincil gruplarda iletişim modelleri [3.10]

• Merkezi Model

Bu model otorite ve karar alma inisiyatifinin örgütün en üst yöneticisinde toplanmasını temel alan bir modeldir. Grubun bütün üyeleri merkezi konumdaki yetkili ile bilgi alışverişinde bulunurlar ama kendi aralarında bir iletişim yaşanmamaktadır.



Bu modelde;

- Merkezileşme derecesi yüksek,
- Grup tatmini az,
- Kişisel tatmin yüksek,
- İletişim hız ve doğruluk derecesi çok yüksektir.

• Y Modeli

Merkezi modelden sonra merkezileşme derecesi en yüksek grup iletişim modelini oluşturur. Daha az sayıdaki iletişim kanalına sahiptir.

Bu modelde;

- Önderlik tatmini,
- Merkezileşme derecesi ve hız çok yüksek,
- Kişisel tatmin ve doğruluk derecesi yüksek,
- Grup tatmini ile haberleşme kanal sayısı ise düşüktür.

• Zincir Modeli

Modelde iletişim, üyelerin birbirine yakınlık derecesine göre işlendiğinden, grubun bazı üyeleri izole durumda kalabilir. Zincir tipi iletişim yapısında, uçtaki iki üye sadece bir kişiyle diğerleri ise yanlarındaki iki kişiyle haberleşir. Böylelikle iletişim işlevsel niteliğini yitirerek, bireyler arası ilişkilerin zayıfladığı ve grup verimliliğinin tehlikeye düştüğü bir model oluşur.

Bu modelde;

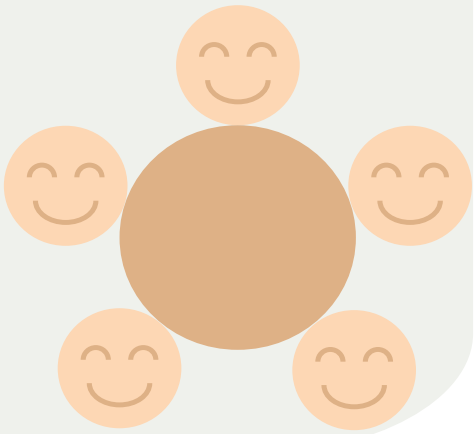
- Merkezileşme derecesi,
- Haberleşme kanalı sayısı,
- Önderlik tatmini,
- Grup tatmini,
- Kişisel tatmin,
- Hız ve doğruluk derecesi yüksek değildir.

• Daire Modeli

Grupta belirgin bir lider yoktur. Bireylerin herhangi biri iletişimi başlatabilir. Grup üyelerinin birbirleriyle iletişim olanaklarının bir hayli fazla olduğu daire modelinde, bir tek kişinin iletişim kurması çok zordur.

Bu modelde;

- Merkezileşme derecesi az,
- Haberleşme kanalının ve grup tatminin orta,
- Önderlik tatmini, hız ve doğruluk derecesinin düşüktür.

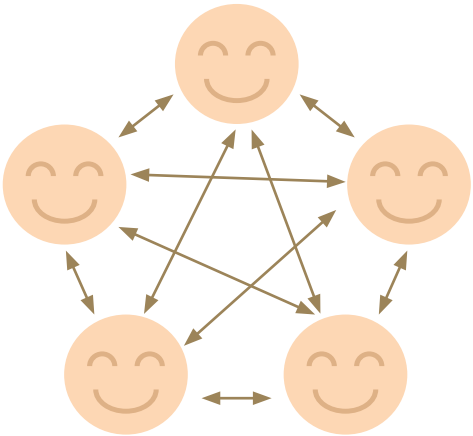


• Serbest Model

Tüm haberleşme kanallarının her zaman ve herkese açık olduğu, herkesin herkese hiçbir kısıtlama olmadan iletişimde bulunduğu demokratik bir modeldir.

Bu modelde;

Merkezileşme ve önderlik tatmini çok az haberleşme kanalı sayısı, kişisel ve grup tatmini çok yüksektir. Ancak, hız ve doğruluk derecesi bu modelde düşüktür.



İletişim modeline göre grup üyelerinin hem grupta yer almak hem de yaptığı iş ile ilgili tatmin olmaları da önemlidir. Merkezi modellerde sadece lider tatminken merkezin dışındakiler tatmin değildir. Herhangi bir örgütsel yapıda kişi karar alma süreçlerine ne kadar çok katılırsa o kadar tatmin edilecek ve motivasyonu yüksek olacaktır.

"Merkezi" yapılı gruplardan "merkezkaç" gruplara gidildikçe üyelerin tatmin düzeyi artmaktadır. Ancak bu tatmin üyelerin bireysel ihtiyaç, özellik ve motivasyonlarına da bağlıdır.

Grupların büyüklüğü yani üye sayısı gruptaki iletişim süreci üzerinde önemlidir. Grup büyüdükçe üyeler arasındaki iletişim daha karmaşık bir hâl alacaktır. Büyük ve farklı özelliklere sahip bir grupta tüm üyelerin doğrudan iletişim kurmaları zorlaşacaktır. Küçük bir grup için serbest modelin işlevsel olduğu söylenebilirken aynı modelin büyük bir grup için işlevi zor olacaktır.

Gruplarda statü, üyelerin hakları ve sorumluluklarını ifade ederken rol, grup içinde her bir üyeden beklenen davranışlar topluluğudur. Grupta üyeler arası rol ve statü farklılığının artması genellikle, iletişimi güçleştirici bir etki göstermektedir.

UYGULAMA FAALİYETİ 3.4.1

GRUP OLUŞTURALIM

Dersin öğretmeni grup çeşitlerini sıralandıktan sonra özellikle grup içi iletişim ve grup kurallarının önemini yeniden özetler. Daha sonra aşağıda verilen özellikler doğrultusunda öğrencilerin drama çalışması yapmalarını ister.

Grup üyeleri arasında iletişimi geliştirme yolları aşağıdaki gibidir:

1. Açık ve destekleyici bir ortamı teşvik etmek
2. İşbirlikçi bir iklim yaratmak
3. Sürekli gelişimi teşvik etmek

Verilen özelliklere uygun grup çeşidini belirleyip drama çalışması yapınız.

Örneğin, bir arkadaş grubunda bu yolları nasıl oluşturabiliriz?

SIRA SİZDE

MUAZZAM BİR FARKINDALIK!

Dürüstlüğün 3 Çeşidi (Hangisi sizsiniz?)

Dürüstlüğün de çeşitleri var.

Öyle ki, "gerçek dürüstler" var bir de "dürüst görünenler" ve "durum dürüstleri" olanlar…

Peki, Hangisi sizsiniz?

Pof. Dr. Nevzat Tarhan anlatıyor: "Hiç kimsenin doğru yolu izlemekle yolunu şaşırıp kaybolduğunu görmedim' sözü eğitimcilerin çocuğa dürüstlüğü anlatırken söyledikleri söz. Doğru yolu izlerken neyin doğru, neyin yanlış olduğunu belirleyen rehberler biyolojik eğilimler, kişinin vicdanı ve toplumun çizdiği sınırlardır.

Gerçek dürüstler, çıkarlarına ters olsa da sözlerinde dururlar. İnanmadıkları şeyi yapmazlar. Her türlü etki karşısında sonuna kadar direnirler. Niyetleri, düşündükleri, söyledikleri ve yaptıkları hep uyum içindedir.

Dürüst görünenler, başkalarını aldatmak için maksatlı şekilde doğru davranış sergilerler. Bu tipleri günlük hayatta hemen fark edemeyiz ama herhangi bir hatalarında suçluluk, pişmanlık duymamaları sebebiyle kolayca tanınabilirler. Yahut alışmadıkları ve beklemedikleri bir durum karşısında kolayca çözülmeleri sebebiyle diğerlerinden rahatça ayrılabilirler. İnsanlardan kolay güven uyandırıp onları aldattıkları için uzun süreli ilişkilerde kendilerini ele verirler. Sık sık dürüstlük mesajları veren kişilere bu yüzden dikkat etmek gerekir. Zira bunların iç dünyalarında ayartıcılık, baştan çıkarcılık, ikiyüzlülük önemli rol oynar. Baskıcı ortamlarda bu tip dürüstlük daha yaygındır.

Durumsal dürüstler ise, bulundukları ortam başka türlüsüne imkân vermediği için dürüst davranırlar. Yaşadıkları yerde ödül ve ceza mekanizması iyi yapılandırılmıştır. Şartlara göre ahlaklı davranış sergilerken, şartlar uygunsa dürüstlüğü hiçe sayan davranışlarda bulunabilirler."

ÖLÇME DEĞERLENDİRME 3.4

A) Aşağıda verilen cümlelerde yer alan boşlukları uygun kavramlarla doldurunuz.

1. _____ çok sayıda insanın çeşitli nedenlerle örgütlük olmadan kısa bir süreliğine bir araya gelen insan topluluğudur.
2. _____ bir biçimde ve kısa süreliğine ve geçici bir nedenle bir araya gelmiş insan topluluğudur.
3. Grubun kişiler arası iletişimden farkı iletişime giren tarafların sayısının _____ olmasıdır.
4. _____ üyesi sayısı az ve yoğun etkileşimin olduğu aile, akrabalık gibi gruplara denir.
5. Spor yarışmaları, belli bir konuda yapılan akademik çalışmalar _____ örnektir.
6. Tutum ve davranışların oluşumunu sağlayan birey için ideal gruplara _____ denir.
7. _____ grubun kendi içi ve çevresiyle olan ilişkilerinin bir fonksiyonudur.

B) Aşağıda parantez içinde verilen kavramları boşluklara doğru bir şekilde yazınız.

(Daire Modeli, Zincir Modeli, Y Modeli, Merkezi Modeli)

1. Merkezileşme derecesi yüksek, grup tatmini az, kişisel tatmin yüksek ve iletişim hız ve doğruluk derecesi çok yüksektir. (_____)
2. Önderlik tatmini, merkezileşme derecesi ve hız çok yüksek, kişisel tatmin ve doğruluk derecesi yüksek, grup tatmini ile haberleşme kanal sayısı ise düşüktür. (_____)
3. Merkezileşme derecesi, haberleşme kanalı sayısı, önderlik ve kişisel tatmin, hız ve doğruluk derecesi yüksek değildir. (_____)
4. Merkezileşme derecesinin az, haberleşme kanalının ve grup tatmininin orta, önderlik tatmini, hız ve doğruluk derecesinin düşük olduğu bir modeldir. (_____)

C) Aşağıda verilen soruların doğru yanıtını işaretleyiniz.

1. **Aşağıdakilerden hangisi sosyal psikolojinin bakış açısına göre grup özelliği değildir?**

   A) Kendilerini bir grup olarak algılama.
   B) Rastlantı sonucu kısa bir süre için bir araya gelmek.
   C) Etkileşim halinde olma.
   D) Psikolojik olarak birbirlerini fark etme.
   E) Bir amaç için bir araya gelme dürtüsüyle etkileşimde bulunma.

2. Aşağıdakilerden hangisi grup normu işlevlerinden <u>değildir</u>?

A) Sorumlulukların yerine getirmede düzenleyici ve belirleyicidir.
B) Grup özelliklerini yansıtır.
C) Grubun sürekliliğini sağlar.
D) Grubun ömrünü belirler.
E) Faaliyetlerin aksamadan işlemesini önleyici işleve sahiptirler.

3. Aşağıdakilerden hangisi yapılarına göre gruplardan topluluk özelliğidir?

A) İlişkiler yüz yüzedir.
B) Nüfuz yoğundur.
C) Bireysellik ağır basar.
D) Yazılı kurallar esastır.
E) Kentleşmeyle beraber ortaya çıkmıştır.

4. Aşağıdakilerden hangisi ikincil grupların özelliklerindendir?

A) Bireyler arasında yakın ilişki vardır
B) Bireyin grupla ilişkisi yüz yüzedir
C) İletişim resmidir
D) Statü farkı yoktur
E) Biz duygusu vardır

5. Bir grup içinde veya toplumsal gruplar arasındaki ilişkilerin davranışsal ve psikolojik süreçlerini kapsar, tanımı aşağıdaki kavramlardan hangisi için geçerlidir?

A) Grup yapısı
B) Grup normu
C) Grup dinamiği
D) Birey grup ilişkisi
E) Grup iletişimi

6. Aşağıdakilerden hangisi bireyin bir gruba dâhil olma nedenlerinden birisi <u>değildir</u>?

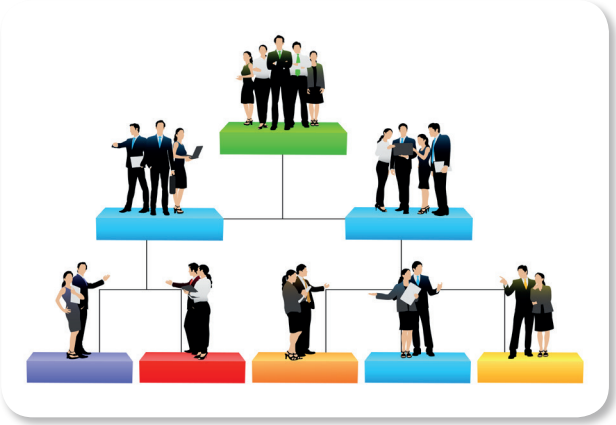
A) Güvenlik
B) Ekonomik
C) Özsaygı
D) Sanatsal
E) Ortak değerler

3.5. ÖRGÜTSEL İLETİŞİM

HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. Yaşadığınız çevrede bulunan yasal örgütsel yapılar sizce hangileri olabilir?
2. Devlet kurumları ile özel işletmelerin örgütsel yapıları arasında sizce fark var mıdır?

Toplumsal yaşamda gerekli ihtiyaçların giderilmesi için örgütler ortaya çıkmıştır. İnsanoğlu yerleşik hayata geçerken birtakım ihtiyaçlarını gidermek için örgütlü olmak zorundaydı. Çünkü insanlar tek başına, başkalarının yardımı olmadan ihtiyaçlarını karşılamayacaklarını anlamışlardı. Belirlenen amaçlara ulaşmak ve daha düzenli bir yaşam için iş birliği ile güçlerini birleştirdiler ve günümüz yaşam koşullarının ilk temellerini attılar. Nitekim günümüz modern zamanlarının en belirgin özelliği sahip olduğu örgütlü yapılardır.



Görsel 3.23: Örgütsel yapının bileşenleri

Birey tıpkı grupta olduğu gibi doğduğu andan itibaren örgütlü yapılarla sürekli ilişki halindedir. Birey büyüdükçe ve ihtiyaçları değiştikçe örgütlü yapıların sayısı ve çeşidi de artar. Başta sağlık ve eğitim olmak üzere pek çok konuda iş ve işlemler bu yapılar üzerinden yapılmaktadır. Bu hizmetleri özel sektör ya da devletin kendisi sunmaktadır (Görsel 3.23).

Örgüt ve grup birbirine çok yakın iki kavramdır. Tıpkı gruplar gibi örgütler de bazı insanlar, birtakım amaçlar için bir araya gelirler. Ancak örgüt, gruba göre çok daha tanımlıdır. Aynı zamanda daha kurumsal ve çok daha örgütlü bir yapıdır. Kişiler gruplara gönüllü olarak katılır.

Birey hiçbir gruba üye olmadan da yaşamını sürdürebilir. Oysa her birimiz yaşamda kalmak için birtakım örgütlerin içerisinde mutlaka yer almak zorundayız. Örgüt, bir grup insanın, bir iş bölümü içerisinde, otorite ve sorumluluk hiyerarşisi altında, belirli bir ortak amacı gerçekleştirmek amacıyla oluşturdukları, akılcı, planlı ve eşgüdümlü bir yapılanmadır

Başka bir tanıma göre de örgüt belli bir amacı ya da amaçları gerçekleştirmek için oluşturulmuş, sistematik bir yapı ve iş bölümünün etkin olduğu, birimleri arasında koordinasyon ve belli bir hiyerarşik düzenin bulunduğu yapılar topluluğudur [3.19].

3.5.2. Örgüt Kavramının Temel Özellikleri

Örgütleri oluşturan temel özellik kuşkusuz iletişimdir. Örgütü oluşturan bireyler arasında mutlak biçimde bir koordinasyon olması ve dolayısıyla her an için organize olmuş bir yapısal durum içinde bulunmaları gerekmektedir. Birey tek başına gerçekleştiremeyeceği hedefi için örgütsel bağlantılar kurar. Birey ve örgütlerin ortak noktası budur. Birey amacı için örgüte üye olur. Bu da örgütün varlık nedenidir.

Örgüte üye olan bireylerin davranış ve iletişim biçimini belirleyen iki farklı yapı vardır. Önceden belirlenmiş

olan 'biçimsel yapı' ve etkileşim sonucu oluşan 'biçimsel olmayan yapı.'

Örgütler kendi içinde ve çevresi ile sürekli etkin bir iletişim halinde olmalıdır. Örgütsel yapılar birbiri ile ilişkili birimlerden oluşur ve örgütün sürekliliği ve başarısı için aralarında iyi bir iletişim olmalıdır.

Örgütsel yapıları yakından ilgilendiren iki önemli kavramdan biri 'örgüt kültürü' diğeri ise 'örgüt kimliği'dir. **'Örgüt kültürü'**, bir örgütün temel değerleri ve inançları ile bunları çalışanlara ileten sembol, tören ve mitolojilerin bütünüyken; **'örgüt kimliği'**, insanların gözünde örgütsel yapıyı başkalarından ayıran veya ayırıcı olan özellikleri ya da nitelikleri olarak ifade edilir. Halkla ilişkiler birimleri çalışmalarında bu iki kavram üzerine yoğunlaşarak örgütsel yapıların verimli ve etkili olmalarına katkıda bulunmaya çalışırlar.

3.5.3. Örgütsel İletişimin Önemi ve Amacı

Görsel 3.24: Örgütsel iletişimde denge

Örgütlerin amacı ve sektörleri ne olursa olsun çevreleri ile sürekli etkileşim halindedirler. Bu etkileşim mutlaka olmalıdır. Çünkü örgütler ayakta kalabilmek ve varlıklarını sürdürebilmek için iç ve dış paydaşlarıyla sürekli bu etkileşimi sürdürmek zorundadırlar. Öte taraftan da içinde bulunduğu piyasa şartlarını, teknolojik gelişmeleri, toplumsal yapıdaki değişiklikleri sürekli izlemek zorundadır.

Bireyin ruhsal, düşünsel, fiziksel gelişimi için iletişim ne kadar gerekli ise örgütsel yapılar için de o kadar önemlidir. Her bir örgütsel yapı belli bir amaç için bir araya gelen insan topluluğundan oluşmaktadır. Örgütün amacının gerçekleştirilmesi için herkesin ortaklaştığı bir anlayışın sağlanmasında dolayısıyla örgütün başarısı/başarısızlığı konusunda iletişim en önemli süreçtir. İletişim aynı zamanda örgütsel amaç için yürütülen yönetsel faaliyetlerdir. Gerekli olan sağlıklı bilgiye bu şekilde ulaşılır.

Örgüt, bunun için hem kendi içinde hem de dış paydaşlarıyla dengeli ve tutarlı bir iletişim biçimi geliştirmek zorundadır (Görsel 3.24). Örgütsel iletişimde hem resmi hem de gayrı resmi iletişim kanallarını amaca dönük işler hale getirmek şarttır. Örgütsel iletişimde iş iletişimi iyi bir şekilde düzenlenmelidir. İş iletişimi örgütün hedeflerine dönüktür ve bir işi sonuçlandırma amacıyla düzenlenmiştir. Telefon, iş mektupları, iş konuşmaları bu amaçla kullanılır. Uygun iletişim yöntemini benimseme ve bunu doğru olarak kullanma hem kişisel ilişkilerde hem de iş yaşantısında çok önemlidir.

Örgütsel iletişimin önemini örgütün her kademesi ve her birimi çok iyi anlamalıdır. Çünkü iletişim hayatımızın akışını kolaylaştırdığı gibi karmaşık ve hassas olduğu için bir o kadar da zor bir süreçtir. Örgütsel iletişimin önemi anlaşılırsa ve bunun için elverişli bir zemin sağlanırsa birçok noktada yarar sağlayacaktır. Çalışma ortamı barış içinde ilerleyecektir.

Genel olarak örgütsel iletişimin önemini maddeler hâlinde şöyle sıralanabilir: :

- Motivasyonunu arttırarak üyelerin örgüte bağlılık düzeylerini iyi yönde etkilemesi
- Örgüt içinde yer alanların bilgiye ulaşmasını kolaylaştırması
- Örgüt içi iletişimde örgüte zaman kazandırması
- Örgüte yeni dâhil olanların hızlıca adaptasyonunu sağlaması [3.19]

İşletmeler büyüdükçe daha gelişmiş bir iletişim ağı oluşturmak zorunda kalırlar. Bu da çalışanlar ile işverenler arasındaki iletişimi karmaşık bir hale dönüştürebilir. Çalışan ile yöneticiler arasında oluşan İletişimsel mesafe

ve kopukluk sonuç olarak üretimde azalmaya, çalışanları işten soğutmaya hatta işi bırakma gibi ciddi problemlerin yaşanmasına sebep olabilir. Çalışanların mutlaka birbirleriyle ve yöneticileri ile yakın ilişki içinde olmaları gerekmektedir. İletişim, sadece örgütlerin oluşma sürecinde değil aynı zamanda örgütlerin karşılaştığı sorunlarla baş etme kabiliyetlerini arttırmada ve sonuç olarak başarılı olmasında en temel etkenlerdendir (Görsel 3.25).

Görsel 3.25: Örgütsel iletişim stratejisi

İletişimin örgütlerdeki en önemli işlevlerinden bir tanesi bilgi vermedir. Bir organizasyonda bulunan insanların en önemli gereksinimleri bilgidir. Burada habercilikte kullanılan 5N1K kuralına göre iletişim stratejisi oluşturulmalıdır.

NE sunulacak? **NASIL** sunulacak? **NİÇİN** sunulacak?

NEREDE sunulacak? **NE ZAMAN** sunulacak? **KİME** sunulacak [3.2]?

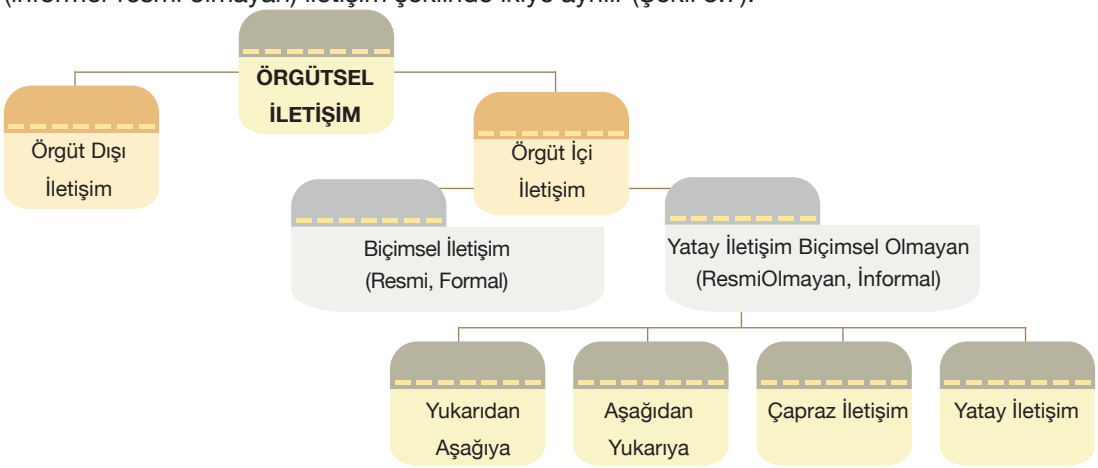
İletişim, birey ve grupları bütünleştiren bir özelliğe sahiptir. Çalışanlar, çalıştıkları örgütün bağlantıda olduğu diğer örgütlerle nasıl bir ilişki halinde olduğunu ve dış dünyada olup bitenlerden haberdar olmak isterler. Bütün bu durumlar için örgüt içinde iyi ve aksamayan farklı iletişim kanalları olmalıdır.

Örgütsel iletişimin amaçları;

- İş birliği ve koordinasyonu sağlamak,
- Amaçların herkes tarafından paylaşılmasını ve benimsenmesini sağlamak,
- Örgütte yer alanların görevlerini ve bu görevle ilgili hedeflerini bildirmek,
- Faaliyet sonuçlarını ilgililere bildirmek,
- Sorunların çözümü ve kararların verilmesi için gerekli bilgileri sağlamak,
- Duygu ve düşüncelerin ifade edilmesine olanak sağlamak şeklinde sıralanabilir. .

3.5.4. Örgütsel İletişimin Yapısı

Örgütsel iletişim; örgüt İçi iletişim ve örgüt dışı iletişim olarak ikiye ayrılır. Örgüt içi iletişim biçimsel (formel-resmi) iletişim (yukarıdan aşağıya, aşağıdan yukarıya, çapraz iletişim ve yatay iletişim) ve biçimsel olmayan (informel-resmi olmayan) iletişim şeklinde ikiye ayrılır (Şekil 3.7).



Şekil 3.7: Örgütsel iletişim şeması

Görsel 3.26: Örgüt birimleri arasında koordinasyon

Her örgütün hedeflediği bir amacı vardır. Bu amaçlara ulaşmak için örgüt içinde sürdürülen faaliyetlerin belli birimlerce yapılan iş bölümünün iyi bir koordinasyonu temel zorunluluktur. Örgüt içi iletişim ağı kurumsallaşmış, köklü kurum ve kuruluşlarda iyi oluşturulmuştur. Kimin kimle ne tür bir iletişim içinde olacağı baştan bellidir.

Örgüt içinde birimler arasında sürekli ve etkin bir iletişim ile koordinasyon sağlanabilir (Görsel 3.26). Örgütün içinde yer aldığı piyasa ve rekabet şartlarına karşılık, öncelikle kendi içyapısını çok iyi örgütlemesi gerekmektedir. Bu örgütlemede uygun iletişim politikalarının büyük bir rolü vardır. Örgüt içi iletişim biçimsel iletişim ve biçimsel olmayan iletişim olarak ikiye ayrılır.

3.5.4.1. Biçimsel (Formel-Resmi) İletişim

Örgütün yetkili birimlerinin önceden belirlediği kurallara göre yürütülen bilgi akışıdır. Bu iletişim biçimi yazışmalar ya da sözlü sunumlar yoluyla yapılmaktadır. Örgütün kurallarına, standartlarına, terminolojisine ve süreçlerine uyulması zorunlu olan, emir ve duyuruların daha çok yazılı olarak tek yönlü yapıldığı bir iletişim biçimidir. Biçimsel iletişimde en üstteki yönetici en alt düzeydeki çalışan ile bağlantı kurabilir. Birimler arasında işleyen bu akışta mesajda yapılan müdahaleler sonucunda yanlış anlamalar oluşabilmektedir. Biçimsel (formel) iletişim örgüt içinde dört farklı şekilde gerçekleşmektedir:

- Yukarıdan Aşağıya İletişim
- Aşağıdan Yukarıya İletişim
- Çapraz İletişim
- Yatay İletişim [3.2].

Yukarıdan Aşağıya İletişim

Örgüt amaçlarına uygun olarak yapılan işe dönük “emir ve yönergelerin” üstlerden astlara ulaştırılması biçiminde işler. Örgütsel iletişimde bu bilgi akışının sağlanabilmesi için haber, genelge, talimat, emir, mektup, not, bülten, el kitapları, yıllık rapor ve grup toplantılarından yararlanılmaktadır.

Bu iletişim yoluyla;

- Göreve ilişkin talimatların iletilmesi,
- Örgütte yürütülen bir faaliyet ya da yapılan bir işin diğer görev ve faaliyetlerle ilişkisinin anlaşılmasının sağlanması,
- Örgütün çeşitli eylem ve işlemlerine yönelik bilgilerin ilgililere iletilmesinin sağlanması,
- Astların olumlu davranışlarının ödüllendirilerek olumsuz ve hatalı davranışların düzeltilmesi olanağının ortaya konulması konularında gereklidir.

Yukarıdan aşağıya iletişim, örgütlerde; iş emirleri, emirlerin gerekçeleri, örgüt prosedür ve politikaları, amaçları ve performans değerlemesi biçiminde ortaya çıkar.

Aşağıdan Yukarıya İletişim

Çalışanların yöneticilerle gerçekleştirdikleri bir iletişim süreci söz konusudur. Çalışanlar yukarıdan akan iletişim neticesinde tepkilerini bu şekilde üstlerine iletirler. Üstlerden astlara doğru emir ve buyruklar

yukarıdan aşağıya şekilde iletilir. Astlar da bu emir ve buyrukların ne ölçüde ve nasıl yerine getirildiği konusunda üstlere (aşağıdan yukarıya) bilgi sunmak durumundadırlar. Bu iletişim akışı ile astlar üstlere yazılı ya da sözlü rapor ve bilgi verirler.

Görsel 3.27: Organizasyon şeması

Bu iletişimin amacı astların yaptıkları işler hakkında bilgi vermek, örgütsel yapı hakkındaki düşüncelerini iletmek ve çözülmeyen sorunları üstlere iletmektir (Görsel 3.27).

Astlar ne kadar rahat çalışırsa o kadar üretime katkıda bulunurlar. Tepkiler üstlere, rapor, şikâyet, söylenti, dilek/öneri ve sorular biçiminde ulaştırılır. Yöneticilerin çözüm üretmesi ve sağlıklı bir çalışma atmosferi oluşturmaları için iletişim kanallarının her zaman etkin bir biçimde çalışması gerekmektedir. Bu aynı zamanda çalışanların karar alma süreçlerine katılmaları anlamına gelmektedir.

Yatay İletişim

Örgütsel iletişimde, mevcut hiyerarşik yapıda aynı ya da eşit düzeyde çalışanlar arasında gerçekleşen bilgi alışverişine yatay iletişim denir. Örgütsel yapılardaki büyüme ve genişleme aynı zamanda beraberinde bazı sıkıntılar da getirmektedir. Artan ve farklılaşan birimler arasında entegrasyon (bütünleşme) ve özellikle koordinasyon çok önemlidir.

Yatay iletişim, yukarıdan aşağıya ve aşağıdan yukarıya iletişim akışı yetmediğinde önem kazanmaktadır. Yatay iletişim aynı statüde çalışan birimlerle gerçekleştiği için hem üstler arasında hem de astlar arasında gerçekleşebilmektedir.

Yatay iletişim ile çalışanlar ve örgütsel çıkarlar arasında uyum sağlanır. Takım ruhunun oluşması amaçlanır. Bireylerin kendi aralarında yakın ilişki kurulmasına sağladığı katkı ile beraber aşağıdaki avantajları da vardır. Örnek: Üretim müdürünün pazarlama müdürü ile onun da Halkla ilişkilerden sorumlu müdür ile aynı konuyu görüşüp paylaşması.

Çapraz İletişim

Örgütün farklı düzey ve konumda bulunan birimlerinin hiyerarşik kanalları göz önünde bulundurmadan gerçekleştirdiği iletişim türüne çapraz iletişim denir. Başka bir tanıma göre istisnai olmakla beraber bazen zaman, para ve emek israfını önlemek amacıyla örgütsel hiyerarşinin gözetilmediği iletişimdir [3.19]. Örneğin, bir fabrika müdürü yardımcılarını atlayarak doğrudan ustabaşından bilgi isteyebilmektedir [3.2].

Çapraz iletişim aniden gelişen sıra dışı durumlarda ya da çözümsüz ve karmaşık kalındığında hemen çözüm üretilmesi için kullanılmalıdır. Bir yangın ya da kaza olduğunda çözüme odaklanıp buna göre hızlı ve doğru kararlar alınması gerekir. Bunun için de ilgili birim sorumlusu hiyerarşik kanalları göz önünde bulundurmayabilir.

Biçimsel (Formel-Resmi) olmayan iletişim

Önceden belirlenen kurallara göre, çalışanların kendi aralarında kendiliğinden geliştirdikleri bir iletişim biçimidir. Biçimsel iletişimin yetersiz kaldığı durumlarda gelişen bir yöntemdir. Yapısal olarak tamamlayıcı bir özelliği vardır.

Biçimsel olmayan iletişim, mevcut durumu yani "olanı" gösterir. Esnek, öngörülemez ve karmaşıklığını anlatmak için "asma", "fısıltı gazetesi" şeklinde de adlandırılır (Görsel 3.28).

Görsel 3.28: Resmi olmayan iletişim biçimi

Kaynağı ve doğruluğu beli olmayan bilgilerin paylaşılması, dedikodu ve söylentinin örgütsel iletişimde yer almasına neden olabilir. Bu da belli bir zaman sonra örgütte doğru ve kesin olmayan bilgilerin gerçekmiş gibi değerlendirilmesine sebebiyet verir. Bir örgütte iletişim sürecinin sağlıklı olduğunun göstergesi biçimsel iletişim biçiminin ne sıklıkla kullanıldığıyla anlaşılır. Bu durum aynı zamanda örgütsel yapının ne kadar 'kurumsallaştığını' ve ne kadar 'güvenilir' olduğunu da göstermektedir. Biçimsel olmayan iletişimin özellikleri şunlardır:

- Bilgiyi hızlı bir şekilde iletme özelliğine sahip olması
- Bilgi belirlenen kişilere ulaştırılırken bazılarının engellenebilmesi, Seçici olunabilmesi
- İletişim biçimlerinin hepsini kullanarak bilgiyi gönderebilmesi
- Aynı zamanda örgütün dış çevresini de kapsamaması

Biçimsel olmayan iletişim biçimi etkin ve iyi kullanıldığında, örgütte hem 'ekip ruhuna' hem de 'takım çalışmasına' ciddi biçimde olumlu katkıları olacaktır. Özellikle yönetim kademesi etkin kullanırsa birçok sorun krize dönüşmeden tedbirler alınarak çözülecektir. Biçimsel olmayan iletişim ile biçimsel iletişim bir örgütsel yapının amaçlarına ulaşmasında çok önemlidir. Bunun için yöneticiler biçimsel iletişim kadar biçimsel olmayan iletişim biçimini de bir yöntem olarak tercih ederek geliştirebilmelidir.

Yönetim çalışanlar arasında oluşan gruplaşmalara engel olmamalıdır. Çalışanlar arasında bu yolla oluşan iletişimin kesilmesi motivasyonlarını olumsuz yönde etkileyecektir.

Biçimsel olmayan iletişim genellikle, örgütün mevcut iletişim kanallarından geçmeden plansız bir şekilde ve çalışanlar arasında kendiliğinden oluşan, resmi olmayan doğal bir iletişimdir. Örgütsel yapılarda biçimsel olmayan iletişim, biçimsel iletişimi tamamlar yani bazen onun yerine geçebilir.

3.5.4.2. Örgüt Dışı İletişim

Örgüt dışı iletişim, örgütün dış çevrelerle arasındaki ilişkiyi kurmada yardımcı olan iletişim kanallarıdır. Örgütsel yapılar için iç iletişim ne kadar önemliyse dış çevre ile iletişimi de o denli önemlidir. Çünkü örgütler dışa dönük yapılardır. Ürün ve hizmetleri, geliştirdikleri fikirleri, tasarımları ve projeleri hep dış çevreye yöneliktir. Buna göre üretimlerinin hedef kitleleri, ilişki halinde oldukları diğer örgütsel yapılar ve son olarak içinde bulundukları bir toplumsal yapı vardır.

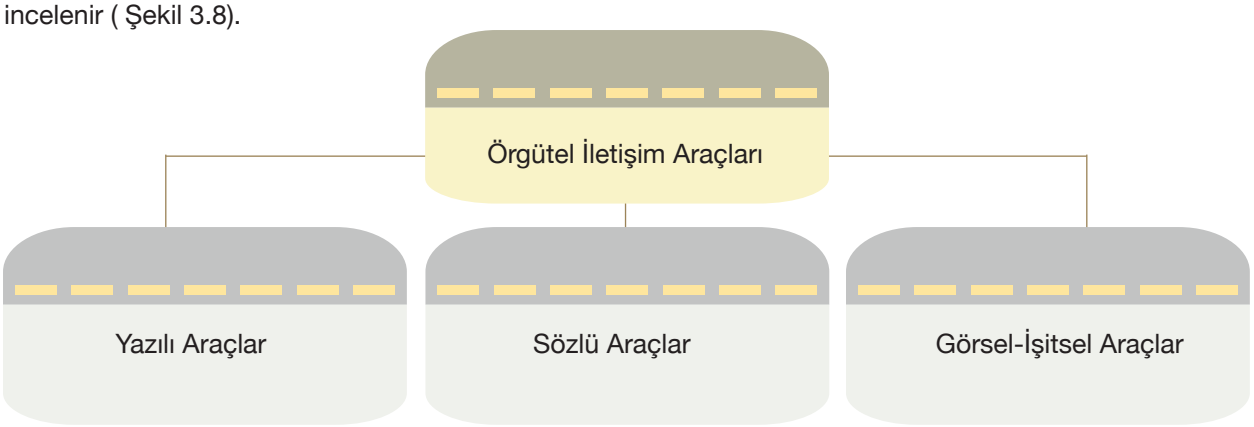
Örgütsel yapılar bu dış gruplarla sağlayacağı etkin ve sağlıklı iletişim biçimini, iç iletişimsel yapı ile tamamlarsa başarılı olması mümkündür. Çevresindeki değişime bağlı olarak değişmelidir, bunun için de çevresi ile iletişimi gereklidir. Bir örgütsel yapı diğer işletmeler, kamu kuruluşları, sendikalar, eğitsel finansal kuruluşlar, tüketiciler, ortaklar ve tüm halk kesimiyle çeşitli yönde ve konuda ilişkiler kurar.

Değişimi izleyip, gerçekleştirip uyum sağlamak, rakipleri izlemek, müşteri beklentilerini yerine getirmek ancak etkili bir iletişim ağı ile mümkündür. Taraflarla iletişim çift yönlü olmalıdır. Örgütlerde birimler arasında düzenli ve etkin bir biçimde sürekli bir iletişim akışı vardır. Burada hem örgütün hem birimlerin hem de bireylerin çıkarları dengeli olmalıdır. Dengeli bir iletişim ile örgüt amaçlarına daha kolay ulaşacaktır. Bu noktada seçilen iletişim aracının özellikleri ve nitelikleri çok önemlidir. İletişimi bilinçli, düzenli ve sistematik olarak pozitif yönde etkileyebilmelidir.

Araçlar niteliksel olarak bilgi akışını kolaylaştırmalı, bilgiyi değiştirmeden yanlış anlaşılmaya neden olmayacak ve hızlı ve anlaşılır bir halde ilgili taraflara ulaştıracak nitelikte olmalıdır.

3.5.4.3. Örgütsel İletişim Araçları

Örgütsel iletişimde araçlar; yazılı araçlar, sözlü araçlar ve görsel-işitsel araçlar olmak üzere üç farklı grupta incelenir (Şekil 3.8).



Şekil 3.8: Örgütsel iletişim araçları

Yazılı Araçlar

Yazılı araçlar iletişimin hem kalıcı olması hem de arşivlenmesi bakımından örgütsel iletişimde önemlidir. Hiyerarşik yapı içerisinde iletişim yazılı olarak yapıldığında birimler arasında içerik kaybı olmaz. Mesaj değişmeden ilgili birimlere ulaşır.

Yazılı araçlarda yazım kurallarına uyma son derece önemlidir. Çünkü mesajda arzu edilen anlamın hedeflere doğru ulaşması gerekmektedir. Oluşabilecek yanlışlardan başka anlamlar ortaya çıkabilir. Yazılı araçlar; kurum gazeteleri, günlük yazışmalar, yönetmelik, tüzük, tutanak, basın ilanları, yazılı rapor, broşür ve el kitapları, afiş, basın toplantıları, basın bildirileri, bülten ve ilan panoları ile yazılı bilgi ve belgelerden oluşmaktadır.

Sözlü Araçlar

Örgütsel iletişimde sözlü araçlar iletişimi daha hızlı gerçekleştirdiği ve bireyler arasındaki ilişkileri kolaylaştırdığı için önemlidir. Sözlü araçlarda geribildirim süreci etkin olduğu için iletişim süreci daha sağlıklı işlemektedir. Ama yazılı araçlarda olduğu gibi bir belgeden söz edilemez. Bu da sorumlulukta karmaşa, zaman kaybı, sözün birimler arasında gerçek anlamından uzaklaşması gibi dezavantajları doğurabilir.

Örgütlerde sözlü araçlar kadar sözel olmayan iletişim araçları; yüz ifadesi, jestler, duruş, vücut hareketleri, kıyafet, ses tonu, logo, müzik gibi da araçlar da etkilidir. Sözlü araçlar; konferanslar, seminerler, toplantılar, görüşmeler, telefon görüşmeleri şeklinde gerçekleşmektedir.

Görsel ve İşitsel Araçlar

Bir duyuya hitap eden araçlara karşılık, görsel ve işitsel araçlar son derece etkilidir. Farklı duyularahitap edecek biçimde hazırlandığında, etkili bir mesaja dönüşerek hedeflenen değişimi gerçekleştirmesi açısından önemlidir (Görsel 3.29).

Görsel 3.29: Örgütsel iletişim yapısı

Örgütsel iletişimde kullanılan görsel ve işitsel araçlar arasında şunlar sayılabilir:

- Televizyon
- Radyo
- Sinema
- Fotoğraf
- Slaytlar

Sözel iletişim araçlarının, eğitsel, bilgi sağlama, değişime uyum, önemli etkinlikleri hatırlatması gibi amaçları vardır. Bu da beraberinde örgüt ile çalışan arasındaki bağlılığın oluşması ve gelişmesine katkı sağlar.

Görsel ve işitsel iletişim araçlarının örgütsel iletişimde sağladığı faydaları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Farklı iletişim yöntem ve araçlarını destekleyici ve etkisini arttırıcı nitelikte olması
- Ses ve görüntüyü birlikte kullandığı için etkinliği ve anlaşılırlığı kolaylaştırması
- Zaman kaybını önleyebilmesi
- İçeriğin renkli, hareketli ve sesli olarak sunulması sayesinde mesajın etkisini arttırması
- Mesajın tekrarını kolaylaştırdığı için iletişime esneklik kazandırması

Görsel ve işitsel iletişim araçlarının dezavantajlarını ise aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

- Tek başına kullanıldığında beklenen etkinin ortaya çıkmaması
- Geribildirim süreci etkin olarak işleyemediği için mesajın etkisini denetlemenin zor olması .
- Yüksek maliyetli olması

Bu araçlara ek olarak sosyal medyayı da eklemek gerekir. Günümüz örgütsel yapılarının olmazsa olmazı sosyal medya olanaklarıdır. Çünkü bu şekilde hemen yanıt alınabilir. Düşük bir maliyet ile reklam ve tanıtım faaliyetleri yürütülebilir. Taraflar arasında çift yönlü işleyen bir iletişim süreci vardır. Örgüt bu araç sayesinde bütün dünyaya seslenme ve mesajını iletme olanağına sahiptir.

3.5.4.4. Örgüt İletişimin İşlevleri

Örgütsel iletişimin temel işlevleri dört grupta toplanmaktadır (Görsel 3.30) :

- Bilgi Sağlama
- İkna Etme
- Öğretici ve Emredici İletişim
- Birleştirme [3.19]

Görsel 3.30: Örgütsel iletişim

Bilgi Sağlama

Örgüt içinde çalışanların örgütün hedefleri ve faaliyetleri hakkında bilgi edinme isteği örgütsel iletişim fonksiyonları arasında bilgi sağlama fonksiyonunu önemli hâle getirmektedir. Yönetici ve çalışanlar arasında yapılan bilgi aktarımı örgüte bağlılığı arttırırken güven duygusunu geliştirir.

İkna Etme

Örgüt yöneticilerinin çalışanlar ile iletişimde bulunması için çalışanları motive etme, üretimi artırma, örgütsel kültür oluşturma vb. birden fazla amaçları bulunmaktadır. İkna etme işlevi çalışanları motive ederken aynı zamanda çalışanlar arasında çift yönlü işlemektedir.

Birleştirme

Birleştirme fonksiyonu örgüt içinde bütünlük ve çalışanların psikolojilerinin korunmasına fayda sağlar. (Görsel 3.5.8.).

Öğretici ve Emredici İletişim

Çalışanlara sorumlulukları hakkında bilgi veren iletişim türüdür. Örgütü amaç ve hedefleri doğrultusunda bir araya getirir. Bilgi verici içerikler barındırır. Genellikle yöneticiden çalışanlara doğru gerçekleşir.

GEZELİM ÖĞRENELİM

- Dörder kişilik gruplar oluşturunuz
- Bulunduğunuz bölgede faaliyet gösteren herhangi bir işletmenin (kamu ya da özel) halkla ilişkiler birimi ile görüşerek bir randevu talep ediniz.
- İlgili işletmenin halkla ilişkiler biriminin çalışma yöntemlerini öğrenmek için uygun sorular hazırlayınız.
- Görüşmeye zamanında gidiniz.
- Görüşmede işletmede yer alan halkla ilişkiler biriminin çalışmaları hakkında bilgi alınız.
- Grup sözcüsü elde edilen verileri bir rapor halinde sınıfa sunacaktır.

SIRA SİZDE

BENİM ÜTOPYAM

- Öğretmen Ek-1'deki haberi dağıtarak öğrencilerin okuması için süre verir.
- Sınıfta güvenle ilgili küçük bir konuşma yaparak güvenin olumlu ve olumsuz yönlerinden bahseder.
- Öğrencilere "Oksitosin hormonu sizin elinizde olsaydı onu dünyayı ne şekilde değiştirmek için kullanırdınız?" sorusu sorulur.
- Öğrencilerden "Güven temalı" ütopyalarını oluşturmaları ve bunu kaleme almaları istenir.
- Ütopyaların olumlu ya da olumsuz olması önemli değildir. Kesinlikle öğrencilerin düşünceleri eleştirilmez.

- Etkinlik sonunda öğretmen ilginç birkaç ütopyayı okur ve dersi sonlandırır.

Ek-1

Güven Sorununun Sebebi Oksitosin Hormonu

"Bilim insanları sevgililerimize, arkadaşlarımıza ya da iş ortaklarımıza güvenip güvenmeyeceğimizi bir hormonun belirlediğini kaydetti. Zürich Üniversitesi araştırmacıları, oksitosin içeren bir iksirin insanları daha fazla güvenmeye sevk ettiğini açıkladı.

Nature isimli dergide yayınlanan araştırma raporuna göre bu bulgularla diğerlerine güvenmekte zorluk yaşayan otizmli kişiler tedavi edilebilecek. Ancak uzmanlardan biri bu iksirin politikacılar tarafından da ikna edici bir unsur olarak kullanılabileceğini belirtti.

Oksitosin beyinde hipotalamusta sentez edilen ve duygular da dâhil bir dizi fizyolojik işlemi düzenleyen bir hormon. Bu hormon aynı zamanda sosyal ve duygusal davranışlardan sorumlu bölümü de harekete geçiriyor. Hayvanlar üzerindeki araştırmalar ise oksitosinin çiftler ve anne-yavru arasındaki bağları sağladığını ortaya çıkardı.

İsviçreli ve Amerikalı araştırmacılardan oluşan bir ekip aynı etkinin insanlar üzerinde de yaratılıp yaratılamayacağını test etmek için 58 kişiyi güven testine tabi tuttu. Katılımcılar "yatırımcılar" ve "vekiller" olarak iki gruba ayrıldı. Yatırımcılardan vekilleri 0,4,8 ya da 12 üzerinden değerlendirmeleri istendi. Araştırma çerçevesinde 29 yatırımcıya oksitosin verilirken diğer yarısına ise hiçbir etkisi olmayan bir sprey sıkıldı.

Sonuç olarak oksitosin verilen kişilerin diğerlerinden %45 oranında daha fazla not verdiği ve güven duyduğu ortaya çıkarıldı. Vekillerin yerini bilgisayarlar aldığında ise oksitosinin herhangi bir etkisi olmadığı görüldü."

ÖLÇME DEĞERLENDİRME 3.5

A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise (D) yanlış ise (Y) yazınız.

1. (____) Bilgiyi hızlı bir şekilde iletme özelliği biçimsel olmayan iletişimin özelliklerindendir.

2. (____) Örgüt dışı iletişim, örgütün dış çevrelerle olan iletişim kanallarıdır.

3. (____) Konferanslar, seminerler, toplantılar yazılı araçlardandır.

4. (____) Görsel ve işitsel araçlara televizyon ve radyo verilebilir.

5. (____) Görsel ve işitsel araçlar örgütsel iletişimin zaman kaybına neden olur.

6. (____) Bilgi sağlama örgütsel iletişimin temel işlevlerinden birisidir.

7. (____) Örgütsel iletişimin amaçlarından birisi de işbirliği ve koordinasyonu sağlamaktır.

8. (____) Örgütsel iletişim üç gruba ayrılır.

9. (____) Biçimsel (formel) iletişim örgüt içinde beş farklı şekilde gerçekleşmektedir.

10. (____) Kontrol eksikliği yatay iletişimin dezavantajlarındandır.

B) Aşağıda verilen cümlelerde yer alan boşlukları uygun kavramlarla doldurunuz.

1. Örgütleri oluşturan temel özellik kuşkusuz _____.
2. _____, bir örgütün temel değerleri ve inançları ile bunları çalışanlara ileten sembol, tören ve mitolojilerin bütünüdür.
3. _____, insanların gözünde örgütsel yapıyı başkalarından ayıran veya ayırıcı olan özellikleri ya da nitelikleri olarak ifade edilir.
4. 6. Biçimsel olmayan iletişim esnek, öngörülemez ve karmaşıklığını anlatmak için, "_____", "_____" şeklinde de adlandırılır.
5. _____ iletişimle ilgili birim sorumlusu hiyerarşik kanalları göz önünde bulundurmayabilir.

C) Aşağıda verilen soruların doğru yanıtını işaretleyiniz.

1. **Aşağıdakilerden hangisi biçimsel iletişimin tanımı için geçerli değildir?**

   A) Kurallara uymak zorunludur.
   B) Belli standartları var.
   C) Kendiliğinden gelişir.
   D) Emir ve duyurular yazılıdır.
   E) Tek yönlüdür.

2. **Aşağıdakilerden hangisi örgütsel iletişimin işlevlerinden birisidir?**

   A) Yazılı
   B) Sözlü
   C) Görsel
   D) İşitsel
   E) İkna Etme

ÖĞRENME BİRİMİ

MÜŞTERİ İLE İLETİŞİM

4

KONULAR

1. Müşteri İsteklerinin Tespiti

2. Müşteri İletişimini Sağlama

Tüketim
Tüketici
Müşteri
Hedef Kitle
Müşteri İlişkileri Yönetimi
İç Müşteri Dış Müşteri
Müşteri Tipi

Bu öğrenme biriminde,

Müşteri beklenti ve isteklerini tespit etmenin önemini, hedef kitleye ulaşmanın önemini, müşteri ile iletişim kurmanın önemini, müşteri ile iletişim yöntemlerini öğreneceksiniz.

4.1. MÜŞTERİ İSTEKLERİNİN TESPİTİ

HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. Çevrenizdeki insanları gözlemleyerek aldıkları ürün ve hizmeti alma nedenlerini araştırınız.
2. Çevrenizdeki insanları, aile ve arkadaşlarınızı göz önünde bulundurarak daha çok hangi ürün ve hizmetlerde tüketici, hangilerinde müşteri olduklarını belirleyiniz. Edindiğiniz bilgileri sınıfta arkadaşlarınızla tartışınız.
3. İşletmelerin müşteri isteklerini yerine getirme nedenlerini araştırınız.

İnsan dünyaya geldiği andan ölene kadar yaşamını devam ettirmek veya yaşam kalitesini artırmak için sürekli tüketim yapmak zorundadır. Günümüzde insan temel ihtiyaçlarını (yeme, içme, barınma vb.) karşılamanın yanında toplumda yeni gelişen bazı ihtiyaçlarını da karşılamak durumundadır (Görsel 4.1).

Görsel 4.1: Alışveriş

Birey fizyolojik, biyolojik, sosyal, ekonomik, kültürel birçok alandaki farklı ihtiyaçlarını tek başına karşılayamaz. Bu ihtiyaçların karşılanması için üretim faktörlerini bir araya getirerek mal ve hizmet sunan çeşitli işletmeler faaliyet gösterirler. İşletmelerin varlığını sürdürebilmesi için sunduğu ürün ve hizmeti tercih ederek satın alan müşterilerinin olması gerekir. İşletmeler kendi ürünlerinin tercih edilmesi için satın alan ya da alabilecek kişilerle iletişim kurmaya ve onların ihtiyaç ve isteklerini belirleyip sunmaya çalışmalıdır. Dünyada yaşanan gelişmeler sonrası işletmeler için kendisinden alışveriş yapacakların ihtiyaç ve isteklerini belirleme daha önemli hale gelmiştir. Bu gelişmeler;

- Son yıllarda teknolojinin hızla hayatımıza girmesiyle toplumların sosyal, kültürel ve ekonomik yapılarında değişikliklerin olması,
- Önceki yıllarda sadece kendi bulundukları çevreye hizmet sunan işletmelerin, günümüz teknolojik olanakları ile ülke genelinde hatta tüm dünyada faaliyette bulunabilmesi,
- Günümüzde insanların istediği ürün ve hizmeti dünyanın her yerinden seçme ve alma fırsatının olması,
- İşletmenin bulunduğu yere gidip ürün ya da hizmet almanın yanında yeni satış yöntemleri ile de alışveriş yapılması,
- Yeni yöntemler sayesinde işletmelerin kendisinden alışveriş yapacaklara hızlı ulaşması,
- İşletmeler arasındaki rekabetin artması, şeklinde sıralanabilir.

4.1.1.Tüketim Kavramı

Tüketim konusunu anlamak için öncelikle tüketimin kelime anlamı, ekonomik anlamda tüketimin ne olduğu ve genel olarak tüketim tanımlanmalıdır.

- Tüketim kelime anlamı olarak, var olan ya da üretilen herhangi bir şeyin kullanılıp bitilmesi ya da yok edilmesini ifade eder.
- Ekonomik olarak tüketim eylemi, kişilerin ihtiyaçlarını karşılama ya da fayda sağlama amacıyla mal ve hizmetleri elde etmesi veya kullanması ve bunun karşılığında da parasal bir bedel ödediği ekonomiye dayalı durumu ifade etmektedir [4.1].
- Genel olarak tüketim, fizyolojik, sosyal ve psikolojik nedenlerle oluşan ihtiyaç ve isteklerin giderilmesine yönelik yapılan faaliyetlerdir.

İhtiyaçlar sıralamasında ilk sırada yer alan fizyolojik ihtiyaçlar yemek, içmek, uyumak gibi temel ihtiyaçlardır. Bu temel ihtiyaçlar karşılandıktan sonra sevgi, arkadaşlık, iş, sağlık, güvenlik gibi psikolojik ve sosyal ihtiyaçlar gelir. Geleneksel toplumlardaki kişiler, tüketimi temel ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik yapar. Günümüz toplumlarında ise tüketim, sadece temel ihtiyaçları gidermek amacı ile yapılmamaktadır.

Toplumsal ve kültürel yapıda değişimler ile istek ve arzuların ön planda olduğu bir tüketim anlayışı başlamıştır. Özellikle, kitle iletişim araçlarının yoğun şekilde kullanımı, alışveriş merkezlerinin artması, kentleşmeyle birlikte moda anlayışının gelişimi ve reklamlar, arzu ve istekleri sürekli canlı tutarak yeni ihtiyaçların oluşmasına öncülük etmektedir [4.1].

Günümüz insanları tüketimi, ihtiyacı karşılamak yerine, bir eğlence, zevk, yaşama fırsatlarını yakalama olarak düşünmeye başlamıştır. Kişiler, psikolojik ve sosyal tatmin sağlamak için kullandıkları ürün ve hizmetlere yeni anlamlar yükleyerek toplum tarafından beğenilmeyi, onaylanmayı bekler hâle gelmiştir.

Günümüz insanları pahalı ve belli marka telefon, araba, gözlük, kıyafet ya da başka ürünleri kullanarak topluma kendileri hakkında ekonomik, sosyal ve kültürel yapılarıyla ilgili bilgi vermeye çalışmaktadır. Kişiler giyinme, yeme, içme, eğlenme tarzları ile toplumsal yönden sınıflandırılmaya çalışılmaktadır. Bu da bize bilinçli tüketim konusunda yeterli kamuoyu oluşturulamadığını göstermektedir. Ancak tüketim bilincinin oluşturulamadığı bu dönemde tüketici hakları ile ilgili önemli gelişmeler oluşmaya başlamıştır. Tüketicilerin bilinçli tüketim yapması için dikkat etmesi gereken konular şunlardır:

- Ürünlerin özellikleri ile ilgili bilgileri incelemek
- Farklı markalar arasında karşılaştırma yapmak
- Ürünlerin etiketi ve ambalajındaki bilgileri incelemek
- Ürün ve hizmetin sözleşme ve garanti şartlarını bilmek
- Ürün ve hizmetin iade ve değiştirme şartlarını bilmek
- Beklenti ve bütçesine uygun kalitede ürün ve hizmet almak
- Ürün alma, kullanma, değiştirme ya da iade yapmada bir sorun yaşadığında tüketici olarak haklarını bilmek

4.1.2. Tüketici ve Müşteri Kavramları

Tüketici; temel ve sosyal ihtiyaçlarını veya ihtiyacı olduğunu düşündüğü mal ve hizmetleri maddi bir değer karşılığı satın alan, yararlanan ya da kullanan son kişidir. İsteklerini, ihtiyaçlarını ve arzularını karşılamak için mal veya hizmetleri satın alan, kullanan ya da tüketen bu kişiler toplumun her kesiminde yer alırlar ve yaşamları boyunca farklı rollere (memur, işçi, öğrenci, ev hanımı, çocuk, baba) sahiptirler (Görsel 4.2).

Müşteri, belirli bir işletmenin ürettiği mal veya hizmetleri düzenli aralıklarla alarak kullanan ya da başkalarının hizmetine sunan kişi veya kuruluştur. Müşteri kavramında dikkat edilmesi gereken önemli nokta bir mal veya hizmetin devamlı aynı işletme ya da markadan satın alınmasıdır (Görsel 4.3). Müşteri kavramı devamlılık içerdiği için firmalar açısından çok önemli kabul edilir. Mal veya hizmeti satın alanın haricinde, işletmenin gelecekte müşterisi olabilecekler yani hedef müşteriler de bu kapsamın içinde kabul edilir. Müşteri ve tüketici kelimeleri genellikle birbirinin yerine kullanılır. Bununla birlikte, tüketici ve müşteri arasında bazı farklar vardır. Tanımlarından anlaşılacağı üzerine tüketici ihtiyacını gidermeye yönelik alışveriş yaparken müşteri özellikle bir işletme ya da ürünü tercih eden kişidir.

Müşteri üretilen mal ya da hizmeti satın alan iken tüketici her zaman malı satın alan olmayabilir, bazen sadece tüketendir. Örneğin, çocuğunuza çikolata satın aldınız. Burada müşteri sizsiniz, tüketici çocuğunuz. Tüm müşteriler aynı zamanda bir tüketicidir, fakat her tüketici müşteri olmayabilir. Evcil hayvanınıza mama aldınız. Burada satın alan sizsiniz dolayısıyla müşteri sizsiniz. Tüketici ve müşteri ayrımının yapılması önemlidir. Çünkü işletmelerin var olması ve gelişmesi için müşterisinin olması gereklidir. İşletme ile ilgili planlamalar müşterilere göre yapılır.

Görsel 4.2: Tüketici

Görsel 4.3: Mağazanın müşterisi

4.1.3. Müşteri İsteklerini Tespit Etmenin Önemi

İşletmeler, ürün ve hizmetlerini sunarak müşterilerinin satın almasını isterler. Satışı sağlamada müşterilerin istek ve beklentileri her zaman önemli olmuştur. Ancak günümüzde işletmeler arası rekabetin artması müşteri lehine gelişmiştir. Bilgi teknolojilerinin gelişmesi ile müşteriler ürün ve hizmet bilgilerine ve fiyatlarına daha kolay ve daha hızlı ulaşmaktadırlar. Bu nedenle işletmeler müşteri merkezli çalışmalar yaparak bugünün şartlarına göre istek ve beklentilerinin neler olduğu belirlemelidir.

Günümüzde müşterilerin alışveriş ile ilgili seçim yapma özgürlüğü ve fırsatları artmıştır. Bu nedenle müşteriyi memnun etmek için ihtiyaç ve istekleri karşılanarak beklentisinin ötesinde hizmet verilmesi gerekir. Her müşterinin satın almadan önce ürün ve hizmetle ile ilgili farklı beklenti ve istekleri vardır. Çünkü her müşterinin kendine ait beklediği fayda farklıdır. İşletme sunduğu ürün ve hizmetten müşterinin istediği ve beklediği faydaların neler olduğunu araştırıp belirlemelidir. Müşterinin beklediği fayda kalite mi, fiyat mı, sadece ihtiyacını gidermesi mi, marka olması mı tüm bunlar ayrıntılı olarak bilinmelidir.

Eğer müşterinin ürün ve hizmetle ilgili beklenti ve istekleri ile kullandıktan sonra aldığı fayda aynı ise müşterinin istek ve beklentileri karşılanmış olur. Buna müşteri tatmini denir. Müşteri, ürünü almadan önceki beklentisi ile satın alıp kullandıktan sonraki faydasını karşılaştırır, çıkan sonuca göre karar verir. Eğer aynı faydayı göremediğini düşünürse üründen tatmin olmaz.

Örneğin, saçlarınızın elektriklenmesini önlemek için saç kremi almak istiyorsunuz. İnternetten araştırdınız, çevrenizdeki arkadaşlarınıza sordunuz. Bir arkadaşınız fiyatı yüksek bir markayı önerdi. Ürünü satın aldınız, kullandıktan sonra elektriklenme sorununuzu çözdü. Kullandığınız ürün ile ilgili beklediğiniz faydayı sağladığınız için müşteri tatmini gerçekleşmiş olur. Diğer taraftan, bir arkadaşınızın da aynı sorunu vardı. Sizin saç kremi için ödediğinizin çok altında bir ücret ödeyerek satın aldığı ürünle bu sorununu çözdü. O zaman fiyat konusunda kıyaslama yöntemi ile eğer sizin için fiyat önemli ise pişman olma durumu ortaya çıkabilir. Müşteri tatmini gerçekleşmeyebilir. İşletmeler doğru belirlenen müşteri istek ve beklentileri ile müşteri tatmini oluşmasını sağlarlar. Müşteri tatmin olduğunda ise;

- Müşteri ürün ve hizmeti almaya devam eder,
- Aynı markanın başka ürünlerini de kullanmaya başlar,
- Ürünü almaya devam eden müşteri markanın sadık müşterisi haline gelir,
- Müşteri ürünü başkalarına tavsiye eder, yeni müşterilerin kazanılması sağlanır,
- Müşteri tatminine ulaşma durumunda işletmenin olumlu imajı oluşur ve markalaşması sağlanır,
- Marka haline gelen işletmenin itibarı ve satışı artar, sonuçlarına ulaşılır.

İşletmeler müşteri isteklerini tespit etmek için öncelikle ürün ve hizmetini kimlerin tercih edeceği ile ilgili hedef kitle belirlemesi yapmalıdır. Bu nedenle hedef kitle belirlemek ve müşteri beklenti ve memnuniyetini ölçmek için yüz yüze ve kitle iletişim araçları ile araştırmalar yapılır. Araştırmalar sonrası değerlendirilip, neler yapılması gerektiği belirlenir. İşletmeler hedef kitlesine ve belirlenen istek ve beklentilere göre ürün, hizmet ve müşteri ile iletişim kurma ile ilgili düzenlemeler yaparak tatmin olan ve sonrasında kendisine sadık daimî müşteriler oluşturmaya çalışır.

4.1.4. Müşteri Şikâyetleri

İşletmenin devam edebilmesi ve gelişmesi için mevcut satışların korunması hatta yükseltilmesine ihtiyaç vardır. Bunun için de işletmenin şu anki müşterilerini memnun etmeye devam etmesi ve yeni müşterilerin gelmesini sağlaması ve tatmin olmayan müşterilerden gelen şikâyetlere çözüm bulmaya çalışılması gerekir.

Görsel 4.4: Memnun olmayan bir müşteri

İşletme tarafından sunulan ürünler kullanıldıktan sonra beklenti ve istekleri karşılamayabilir. Bu durumda olumsuz bir deneyim yaşayan müşteri tatmin olmayacak, isteğine göre ya hiç tepki vermeyecek ya o ürünü bir daha almayacak ya da firmayı şikâyet ederek tepkisini ya bireysel ya da kamusal olarak ortaya koyacaktır (Görsel 4.4).

Bireysel tepki, başkalarını (ör., aile, arkadaş) uyarma ve ilgili marka veya işletmeden satın almayı durdurma şeklinde ortaya çıkabilmektedir. Kamusal tepkide müşteriler sorun ile ilgili yasal süreci başlatabilmekte, özel ve /veya kamu kurumlarının yanı sıra üretici veya perakendeci firmalara şikâyette bulunabilmektedirler [4.2].

Bazı işletmeler müşteri şikâyetini kendilerine yük olarak görebilmektedir. İyi yapılan müşteri ilişkilerinde müşterilerin beklentisi karşılanamadığında gelişecek şikâyetler için şikâyet sistemi oluşturulur. Bu sistemde sunduğu ürün ve hizmetle ilgili şikâyet olduğunda, işletme konudan haberdar olacak ve çözüm yolları arayabilecektir. Bunun için son yıllarda işletmeler çağrı merkezi ya da internet ortamında müşterilerinin istek ve şikâyetlerini bildirebileceği müşteri hizmeti sunmaktadır. Böylece sadece satış hizmeti değil, satış sonrası da müşterinin yanında olduğunu göstermeyi amaçlamaktadır. Bu durumda müşterilerle ilişkisinin zarar görmesini önleyerek yeni müşteri kazanımı da sağlayabilecektir. İşletmeler acısından müşteri şikâyeti istenmeyen durum gibi görünse de işletmeye sağladığı bazı faydalar vardır.

Bunlar;

- Şikâyet sonrası müşterilerin memnun olmama nedenleri belirlenecek,
- Müşterinin işletme ve ürün hakkındaki düşünceleri öğrenilecek,
- İşletmeler kendilerinden memnun olmayan müşterilerinin beklentilerini öğrenecek ve bunları gidermeye çalışacak,
- Müşteri istek ve beklentileri öğrenildiği için daha iyi ürün ve daha iyi hizmet geliştirilebilecek,
- Müşteri memnuniyetsizliği giderildiği için müşteri işletmeye ait ürün ve hizmeti satın almaya devam edecektir.

Müşteri şikâyetlerini alan işletme bunu sadece belirlemekle kalmayarak çözmeye de çalışmalıdır. Çünkü müşteri tatmini üründen faydalanmanın yanında ürünle ilgili sorun yaşandığında işletmenin çözüm bulmaya çalışmasını da kapsar.

4.1.5. Hedef Kitleyi Tespit Etmenin Önemi

Hedef kitle, kuruluşların yaptığı tüm faaliyetlerini ona yönlendirdiği ve bu faaliyetler sonucunda ulaşmak ya da elde etmek istediği topluluktur. İşletmelerin en önemli hedef kitlesi müşterileridir. Çünkü işletmelerin devamı müşterilerinin varlığına, memnun olmasına ve kendilerini tercih etmesine bağlıdır. Bunun için hedef kitlenin özelliklerini ayrıntılı bir şekilde öğrenmek için gereken tüm araştırmalar yapılmalıdır. Özellikle artan rekabet şartlarında hedef kitlesini yeterince tanımayan, beklentilerine cevap veremeyen işletmelerin rakipleri karşısında varlıklarını devam ettirebilme şansları yoktur.

Günümüzde işletmeler, müşterilerinin üründen beklentilerinin neler olduğunu, bu beklentilerinin ne kadarını karşılayabildiklerini bilmek ve memnun olmadığı noktaları belirleyip gidermek için çalışmalar yapmak durumundadır. Çünkü işletmeler ürettikleri ürün ve hizmetleri müşterilerinin satın almasıyla maddi kaynak sağlayan kuruluşlardır.

Görsel 4.5: Hedef kitle belirleme toplantısı

Hedef kitle mesajın ulaşması amaçlanan kişiler olduğuna göre bu kişilerin özelliklerini bilmemiz gerekir. Kuruluşların kendisine ait özel bir hedef kitlesi vardır. Her kurum veya kuruluşun çalışma alanı farklı olduğu için hitap edeceği kitlesi de farklı olacaktır.

İşletme kendi hedef kitlesini belirleyerek hangi kitleye ulaşacağını, nasıl ulaşacağını, müşterilerin hangi özelliklerde ürün istediklerini belirlemelidir (Görsel 4.5). Bu şekilde yapılan çalışmalarda işletmelerin zaman, para ve çabaları boşa gitmeyecektir. Hedef

kitle sadece şu anki müşteriler değildir, gelecekteki (potansiyel) müşterilerin de oluşturduğu bir yapıdır. Bu nedenle işletmelerin ürünlerini satın alabilecek hedef kitlenin kimler olduğuna yönelik ayrıntılı, doğru ve yeterli bilgi elde etmesi gerekir.

Kaliteli ürün isteyen müşteri olabileceği gibi daha uygun fiyatlı ürün ve hizmet isteyen müşteri de vardır. Geleneksel ürün ve hizmet isteyen müşterinin yanı sıra modayı takip eden ve bekleyen müşteri de vardır. İşletme, hedef kitlesini doğru belirleyip, ulaşabildiği ve sonrasında memnun olmalarını sağlayabildiği zaman varlığını devam ettirip marka olabilir. Hedef kitlesini doğru belirleyemeyen ya da ulaşamayan şirketler için müşteri ve maddi kaynak azalacak, varlığını devam ettirebilmesi zorlaşacaktır.

4.1.6. Halkla İlişkilerde Hedef Kitle

İnsanların istek ve ihtiyaçları işletmeler, kurum ve kuruluşlarla giderilir. Bu nedenle işletmeler çevre ile iyi ilişkiler kurmak zorundadır. Çünkü toplum tarafından kabul edilen işletme varlığını sürdürebilir. İşletmelerin çevresiyle kurmuş olduğu bu tür ilişkiler, halkla ilişkiler tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu nedenle işletmelerin içinde bulundukları çevrenin ekonomik sosyal ve kültürel değerlerini düşünerek güçlü bir halkla ilişkiler çalışması yapmaları gerekmektedir. Halkla ilişkiler, devlete ve özel işletmelere ait kuruluşları tanımak, kurum ile çevresi arasında iyi ilişki kurmak ve kurum hakkında olumlu imaj oluşturmak için yapılan planlı ve sürekli çalışmalardır.

Halkla ilişkilerin en kısa tarifi, tanıma ve tanıtma amaçlı bir dizi faaliyet sürecidir. Önce kurumu ve çevresini bütün yönleriyle iyi tanımak ve sonra tanıtım işlemlerini yerine getirmek gerekmektedir. Hedef kitle analizi yapılmadan bu kitleye hangi mesaj, kanal ve araçla ulaşılabileceğini tespit etmek mümkün değildir [4.3]. Bu nedenle önce hedef kitle belirlenmelidir. Devlet kurumlarında hedef kitle ya tamamen ülke halkı ya da konusuna göre halkın belli bir kısmı olabilir.

İşletmeler için ise hedef kitle, mal ve hizmetini alacağını düşündüğü tüketici grubudur. İşletmeler, halkla ilişkiler çalışmaları ile kurumu ve çevresini bütün yönleriyle iyi tanır. Hedef kitlesinin tutum ve davranışlarını, beklentilerini, şikâyetlerini ve memnuniyetini belirler. İşletme ile hedef kitle arasında karşılıklı faydaya dayalı ilişki kurulur. Çift yönlü oluşturulan bu ilişkinin planlı ve sürekli olması sağlanır.

Kurumların hedef kitleleriyle iletişim kurmak için kullandıkları en etkili yol halkla ilişkiler çalışmalarıdır (Görsel 4.6). Bu nedenle hedef kitlenin belirlenmesi halkla ilişkiler planlamasının önemli aşamalarından biridir. Her kurumun sunduğu ürün ve hizmete, amaç ve hedefine göre kendine özgü hedef kitlesi oluşur. Bunlar halkla ilişkiler çalışmalarında iç hedef kitle ve dış hedef kitle olarak belirlenir.

Görsel 4.6. Hedef kitle ile iletişim

Bir giyim mağazasını düşündüğümüzde çalışanları iç hedef kitlesini oluştururken kıyafetleri ve diğer malzemeleri aldığı işletmeler, şu an müşterisi olanlar, gelecekte müşterisi olabilecekler, moda ile ilgileneler, müşteriyi etkileyecek tanınmış kişiler, medya kuruluşları, internet kullanıcıları dış hedef kitlesini oluşturur. İşletme için önemli olan, giyim markasını tercih eden mevcut müşterilerinin bağlılıklarını artırmaya yönelik halkla ilişkiler faaliyetlerini uygulamaktır. Bunun yanında başka giyim markalarını alan müşterilerin kendi ürünlerini alması için ikna edilme çalışmalarıdır.

Halkla ilişkiler çalışmalarında hedef kitlenin tespiti yapılmadan ve bu kitlelerle ilgili özellikler tüm detayları ile bilinmeden yapılan çalışmalar başarısız olacaktır. Hedef kitlenizin kimlerden oluştuğu, nelerden hoşlandığı, gelir ve öğrenim durumları, medeni halleri, yaşadıkları yerler gibi bilgilere sahip olmanız ve müşterileri belli gruplara ayırmanız gerekir. Belli özelliklere sahip müşteriler bir grupta toplanmalı ve o müşterilere ait detaylı bilgiler oluşturulmalıdır. Günümüz teknoloji çağında ancak hedef kitlesini yakından tanıyan işletmelerin çalışmalarında daha başarılı olacağı açıktır.

ETKİNLİK

GEREKSİZ TÜKETMEYELİM

Çevremizde ve dünyada başlayan tüketim fazlalığı ile ilgili bir araştırma yapın. Yaptığınız araştırma sonrası fazla tüketilen ekmek, su, kıyafet, yemek gibi temel ihtiyaçlarımızın israf edilmeden kullanıldığında neler sağlayacağını ve neleri önleyeceğini aşağıdaki gruplara göre listeleyin.

Kişi _____

_____

_____

Aile _____

_____

_____

Ülke _____

_____

_____

Dünya _____

_____

_____

UYGULAMA FAALİYETİ 4.4.1

1. Tüketim, tüketici ve müşteri konuları ile ilgili broşür hazırlayınız.

Broşürü hazırlarken aşağıdaki uyarıları dikkate alınız:

- Broşür; tüketim, tüketici ve müşteri konularını kapsamalıdır.
- Broşürde tüketim, tüketici ve müşteri konularının özellikleri, benzerlikleri ve farklılıkları yer almalıdır.
- Broşürde yazı, resim, tablo, grafik, şekil, fotoğraf vb. en az dört farklı materyal kullanılmalıdır.
- Broşür için bir A4 kâğıdının iki yüzü de kullanılmalıdır.

	4 puan	3 puan	2 puan	1 puan
İçerik	Sunulan bilgiler doğru ve konu ile ilgili tüm kapsamı içermektedir.	Sunulan bilgiler doğru ancak kapsam yeterli derecede yansıtılmamıştır.	Sunulan bilgilerde kısmen yanlışlıklar vardır.	Sunulan bilgilerde önemli ölçüde yanlışlıklar vardır.
Materyal	Sunum dört farklı materyal ile desteklenmiştir.	Sunum üç farklı materyal ile desteklenmiştir.	Sunum iki farklı materyal ile desteklenmiştir.	Sunum sadece yazılı materyalden oluşmaktadır.
Görsel Tasarım	Kâğıdın iki yüzü de etkili ve dengeli bir şekilde kullanılmış	Yazılar etkili kullanılmış ancak görseller dengeli kullanılmamış.	Yazılar etkili kullanılmamış ancak görseller dengeli kullanılmış.	Hem yazılar hem de görseller etkili ve dengeli kullanılmamış.

UYGULAMA FAALİYETİ 4.4.2

1. **Tüketim, tüketici ve müşteri konuları ile ilgili broşür hazırlayınız.**

1

İşlem Basamakları

- Geleneksel toplumlardaki ürün ve hizmet tüketimi ile günümüzdeki tüketim arasındaki farkları sıralayınız.

Öneriler

- Bireyin fizyolojik ihtiyaçlarının neler olduğunu hatırlayınız.
- Günümüz toplumlarında sosyal ve kültürel ihtiyaçlar nelerdir, sayınız.

2

İşlem Basamakları

- Müşteri ve tüketici ayrımını yapınız.

Öneriler

- Hangi durumda tüketici, hangi durumda müşteri olduğumuzu tekrar gözden geçiriniz.

3

İşlem Basamakları

- Bir işletmede müşteri istek ve beklentilerinin tespiti neden belirlenmelidir? Tartışınız.

Öneriler

- Müşterilerin istek ve beklentilerini tespit etmenin önemini tekrar okuyunuz.

4

İşlem Basamakları

- Müşteri tatmininin gerçekleşmesinin işletmeye ne gibi faydaları olduğunu maddeleyiniz.

Öneriler

- Müşteri tatmininin işletmeye sağladığı faydalarla ilgili maddeleri tekrar okuyunuz.

5

İşlem Basamakları

- Müşteri, beklenti ve istekleri gerçekleşmediğinde hangi davranışları gösterir?

Öneriler

- Müşteri tatmininin gerçekleşmediği durumlarda müşterinin nasıl tepkiler verdiği konusunu tekrar ediniz.

6

İşlem Basamakları

- İşletme, hakkındaki müşteri şikâyetini nasıl öğrenir?

Öneriler

- Müşteri istek ve şikayetlerini öğrenmek için işletmelerin son yıllarda nasıl bir sistem oluşturduğunu hatırlayınız.

7

İşlem Basamakları

- Şikâyet sonrası işletme ne yapmalıdır? Tartışınız.

Öneriler

- İşletmenin müşteri şikâyeti ile neleri öğreneceği ve müşteri şikâyeti sonrası neler yapacağı konusunu tekrar okuyunuz.

SIRA SİZDE

TÜKETİCİ BİLİNCİ OLUŞTURALIM

Günümüzde insanlar yaşam kalitesini yükseltmek, kendi zevklerini tatmin etmek uğruna sınırlı olan doğal kaynakları sınırsızca ve gereksizce kullanarak tüketim miktarını artırmaktadır. Bu da çevre dengesinin bozulmasına neden olmaktadır. Bu nedenle, çevreyi düşünerek tüketim yapan bireyler yetiştirmek eskisinden daha zor olmakla birlikte daha fazla önem kazanmıştır.

Bireyde tüketici bilinci oluşurken sosyalleşme araçlarının etkisinde kalmaktadır. Aile, okul, medya, akranlar, internet vs. tüketicinin bilinçlenmesinde önemli rolleri olan sosyalleşme araçlarıdır.

- **Sizce sosyalleşme sürecine etki eden araçlar tüketiciyi nasıl bilinçli hale getirir?**

Aile:

Okul:

Akranlar:

İnternet:

ÖLÇME DEĞERLENDİRME 4.1

A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise (D) yanlış ise (Y) yazınız.

1. (____) Genel olarak tüketim, fizyolojik, sosyal ve psikolojik nedenlerle oluşan ihtiyaç ve isteklerin giderilmesine yönelik yapılan faaliyetlerdir.
2. (____) Halkla ilişkiler sadece özel işletmelerde yapılır.
3. (____) İşletme tarafından sunulan ürünler her zaman beğenilmelidir.
4. (____) İhtiyaçlar hiyerarşisi basamaklarında en altta yer alan ve karşılanması gereken temel ihtiyaç yemek, içmek, uyumak gibi fizyolojik olanlardır.

B) Aşağıda verilen cümlelerde yer alan boşlukları uygun kavramlarla doldurunuz.

1. _____ toplumlardaki kişiler, tüketimi temel ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik yapar.
2. _____ başkalarını (ör., aile, arkadaş) uyarma ile ilgili marka veya işletmeden satın almayı durdurma şeklinde ortaya çıkabilmektedir.
3. _____ _____devlete ve özel işletmelere ait kuruluşları tanımak, kurum ile çevre arasında iyi ilişki kurmak ve kurum hakkında olumlu imaj oluşturmak için yapılan planlı ve sürekli çalışmalardır.
4. _____temel ve sosyal ihtiyaçlarını veya ihtiyacı olduğunu düşündüğü mal ve hizmetleri maddi bir değer karşılığı satın alan, yararlanan ya da kullanan son kişidir.

C) Aşağıda verilen soruların doğru yanıtını işaretleyiniz.

1. **Aşağıdakilerden hangisi tüketimin kelime anlamıdır?**

   A) Belirli bir işletmeden düzenli olarak ürün ya da hizmet alan,
   B) Belirli bir ihtiyacı tatmin etmeye yönelik mal veya hizmeti almaya parası ve isteği olan,
   C) Üretilen herhangi bir şeyin kullanılıp bitirilmesi ya da yok edilmesi,
   D) Müşterileri anlamak, onlarla devam eden iyi ilişkilerde bulunmak,
   E) Kendisinin ihtiyaç, istek ve arzularını karşılayan kişi,

2. **İnsanların ihtiyaçlarını karşılamak için üretim faktörlerini bir araya toplayarak ürün ve hizmet sunan üretim birimine ne ad verilir?**

   A) İşletme
   B) Müşteri
   C) Tüketim
   D) Müşteri ilişkileri
   E) Tüketici

3. **Aşağıdakilerden hangisi belirli bir işletmeden düzenli olarak ürün ya da hizmet alan o işletmeyi ya da markayı tercih eden kişidir?**

   A) Hedef kitle
   B) Müşteri
   C) Tüketici
   D) Müşteri şikâyeti
   E) Halkla ilişkiler

4. **Aşağıdakilerden hangisi müşterinin üründen beklediği ve istekleri ile ürünü kullandıktan sonra ürün ve hizmetten aldığı faydanın aynı olmasına verilen addır?**

   A) Müşteri ilişkileri
   B) Müşteri hizmetleri
   C) Halkla ilişkiler
   D) Hedef kitle
   E) Müşteri tatmini

5. **Aşağıdakilerden hangisi İşletmelerin mal ve hizmetini satın alacağı düşünülen tüketici grubuna verilen addır?**

   A) Müşteri
   B) Tüketici
   C) Müşteri hizmetleri
   D) Hedef kitle
   E) Halkla ilişkiler

4.2. MÜŞTERİ İLETİŞİMİNİ SAĞLAMA

HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. İşletmelerin müşterileri ile yüz yüze nasıl iletişim kurduğunu araştırınız.
2. İşletmelerde çalışanların müşteri isteklerini yerine getirirken nelere dikkat ettiklerini araştırınız.
3. İşletmelerin kitle iletişim araçları ile nasıl iletişim kurduğunu araştırınız.

Müşteri ilişkileri kavramı müşterileri anlamak, onlarla devam eden iyi ilişkilerde bulunmak, müşteri ile işletme arasında karşılıklı bağ kurmak şeklide ifade edilebilir. Bir işletmenin, varlığını devam ettirmesi, rekabet koşullarında başarılı olabilmesi, kâr etmesi, marka olması müşteri ile ilişkisine bağlıdır.

Müşteri ilişkileri, işletmelerin en önemli rekabet araçlarından birisidir. Çünkü her işletme kâr etmek için kurulur ve bunun için müşteriye ihtiyaç vardır. İşletmenin başarısı müşterileriyle uzun dönemde kalıcı ilişkiler kurabilmesi ile yakalanır. Bu nedenle müşteri ilişkilerinde işletme, müşterilerinin kimlerden oluştuğunu ve ne istediklerini yeterince bilmeli ve ona göre iletişim kurmalıdır (Görsel 4.7).

Görsel 4.7. Müşteri ile iletişim kurma çalışmaları

Müşteri ilişkileri, işletmenin müşteri ile satış öncesi, satış anı ve satış sonrasındaki tüm faaliyetlerini kapsamaktadır. Daha önceki yıllarda faaliyetleri kendi bulundukları çevreyle kurdukları iletişim ile sınırlı olan işletmeler, ürünlerini doğrudan kendileri satar, müşterileri ile bireysel olarak iletişim kurardı. Günümüzde işletmeler ülke çapında hatta uluslararası faaliyetlerde bulunmak durumunda kalmıştır. İşletmelerin eskiden olduğu gibi müşteriye yüz yüze ulaşma olanağı kalmamış bunun için gelişen kitle iletişim teknolojileri kullanılmaya başlanmıştır.

Çağımızda farklı bir müşteri anlayışı oluşmuştur. Günümüz müşterisi çabuk karar veren, özel ilgi bekleyen, ulaşması kolay ürün ve hizmet arayışında bulunan müşterilerdir. Müşterinin değişen bu beğeni, tutum ve davranışlarına bağlı olarak onlarla kurulan iletişimde değişmiştir. Bu nedenle işletmeler faaliyetlerini yeni teknolojilerle yapmaya çalışmaktadır. Böylece müşterinin ürünü bulması, siparişinin alınması ve ulaştırılması daha kısa sürede yapılabilmektedir. Ayrıca müşteri istek ve sorularının yanıtlanması doğrudan iletişim kurularak yapılmakta ve tepkisi anında alınabilmektedir.

Müşteri ile gerek geleneksel iletişimle gerekse yeni teknolojilerle kurulan iletişim tercih edilsin, amaç en etkili iletişim sağlanarak müşteri memnuniyetini ve sadakatini kazanmaktır.

4.2.1. İç Müşteri ve Dış Müşteri ile İletişim

Müşteri kavramı için farklı gruplandırmalar olsa da genel olarak iç ve dış müşteriler olarak ikiye ayrılır. Ürün ve hizmeti son kullanan kişilere dış müşteri, dış müşterilerin ürün ve hizmet ihyacını karşılayan kişilere iç müşteri adı verilmektedir. Bir işletmenin en üst seviyedeki yöneticisinden en alt seviyede çalışanlarına kadar hepsi ve işletme ile bağlantılı olarak iş yapanlar iç müşteri sayılmaktadır.

İşletmeler öncelikle kendi çalışanlarını memnun edebilmelidir. Çünkü işletme çalışanları işletme ile müşteri arasındaki en kuvvetli bağdır. Bunun için çalışanlarına iyi işyeri koşulları sunmalı, fikir ve düşüncelerine önem vermeli, onlarla iyi sosyal ilişkiler kurabilmelidir. İç müşteriler de işletme için takım bilinciyle çalışmalıdır.

Dış müşteri ise; işletmenin mevcut müşterileri, kararsızlar ve gelecekte mal ve hizmeti talep edebilecek olan potansiyel müşteri kitlesidir. Günümüzde işletmeler dış müşterileri ile iletişim için birçok yöntem kullanmaktadır. İşletme, müşteriye ne kadar hızlı ulaşabilir, onların istek ve beklentilerini ne oranda yerine getirebilirse satış yapma ve marka olma konusunda o kadar başarılı olacaktır.

4.2.2. Müşteri İlişkileri Yönetimi

Günümüzde aynı faaliyet alanında üretim yapan birden fazla işletme bulunmaktadır. Ayrıca müşterilerin her ürün ve hizmet için çok fazla seçeneği vardır. Bu nedenle yoğun bir rekabet ortamı oluşmuş, işletmelerin ayakta kalabilmesi ve devamlılığını sağlayabilmesi zorlaşmıştır. Müşterinin sizin işletmenizin ürün ve hizmetini seçmesi için onunla daha hızlı ve güvenli iletişim kurmanız gerekir. Bu nedenle işletmeler bu yeni müşteri anlayışına uygun bir yönetim şekli oluşturmak zorunda kalmışlardır. Bu da müşterileri yakından tanıyarak, onların istek ve beklentilerini karşılayıp her an ulaşılabilmelerini sağlamakla mümkün olacaktır.

Pazarlama, tüketicilerin ihtiyaçlarını ve beklentilerini anlamak için hizmet planlama ve sunma faaliyetleridir. Pazarlama işletmeler için çok önemlidir. Çünkü pazarlama sayesinde işletmeler satış için ne yapmaları gerektiğini belirleyip ürün ve hizmet üretim ve satışını yapacaklardır.

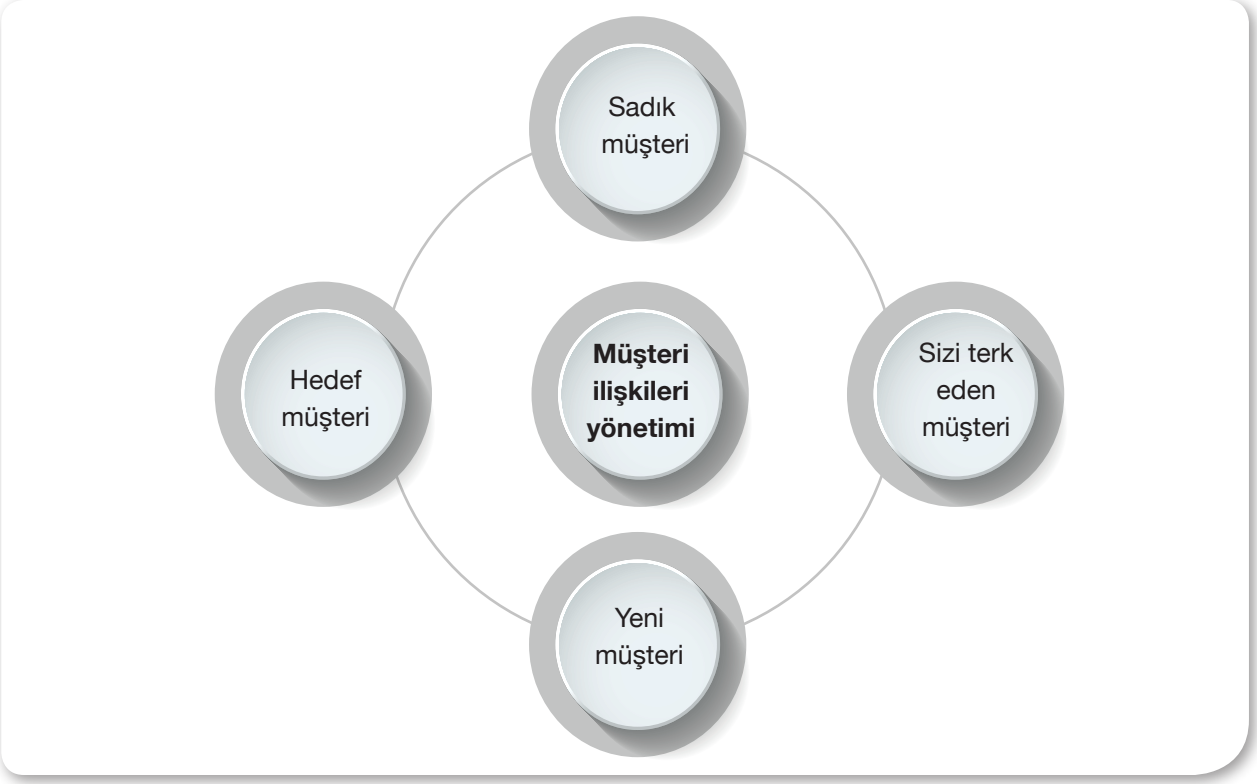
Dünyada hızlı değişimlerin yaşanması işletmelerin geleneksel pazarlama anlayışını da değiştirmek zorunda bırakmıştır. Geleneksel pazarlamadaki "kâr sağlama" hedefi yerini müşteri ilişkileri yönetiminde "müşteriyi kazanma" ya bırakmıştır.

Görsel 4.8: Müşteri ilişkileri yönetimi (CRM)

Geleneksel pazarlamada müşteriye sunulan hizmet ve iletişim ürün kalitesi ve satış ile sınırlıdır. Müşteri ilişkileri yönetiminde ise; işletme müşteriyi tanımayı, müşteri beklentilerini anlamayı, ona uygun hizmetler ve ürünler geliştirmeyi planlamaktadır (Görsel 4.8). Buna bağlı olarak da uzun dönemli müşteri ilişkileri kurarak kâr etmeyi amaçlamaktadır.

Günümüzde yaşanan rekabet, işletmelerin mevcut müşterileri ile olan ilişkilerini güçlendirmelerini zorunlu hale getirmiştir. Bunun için işletmeler, müşterileri ile ilgili genel bilgilere sahip olmalı bu bilgiler sonucunda planlar geliştirmelidir. Müşteri ilişkileri yönetiminde, istek ve beklentilerin anlaşılması, bu beklentiler doğrultusunda yeni müşterilerin kazanılması, ilişkinin devam etmesi ve geliştirilmesi gibi konularda müşteri ile iletişim etkin rol oynamaktadır.

4.2.2.1. Müşteri İlişkileri Yönetiminde Müşteri ile İletişim



Şekil 4.1: Müşteri ilişkileri yönetiminde ulaşılacak müşteri grupları

Müşteri ilişkileri yönetiminde hedef müşteri, yeni müşteri, işletmeye sadık müşteri ve işletmeyi terk eden müşteriler ile farklı iletişim yöntemleri kullanılmalıdır (Şekil 4.1). Bu nedenle iletişim kurulacak müşterinin bu gruplardan hangisinde yer aldığı öğrenilmelidir. Müşteri ile iletişim bu gruplamaya göre yapılmalı ve benzer özelliklere sahip müşterilere aynı hizmet sunulmalıdır.

• **Hedef Müşteri ile İletişim:** İşletme sunduğu ürün ya da hizmeti satmak için belli bir müşteriye ihtiyaç duyar. "Müşteri edinme" de öncelikle işletmeye uygun hedef müşteri belirlenir. Sonra bu müşterileri işletmeye kazandırmak ve sürekli müşteri olması için bilgilendirme ve özendirmeye yönelik faaliyetler yapılır. Bazen hedef müşteri işletme için yeni müşteri olmayabilir, rakip firmayı seçebilir (Görsel 4.9).

Hedef müşteriye ulaşabilmek için eskiden yüz yüze ya da kitle iletişim araçları gazete, radyo ve televizyon kullanılmaktaydı. Müşteri ilişkileri yönetiminde ise müşteriyle doğrudan iletişim kurmak için gelişen iletişim teknolojilerinden yararlanılır. Müşteri hizmetleri ile kişiye özel e-posta gönderme, özel telefonundan arama, gibi bireysel yöntemler ile iletişim kurulur.

Görsel 4.9: Müşteriyi çekebilme

• **Yeni Müşteri ile İletişim:** İşletme müşteriyi edindikten sonra onu elinde tutabilme çalışmaları yapmalıdır. Çünkü kazandığı müşterinin sürekliliğini sağlamak işletmenin devamlılığı ve kârı için çok önemlidir. Ayrıca yeni bir müşteri edinme var olan müşteriyi korumaya göre daha çok maliyet gerektirmektedir. Bu nedenle işletmeler var olan müşterilerini elde tutmak için indirimler, kampanyalar ve ayrıcalıklar yapmalı, onlarla bireysel yöntemlerle iletişim kurarak müşteri sürekliliğini sağlamalıdır.

• **Sadık Müşteri ile İletişim:** Yeni müşteri beklentisini ve isteklerini işletme ile karşılıyorsa, ürün değişimi veya iade gibi müşteri hizmetlerini beğeniyorsa, fiyatları beklediği gibi ve itibarlı bir işletmeyse müşteri bağlılığı sağlanır. Müşterinin o ürün ya da işletmeye bağlanması çok sevmesi anlamını taşımaz. Farklı yerlerde daha uygun fiyat, daha çok çeşit bulduğunda bile yine o işletmeyi tercih etmesi, benimsemesi anlamına gelir. Müşteri, bizim çay markamız, benim marketim diyorsa o işletme ya da marka ile duygusal bir bağ kurmuş, işletme ya da markanın sadık müşterisi olmuştur. Bu gruptaki müşteriler ile özel iletişim kurulmalı özel kartlar, indirimler, uzun zamandır kendilerini seçtikleri için özel ayrıcalıklar sunulmalıdır.

• **İşletmenin Kendisini Terk Eden Müşteri ile İletişimi:** İşletmenin müşterisi iken satış anı ya da satış sonrası dönemde sorun yaşayan ve artık kendisini terk eden müşterileri tespit etmesi ve müşteriyi yeniden kazanmak için bazı etkinliklerde bulunması gerekir. Çünkü işletmeyi terk eden müşteri rakip firma ile alışveriş yapacaktır. Eğer müşteri işletmenin müşteri hizmetlerine şikâyette bulunmuşsa bu sorun çözülmeye çalışılmalı, tepkisiz kalmışsa alışveriş takibi yapılmalıdır. Müşteri işletmeden uzun zaman alışveriş yapmadıysa öncelikle bununla ilgili neden öğrenilmeli ve bireysel iletişime geçilmelidir. Sorun ortadan kaldırılmaya ve bu süreçte o müşteriler için kişisel fırsatlar sunulmaya çalışılmalıdır.

4.2.3. Kullanılan Araca Göre Müşteri ile İletişim

Günümüzde işletmeler sadece bulunduğu çevrede değil, ülke çapında hatta tüm dünyada faaliyet göstermektedirler. Bu nedenle bütün müşterileriyle yüz yüze iletişim kurmaları olanaksız hale gelmiştir. İşletmeler müşterileri ile iletişimi yüz yüze, kitle iletişim araçları ya da yeni iletişim teknolojileri ile sağlamaktadırlar. Müşteri ile iletişimi kullanılan araçlara göre şu şekilde sınıflandırabiliriz.

4.2.3.1. Bilişsel İletişim Araçları

Görsel.4.10: Sanal alışveriş

İletişim teknolojilerinin değişmesiyle, müşteriyle olan iletişim biçimleri de değişmiştir. İnternet bu iletişim araçlarından en önemlisidir. Müşteriye ulaşmak için bilgi teknolojileri kullanılarak sanal ortamda gerçekleştirilen, bireysel veya toplu ulaşım sağlayan iletişim araçlarıdır (Görsel.4.10). Örneğin şirketlere ait özel siteler, alışveriş siteleri, e-posta, blog, vb. İnternet, müşteriye görsel, işitsel veya yazılı sunumlar sağlamaktadır. Müşterinin istek, şikâyet ve önerilerini tespit etmek için geribildirim sistemi vardır. Bu sistemle işletmeler ürün ve hizmetlerine yönelik beklenti ve tepkileri çok kısa zamanda öğrenebilmektedir.

Günümüzde müşteriler kendisine özel hizmetler ve daha kişisel çözümler beklemektedir. İnternet arama motorlarında arama yaparken, bu bağlantı motorları daha önce yaptığımız aramalarla ilişki kurup, ilgili reklamlar ve takip ettiğimiz konu başlıklarına uygun hoşumuza gidebilecek ürün ve hizmetleri karşımıza çıkarmaktadır. Kullanılan sosyal medya paylaşım sitelerinde ürün ve hizmet tanıtımları yapılmaktadır

Bu şekilde ürün ve hizmetten haberdar olan müşteriye sanal ortamda, evden dışarı çıkmadan, zaman

kaybetmeden alışveriş olanağı sunulmaktadır. İşletmelerin markası ve itibarı, sosyal medya kullanımı ile çok hızlı bir şekilde olumlu ya da olumsuz etkilenebilmektedir. Eskiden ürün ya da hizmetten memnun olmayan müşteri evine gidip eşine dostuna şikâyet ediyordu. Bugün ise sosyal medyadan yazdığı bir yorumla ya da görüntüyle binlerce kişiye bir anda ulaşıyor. Bu nedenle, işletmelerin itibar ve markasından sorumlu halkla ilişkiler bölümünün sürekli ve planlı çalışmalar yapması gerekmektedir. İşletmeler sanal ortamda müşteri ile iletişim konusunda dikkatli olmalı, rakiplerinin gerisinde kalmamalı ve teknolojik yenilikleri takip etmelidir.

4.2.3.2. Görsel-İşitsel İletişim Araçları

Göz ve kulağımıza hitap eden radyo, televizyon, sinema, vb. iletişim araçlarıdır. Daha çok kitleye ulaşması, görsel ve işitsel olması nedeniyle müşterilerle iletişim konusunda etkilidir. Fakat radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçları ile müşteriyle tek yönlü iletişim kurulduğu için müşteri tepkilerinin anında alınması ve belirlenmesi zor olmaktadır.

4.2.3.3. Telekomünikasyon İletişim Araçları

İşletmelerin müşterilerine ulaşmada daha çok kulaklarına hitap eden, telefon ve telefon hattı yardımı ile yazılı ve görsel iletim sağlayan faks kullanılarak yapılan iletişimdir. İşletmelerin çağrı merkezleri ile kurdukları iletişimi de bu sınıflamaya dâhil edebiliriz (Görsel 4.11). Günümüzde çağrı merkezleri ile müşteriyle iletişim kurmak işletmelerin en çok tercih ettiği iletişim araçlarından biridir. Bunun nedenleri;

Görsel 4.11: Çağrı merkezi

- İşletmenin müşteriye ihtiyaç duyduğu anda hizmet verilebilmesi,
- Bu yöntemle işletmelerin müşterinin ne istediği konusunda hızlı ve doğrudan bilgiye sahip olabilmesi,
- Bu bölüme gelen geribildirimler incelenerek müşteri memnuniyeti veya şikâyetinin öğrenilebilmesi,
- İşletmelerin, müşteriden internet siteleri ve alışveriş deneyimleri hakkında görüş alabilmesi,
- Ürün ve hizmetleri ile ilgili sık yaşanan sorunları belirleyebilmesi, şeklinde sıralanabilir.

Müşteri memnuniyeti amaçlı çalışan şirketlerin günümüzde müşteri hizmetlerinin 7 gün 24 saat çalışması gerekir. Müşterilerin çok beklemeden ulaşabileceklerini ve ihtiyaçlarına çözüm alabileceklerini bilmesi memnuniyetleri açısından oldukça önemlidir. Çağrı merkezleri ile müşteri hizmetleri, danışma hatları, servis ve teknik destek, sipariş, şikâyet yönetimi sağlanabilmektedir.

4.2.3.4. Kali-Grafik İletişim Araçları

Yazı ve çizim kullanılarak oluşturulan ve basım -yayım araçları ile yapılan iletişimdir. Müşterilerle basılı yayınlarla iletişim kurmak için kullanılır. Gazeteler, dergiler, kitaplar, afişler, el ilanları, tabelalar, mektup bu gruba dâhildir.

Örneğin; bir firma yeni çıkan ürün veya hizmetini tanıtmak için hedef müşterilerine posta yolu ile mektup, broşür, katalog, el ilanı gönderebilir. Günümüzde teknolojinin hızla ilerlemesi ile posta yerine, elektronik posta, internet gibi araçlar kullanılmaktadır. Bu sayede kullanılan materyaller saklanabilir, tekrar okunabilir ve izlenebilir olmaktadır. Günümüzde teknolojinin hızla ilerlemesi ile posta yerine, elektronik posta, internet gibi araçlar kullanılmaktadır.

4.2.3.5. Organizasyon İletişim Araçları

Düzenlenen organizasyonlar aracılığıyla gerçekleştirilen özel etkinliklerdir. İşletmelerin tanıtım, eğlence, eğitim, konferans, tur ve fuar etkinlikleri düzenleyerek, müşteri ile iletişim sağladığı araçlardır. Örneğin, giyim markası olarak giyim fuarına katılıp fuarı ziyaret eden müşterilere marka ve işletme tanıtımı yapabilir, görüşleri, önerileri ve şikâyetleri öğrenebilir.

4.2.3.6. Sanatsal İletişim Araçları

Düzenlenen sanatsal faaliyetlerle istenilen mesajın aktarıldığı iletişim araçlarıdır. Bunlar; resim, müzik, sergi, konser, tiyatro, defile, heykel, seramik vb. Bu sanatsal faaliyetleri düzenleyen ya da düzenlenen sanatsal faaliyetlere katılan işletmeler müşterilerine ulaşabilir ve iletişim sağlayabilir.

4.2.3.7. Müşteri ile Kişisel İletişim

Görsel 4.12: Müşteri ile kişisel iletişim

Herhangi bir kitle iletişim aracı kullanmadan, müşteri ile yüz yüze, birebir iletişim kurma olanağı veren iletişim biçimidir. İşletmelerde kişisel satış yapan satış personeli aracılığıyla müşteriyle yüz yüze iletişim kurulur (Görsel 4.12). Müşteri memnuniyetinde başarılı satış elemanlarının önemli bir rolü vardır. İşletmelerin mesleğinde iyi satış personeli çalıştırması işletme başarısının önemli koşullarındandır. Satış personelinin mesleğini iyi yapmasının yanında iyi iletişim becerisine sahip olması da gerekir. Çünkü müşterilerle yüz yüze iletişim yaparak işletmesini temsil edecektir.

İşletmelerin iyi satış yapabilmesi için ürün ve hizmetin kalitesi, fiyatı, tanıtımının yanında satış yapan personelin müşteri ile iletişimi de önemlidir. Bunun için müşteriyi anlayan, dinleyen, müşteri isteklerini yerine getiren ve müşteri beklentisini karşılayabilen satış personeline ihtiyaçları vardır. Müşteri her zaman satış yapan personelden doğru bilgi almak ona güvenmek ister.

Satış personelinin müşteri ile yakın, ilgili fakat ölçülü iletişim ortamı oluşturup, müşteri memnuniyetinin önemli olduğunu hissettirmesi gerekir. Bunun için de işletmeler iletişim konusunda kendini yetiştirmiş güzel konuşan ve beden dilini iyi kullanan satış elemanları çalıştırmak ister. Bir mağazaya müşteri geldiğinde karşılayan satış elemanının giyimi, jest ve mimikleri, konuşma tarzı ve beden dili, müşterinin beklentisini anlaması gibi birçok unsur müşteriyi olumlu ya da olumsuz etkiler. İşletmelerde çalışan satış personelinin müşteri davranışını anlayabilmesi önemlidir.

Görsel.4.13: Müşteriyi karşılama

4.2.4. Müşteri Tipine Göre İletişim

İşletmelerden alışveriş yapan müşteriler arasında davranış farklılıkları olduğu için farklı müşteri tipleri oluşmaktadır. İşletmeler müşteri ile doğrudan kurdukları iletişimler sonrası müşteri tiplerini de belirlemeye ve gruplamaya çalışırlar. Bu durum satış personeline hangi müşteri tipi ile nasıl iletişim kurması gerektiği konusunda ipuçları verecektir (Görsel.4.13).

Her müşteriyle her zaman doğru iletişim kurmak sanıldığı kadar kolay olmamaktadır. Müşteri çeşitliliği fazla olduğu için farklı kişilikler karşısında her zaman aynı davranmak çalışanların işlerini zorlaştırabilir. Bunun için ürün ve hizmetlerini tercih eden müşteri tipleri ile ilgili genel bir sınıflama yapan satış temsilcisi, müşteri tipine göre davranarak müşteri memnuniyetini daha kolay sağlamayı amaçlamaktadır. Bu nedenle müşteri tipleri gruplandırması aşağıdaki gibi yapılabilir.

• **Olumlu Tipler:** İletişim kurma açısından müşteri tipleri genel anlamda sınıflandırılırsa sorun çıkarmayan olumlu tipler, hoşgörülü, sabırlı, nazik, uyumlu sosyal, iyimser olanlar bu gruptadır. Satış anında alıp almama durumu değişebilir, fakat satış temsilcisine sorun çıkarmayan müşterilerdir.

• **Olumsuz Tipler:** Hiç beğenmeyen, saldırgan, kavgacı, kötümser, sinirli, titiz, şüpheci, inatçı, tutucu tipteki müşterilerdir. Bu gruptaki müşterileri memnun etmek çok zordur. Her konuda bir olumsuzluk bulup şikâyet edebilirler. Bu gruptaki müşterilere yaklaşmak veya onlarla konuşmak her zaman kolay olmaz. Onlarla iletişim kurmak zordur. Alacakları her şeye bir kusur bulur ve alacağı şeyi de almaktan hemen vazgeçerler. Bu müşterilere karşı sabırlı ve anlayışlı olmak gerekir.

• **Ne Olumlu ne de Olumsuz Müşteriler:** olumlu müşteri kadar iletişim kurması kolay olmayıp, olumsuz müşterilerde yaşandığı kadar satış temsilcilerine sorun çıkarmayan müşteri tipleridir. Bu grupta suskun veya çok konuşan, sadece fiyat araştırması yapan, kararsız, telaşlı, dalgın, bakmak için uğrayan müşterileri sayabiliriz. Bu müşterilerle kuracağınız iyi bir iletişimle kararlarını netleştirebilir, satış yapabilirsiniz.

Müşteriler hakkında önyargılı olmamalı ve müşterinin her gün farklı davranabileceği düşünülmelidir. Müşteri hakkında objektif olmalı sağlıklı bir iletişim kurmaya çalışılmalıdır.

ETKİNLİK

GERÇEĞİ BAŞKA TÜRDE SUNMAK

Brooklyn (Bruklin) köprüsünde, bir bahar günü, kör bir adam dilencilik yapıyormuş.

Dizlerinin dibine bir tabela koymuş. Üzerinde “DOĞUŞTAN KÖR” yazılıymış.

Herkes dilencinin önünden geçip gidiyormuş. Bir reklamcı bunu görmüş. Tabelayı almış, arkasına bir şeyler yazmış, olduğu yere tekrar bırakmış.

Ne olduysa ondan sonra olmuş.

Gelip geçen ve bu tabeladaki yeni yazıyı okuyan herkes, başlamış dilencinin önündeki şapkaya para atmaya.

Bir cümle yetmiş, onca kişiyi etkilemeye ve dilencinin şapkasının kısa sürede ağzına kadar parayla dolup taşmasına…

Ne mi yazıyormuş?

“Güzel bir bahar günü ama ben baharı göremiyorum.”

Hedef kitlenize göre mesaj göndermenin ne kadar etkili olduğunu belirten hikâyeden yola çıkarak, sizde bir hedef kitle belirleyerek örnekteki kadar etkili bir mesaj gönderin. Sınıfta hedef kitleyi en çok etkileyecek, en vurucu mesajın seçileceği bir yarışma düzenleyiniz.

UYGULAMA FAALİYETİ 4.2.1

1. **Müşteri ile iletişim kurmak için hangi araçların kullanıldığı ile ilgili bir afiş hazırlayınız.**

Afişi hazırlarken aşağıdaki uyarıları dikkate alınız:

- Afişte müşteri ile iletişim için kullanılan tüm iletişim araçlarına yer verilmelidir.
- Afişte yazı, resim, tablo, grafik, şekil, fotoğraf vb. en az dört farklı materyal kullanılmalıdır.
- Afiş A3 kâğıdına hazırlanmalıdır.
- Afişin hazırlanmasında geleneksel ya da bilgisayar destekli teknikler kullanılabilir.

	4 puan	3 puan	2 puan	1 puan
İçerik	Sunulan bilgiler doğru ve konu ile ilgili tüm kapsamı içermektedir.	Sunulan bilgiler doğru ancak kapsam yeterli derecede yansıtılmamıştır.	Sunulan bilgilerde kısmen yanlışlıklar vardır.	Sunulan bilgilerde önemli ölçüde yanlışlıklar vardır.
Materyal	Sunum dört farklı materyal ile desteklenmiştir.	Sunum üç farklı materyal ile desteklenmiştir.	Sunum iki farklı materyal ile desteklenmiştir.	Sunum sadece yazılı materyalden oluşmaktadır.
Görsel Tasarım	Kâğıdın iki yüzü de etkili ve dengeli bir şekilde kullanılmış	Yazılar etkili kullanılmış ancak görseller dengeli kullanılmamış.	Yazılar etkili kullanılmamış ancak görseller dengeli kullanılmış.	Hem yazılar hem de görseller etkili ve dengeli kullanılmamış.

UYGULAMA FAALİYETİ 4.4.2

1. **Tüketim, tüketici ve müşteri konuları ile ilgili broşür hazırlayınız.**

1

İşlem Basamakları

- Bir işletme kurduğunuzu düşünün. İşletmenizin adı, satış yaptığı ürün ya da hizmet nedir? Yazınız.
- İşletme için müşteri ile iletişim sağlamanın önemi nedir? Belirleyiniz.

Öneriler

- İşletmelerin müşteri ile iletişim sağlaması konusunu tekrar okuyunuz.

2

İşlem Basamakları

- İşletmeniz için iç müşteri ve dış müşteri belirleyiniz.

Öneriler

- İç müşteri ve dış müşterinin kimlerden oluştuğu hatırlayınız.

3

İşlem Basamakları

- Hedef müşterinize nasıl ulaşacaksınız? Belirleyiniz.

Öneriler

- Müşteri ilişkileri yönetiminde İşletmenin hedef kitlesine ulaşma açıklamalarını hatırlayınız.

4

İşlem Basamakları

- Yeni müşterinize nasıl ulaşacaksınız? Belirleyiniz.

Öneriler

- Müşteri ilişkileri yönetiminde yeni müşteriye ulaşma açıklamalarını hatırlayınız.

5

İşlem Basamakları

- Mevcut müşterinizi korumak için ve sadık müşteri oluşturabilmek için neler yapılmalıdır? Belirleyiniz.

Öneriler

- Müşteri ilişkileri yönetiminde işletmeden alışveriş yapan müşterileri korumak ve sadakati sağlamak için neler yapılacağını hatırlayınız.

6

İşlem Basamakları

- İşletmenizi terk eden müşteri için neler yapılmalıdır? Belirleyiniz.

Öneriler

- Müşteri ilişkileri yönetiminde işletmeden alışveriş yaparken, bir nedenle alışverişi terk eden müşteriye ulaşarak yeniden müşteri yapmak için neler yapılmalıdır? Hatırlayınız.

7

İşlem Basamakları

- İşletmenizden alışveriş yapan farklı müşteri tipleri için nasıl davranılmalıdır? Belirleyiniz.z.

Öneriler

- İşletmeden alışveriş yapan olumlu, olumsuz ve olumlu davranan kadar kolay, olumsuz davranan kadar zor olmayan müşteriler konusunu hatırlayınız.

SIRA SİZDE

HER ZAMAN İŞİNİ İYİ YAPMALI

Yaşlı bir marangozun emeklilik çağı gelmişti. Yıllardır yanında çalıştığı müteahhidini de çok seviyordu ama artık bu işlerden iyice bıkmıştı. İşi bırakmak ve emekli olmak istediğini çok sevdiği müteahhide söyleyince müteahhit çok üzüldü bu duruma. Ondan, kendisine son bir ev yapmasını rica etti.

Marangoz kabul etti ve işe girişti ama gönlünden gelerek çalışmıyordu. Özensiz bir işçilik yaptı ve kalitesiz malzeme kullandı. Mesleğinde zirve olmanın hiçbir izini taşımayan bu evi normalinden de kısa sürede bitirdi.

İşini bitirdiğini müteahhide söyleyince müteahhit de şaşırmıştı. Çünkü marangoz kendisine şimdiye kadar bu kadar kısa bir sürede hiçbir evi teslim edememişti. Müteahhit, evi gözden geçirmek için geldi. Evi baştan sona dolaştıktan sonra dış kapının anahtarını marangoza uzattı.

“Bu ev senin.” dedi, “Yıllardır bana ettiğin hizmetlerin karşılığı olarak sana benden hediye.”

Marangoz şoka girdi. Ne kadar utanmıştı. Eğer yaptığı evin kendi evi olduğunu bilseydi ne de güzel, özenerek yapardı onu.

Hayat bizim için de bazen böyledir. Her an kendi hayatımızı kurarız. Çoğu zamanda yaptığımız işe, elimizden gelenden daha azını koyarız. Sonra da kendi yaptığımız o özensiz evde yaşayamayacağımızı anlarız.

Eğer tekrar yapabilsek çok daha farklı yaparız. Tekrar bu hayatı yaşayabilsek çok daha farklı ve hatasız yaşamaya çalışırız. Ne var ki, hayata geri dönüş ve tekrar bir şeyler yapabilmek mümkün olmaz hiçbir zaman.

Marangoz sizsiniz. Her gün bir çivi çakar, bir tahta koyar ya da bir duvar dikersiniz. "Hayat bir kendin yap tasarımıdır." demiştir biri. Bugün yaptığınız davranış ve seçimler, yarın yaşayacağınız evi kurar. Öyle ise onu özenle kurun.

ÖLÇME DEĞERLENDİRME 4.2

A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise (D) yanlış ise (Y) yazınız.

1. (____) Organizasyon iletişim araçları işletmenin tanıtım, eğlence, eğitim, gezme, konferans, fuar etkinlikleri ile müşteriyle iletişim sağladığı araçlardır.
2. (____) Müşteri çeşitliliği fazla olsa bile farklı kişilikler karşısında her zaman aynı davranmak gerekir.
3. (____) Çağrı merkezleri ile müşteri hizmetleri, danışma hatları, servis ve teknik destek, sipariş,şikâyet yönetimi sağlanabilmektedir.

B) Aşağıda verilen cümlelerde yer alan boşlukları uygun kavramlarla doldurunuz.

1. Müşteri edinme de ilk öncelikle işletmeye uygun _____ belirlenir.
2. İşletme müşteri edindikten sonra _____ çabasına girmelidir.
3. Müşteri İle kişisel iletişim _____ _____ ile yapılır.

C) Aşağıda verilen soruların doğru yanıtını işaretleyiniz.

1. **Aşağıdakilerden hangisi iç müşterilerden biri <u>değildir</u>?**

   A) Satış elemanı
   B) Üst düzey yönetici
   C) İşletme ile bağlantısı olan iş yapanlar
   D) Çağrı merkezi çalışanları
   E) İnternetten alışveriş yapanlar

2. **Aşağıdakilerden hangisi sanal ortam kullanılarak yapılan müşteri iletişim yöntemlerinden biri <u>değildir</u>?**

   A) E-posta
   B) Televizyon
   C) Arama motoru
   D) İşletmenin sitesi
   E) Blog

3. **Aşağıdakilerden hangisi kaligrafik iletişim araçlarından biridir?**

   A) Afiş
   B) Radyo
   C) Çağrı merkezi
   D) Televizyon
   E) Sosyal medya

4. **Aşağıdakilerden hangisi müşteri ilişkileri yönetiminde ulaşılmak istenen müşterilerden biri <u>değildir</u>?**

   A) Yeni müşteri
   B) Sadık müşteri
   C) Satış temsilcileri
   D) İşletmeyi terk eden müşteri
   E) Hedef müşteri

5. **Aşağıdakilerden hangisi müşterinin daha uygun fiyat, daha çok çeşit bulduğunda bile yine o işletmeyi tercih etmesi anlamına gelir?**

   A) Pazarlama
   B) Müşteri şikâyeti
   C) Rekabet
   D) Müşteri bağlılığı
   E) Olumsuzluk

ÖĞRENME BİRİMİ
İLETİŞİMDE YARATICI DRAMA

5

Yaratıcı Drama
Materyal Kullanımı
Nefes Egzersizi
Zihin Düzenleme Analizi
Temel Faaliyet Planı
Kişilik

KONULAR

1. Drama İle İletişim
2. Dramada Kullanılan Araç Gereçler
3. Öfke Kontrolü
4. Stres Kontrolü
5. Zaman Kontrolü
6. Zor İnsanlarla Baş Etmek

Bu öğrenme biriminde,

Drama oyunlarını, drama oyunlarında kullanılan araçlar gereçleri; öfke, stres, zaman kontrol ve yönetimini; zor insanlarla baş etme tekniklerini kullanarak etkili iletişim kurmayı öğreneceksiniz.

5 ÖĞRENME BİRİMİ: İLETİŞİMDE YARATICI DRAMA

5.1 DRAMA İLE İLETİŞİM

HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. Tiyatroda sahnelenen bir oyunu izleyiniz. Oyun sonrasında oyuncular ile bir röportaj yaparak "drama" ile "tiyatro" ve "oyun" ilişkisi hakkında bilgi edininiz.
2. Sınıf arkadaşlarınızla birlikte başınıza gelmiş komik bir olayın canlandırmasını yaparak sınıfınızda sununuz.

İnsan sosyal bir varlıktır. Yaşamı boyunca çevresindekilerle çeşitli etkileşimlerde bulunur. Bir insanın diğer bir insana göre kendini uydurması, karşılıklı bilgi alışverişinde bulunması ve birbirlerinin davranışlarının karşılıklı olarak gelişmesine **etkileşim** diyebiliriz [5.1]. Dramanın doğasında da etkileşim vardır.

Drama bir grup etkinliğidir ve karşılıklı etkileşim haline girmeye olanak sağlar (Görsel 5.1). İnsana, kendi becerisiyle oluşturduğu bir yaşantı sunan ve böylece insanı özgürleştiren drama, insanın insanla buluşmasını sağlayan en iyi etkileşim alanlarından biridir [5.1]. Drama etkinlikleri sırasında katılımcılar karşılıklı diyaloglar kurar; doğal, içlerinden geldiği gibi ve hayal gücüne dayanarak konuşurlar. İletişim, yaratıcı dramanın hem amaçlarına ulaşmada bir araç hem de kapsamında, amaçlarında, yöntemlerinde, boyutlarında yer alan bir kavramdır ve yaratıcı drama sürecindeki katılımcılar için oldukça önemlidir [5.2]. Görüldüğü üzere; dramanın temel etkinlikleri arasında iletişim ve etkileşim çalışmaları yer almaktadır.

Görsel 5.1: Drama çalışması yapan öğrenciler

5.1.1. Dram ve Drama Kavramı

Dram, Türkçe sözlükte "Hem sahnede oynanmak üzere yazılmış, konuşmalar ve devinimlerle gelişen, karşıt oluşların çatışmasıyla sonuçlanan oyun, yapıt hem de mecazi anlamda acıklı olay." olarak tanımlanmaktadır. Drama kavramının tam bir Türkçe karşılığı bulunmamaktadır. Bu kelime köken olarak Yunancadaki, yapmak, etmek eylemek anlamını taşıyan "dran" kelimesinden gelmiştir. "Dran" kelimesi türetilerek "Drama" halini almıştır. **Drama** insana, var olan değerlerini anımsatan, onun kendiyle yüzleşip, özgürleşmesini sağlayarak insanı geliştiren ve topluca yaşanılan bir sanat, bir eylem, bir yaşantı anlamına gelmektedir [5.1].

Dram kelimesinin acıklı olay anlamında kullanımı ise dramatik olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanın insanla, doğayla, kendisiyle ya da herhangi bir cansız varlıkla girdiği etkileşimler, kimi zaman karşıtlıklar, çözülmesi gereken problem durumları ya da tek bir doğru ile ifade edilemeyecek gerilimler **dramatik** olarak tanımlanabilir.

5.1.2. Yaratıcılık

Yaratıcılık, her düzeyde var olan ve insan yaşamının her bölümünde kendini gösterebilen bir yeti, gündelik yaşamdan bilimsel çalışmalara dek uzanan, sanatsal alanda başyapıtların ortaya çıkmasını sağlayan süreçler bütünüdür. Yaratıcılık, daha önceden ilişki kurulmamış iki şey arasında özgün ve yeni bağ kurma

süreci olarak da tanımlanmıştır. Yaratıcılık süreçlerinde 4 aşama vardır:

1. Hazırlık Aşaması: Bu aşamada sorun, gereksinim ya da gerçekleştirilmek istenen şey saptanır, tanımlanır. Çözüm ya da gereklilikler için bilgi ve malzeme toplanır.

2. Kuluçka Aşaması: Bu aşamada ise sorundan yola çıkılarak geriye doğru gidilir, sorun zihnin irdelenmesine, incelenmesine bırakılır.

3. Aydınlanma Aşaması: Bu aşamada düşünceler yaratıcılığa bir temel oluşturmak üzere zihinden doğarlar. Bu düşünceler sonuç-ürünün parçaları olabileceği gibi sonucun kendi de olabilir. Bu aşama çoğunlukla anlıktır, müthiş bir iç görüler zenginliği içerisinde gelişir. Fikir bir anda şimşek gibi zihinde belirir ve aydınlanma gerçekleşir.

4. Gerçekleşme-Doğrulama Aşaması: Aydınlanma aşamasında ortaya çıkan ne ise, onun gereksinimleri karşılayıp karşılayamayacağının, hazırlık aşamasında saptanmış ölçülere uyup uymayacağının anlaşılması ve gösterilmesi için yapılan bir dizi etkinliktir [5.1].

5.1.3. Yaratıcı Drama

Yaratıcı drama en bilinen tanımı ile; doğaçlama, rol oynama vb. tiyatro ya da drama tekniklerinden yararlanılarak, bir grup çalışması içinde, bireylerin bir yaşantıyı, bir olayı, bir fikri, kimi zaman soyut bir kavramı ya da davranışı, eski bilişsel örüntülerin yeniden düzenlenmesi yoluyla ve gözlem, duygu, deneyim ve yaşantıların gözden geçirildiği "oyunsu" süreçlerde anlamlandırılması, canlandırılmasıdır [5.1]. Yaratıcı drama tiyatro formlarını kullanan, özünde de oyunculuk sözcüğünün kökenindeki "oyun" kavramı bulunan bir alandır. Tıpkı bir tiyatro ürününün sahneye koyuluş süreçlerinde yaşandığı gibi drama çalışmalarında katılımcılar belli bir atmosferi, oyun oynamaktan duyulan hazzı paylaşmaktadırlar. Ancak tiyatro ve dramanın aynı şey olmadığı bilinmelidir. Tiyatro ve drama arasındaki farklar ve ortak paydalar tablo halinde sunulmuştur (Tablo 5.1).

Tablo 5.1: Tiyatro ve Drama Arasındaki Farklar

Tiyatro	Drama
• Yazılı bir metine dayalıdır, oyun sonunda ulaşılması beklenen tek bir son vardır.	• Herhangi bir metine dayanmaz, süreç kendiliğinde gelişir ve oyun sonunda hangi sonucun çıkacağı bilinemez.
• İyi bir oyunculuk sergilenmesi önemlidir.	• Katılımcıların oyunculuk yeteneği taşıması gerekmez. Deneyimlerini katmaları yeterlidir.
• Kostüm, dekor, sahne gibi gereklilikleri vardır.	• Kostüm, dekor kullanılsa da gerekli değildir. Sahne olarak ise tiyatrodaki gibi özel bir platforma ihtiyaç duymaz. Sınıf ortamı, okul bahçesi, müzeler drama çalışmaları için kullanılabilecek ortamlardır.
• Seyirciye iyi bir gösteri sunmak amaçlanır.	• Amaç seyirciye gösteri sunmak değil, katılımcıların ortak bir deneyim yaşamalarını sağlayarak yaratıcı bir süreç geçirmektir.
• Sanatsal kaygı güdülür.	• Sanatsal bir kaygı güdülmez, amaç paylaşmak, birlikte ortaya bir iş koyabilmektir.

Tiyatro ve Drama Arasındaki Ortak Paydalar

- Tiyatro da drama da katılımcıya estetik haz ve estetik yaşantı sunar.
- Bireysel gelişim ve toplumsallaşma açılarından sosyalleşmeye katkı sağlar.

5.1.4. Yaratıcı Dramanın Önemi ve Özellikleri

Yaratıcı dramanın, oyunu eğitim süreçlerine dâhil ederek, eğitimde yaparak ve yaşayarak öğrenmeyi mümkün kılması en önemli özelliğidir [5.3]. Çünkü yaratıcı drama aracılığıyla rol oyunu içine giren kişi yaparak, yaşayarak, anlatarak konuyu daha detaylı öğrenebilir ve kendini etkili bir biçimde ifade edebilir. Yaratıcı dramanın bir diğer önemi ise bireyin kendini tanımasını ve diğer bireylerle iletişimini gerçekleştirerek yeniden toplumsallaşmasını sağlamasıdır. Yaratıcı dramanın özellikleri aşağıdaki maddelerde verilmiştir.

- Yaratıcı drama bir grup etkinliğidir.
- Yaratıcı drama katılımcıların tecrübelerine dayalıdır ve katılımcıları merkeze alır.
- Yaratıcı drama canlandırma odaklıdır.
- Yaratıcı drama çalışmaları şimdi ve burada olgusuyla gerçekleşir.
- Yaratıcı drama sonuç değil, süreç odaklı bir çalışmadır.
- Yaratıcı drama çalışmaları, bir drama liderinin/öğretmenin yönlendirmesiyle gerçekleşir.
- Yaratıcı drama çalışmaları, alanın gerektirdiği özelliklere sahip belli bir mekânda ya da drama çalışmalarına uygun hale getirilmiş diğer mekânlarda yapılır.
- Yaratıcı drama oyunun genel özelliklerinden yararlanır.

5.1.5. Yaratıcı Dramanın Yararları

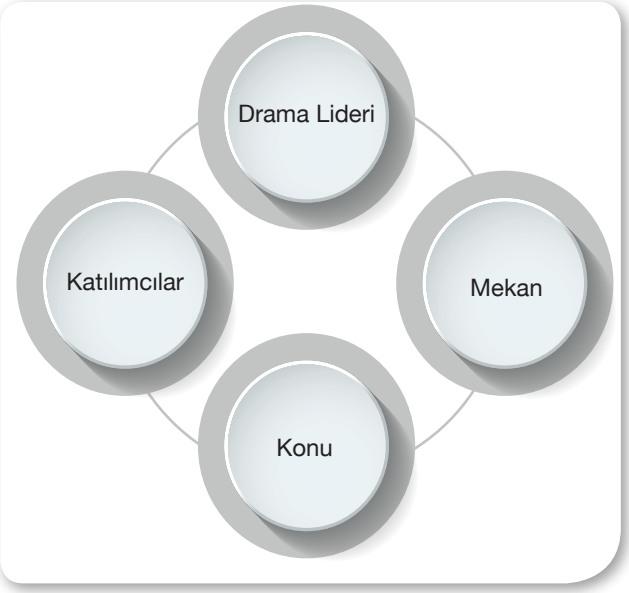
Yaratıcı drama, kendini ifade edebilme becerisi, estetik anlayışının oluşması, toplumsal uyum sağlamada kolaylık, beden dili kullanımının önemini kavrama gibi pek çok olumlu yararı bireyin edinmesini sağlar. Yaratıcı drama yararları özetle aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Yaratıcılığı ve hayal gücünü geliştirmesi
- Kendini tanıma, gerçekleştirme ve başkalarıyla etkili iletişim kurabilme becerisini geliştirmesi
- Demokratik tutum ve davranış geliştirilmesine yardımcı olması
- Estetik davranışlar geliştirilmesini sağlaması
- Eleştirel ve bağımsız düşünebilme becerisini geliştirmesi
- İş birliği yapabilme, birlikte çalışabilme becerilerini sağlaması
- Sosyal duyarlılık kazandırması
- Dil gelişimini, sözel ve sözel olmayan ifade becerisini geliştirmesi

5.1.6. Yaratıcı Dramanın Unsurları

Bir yaratıcı drama sürecinin gerçekleşmesi için genel olarak bir grup insanın yaratıcı drama etkinliğini gerçekleştirmeye uygun bir mekânda bir araya gelmeleri; belirlenmiş bir konu odağında katılımcıların yaşantılarından yola çıkarak canlandırmalar yapmaları gerekir. Söz konusu canlandırmalar için ise olmazsa

olmaz dört unsur vardır: Drama lideri, drama grubu, mekân ve konu (Şekil 5.1).



Şekil 5.1: Dramanın unsurları

5.1.6.1. Drama Lideri / Öğretmen

Drama Lideri / öğretmen; bir yaratıcı drama uygulaması sürecinde ilk yönergeyi veren, değerlendiren ve yeniden uygulayan kişidir. Çünkü drama çalışmaları oyun ve tiyatrodan farklı olarak esasen bir uzman yönlendiricinin rehberliğinde yapılmalıdır [5.4]. Drama liderinin görevleri ise;

- Drama sürecinin plan-programını oluşturmak,
- Dramanın amaçlarını ve hedeflerini belirlemek,
- Drama için kullanılacak mekânın hazırlığını yapmak ve gerekli materyalleri hazır bulundurmak,
- Drama çalışması için bireylerin gönüllü katılımını teşvik etmek,
- Drama çalışmasının konusunu ve rol dağılımında katılımcılara bilmeleri gereken temel bilgileri aktarmak,
- Çalışma esnasında çıkabilecek sorunlara çözüm üretmek,
- Çalışma sonrasında gerçekleştirilecek olan değerlendirme aşamasını uygulamaktır.

5.1.6.2. Drama Grubu / Katılımcılar

Bir grupla gerçekleştirilmesi, katılımcı merkezli olması ve katılımcıların yaşantılarından yola çıkması yaratıcı dramanın belirgin özelliklerindendir (Görsel 5.2). Drama çalışmalarının gerçekleştirilebilmesi için gönüllü katılımcılara ihtiyaç duyulur. Drama çalışmasının başarılı bir şekilde yürütülebilmesi için ise katılımcıların birbirleriyle çalışmaya hazır, dramanın kurallarını özümsemiş olmaları gereklidir. Drama lideri/öğretmen oluşturulan grubu iyi tanımalıdır. Katılımcıların iletişime açık, farklılıklara saygılı, drama çalışmasının gerektirdiği etkinlikleri yapmaya istekli bireyler olması önemlidir.

Görsel 5.2: Drama grubu

5.1.6.3. Mekân

Mekânın yaratıcı dramanın bileşeni olarak karşılığı yaratıcı drama sürecinin gerçekleştiği çalışma ortamı ya da atölyedir. İdeal bir mekân 14-16 kişinin rahatça hareket edebileceği büyüklükte olmalıdır. Yaratıcı drama çalışmaları için genellikle sınıf ortamları kullanılır. Bu ortamlar, ilk bakışta yaratıcı drama uygulamalarına elverişli gözükmeyebilir. Oysaki sınıf ortamları yaratıcı drama uygulaması gerçekleştirmeye uygun hale getirilebilir. Sınıftaki eşyalar, olanaklar el verdiğince kenara çekilerek boş bir alan yaratılabilir. İyi düzenlenmiş bir drama ortamı, katılımcının daha kolay motive olmasını sağlar. Yaratıcı drama uygulamaları yalnızca sınıf ya da okul içi ortamlarda gerçekleştirilmez. Müze, fabrika, banka, hastane, sokak, ev gibi farklı mekânlarda da gerçekleştirilebilir.

5.1.6.4. Konu

Konu, öğrenilmek istenen şeye karşılık gelmektedir. Yaratıcı dramanın yöntem olarak kullandığı uygulama sürecinde de konuyu doğru belirlemek önemlidir. Yaratıcı drama süreçlerindeki etkileşim, dramatik kurgu odağında ele alınan konunun tüm duyuları etkin kılacak canlandırmalarla ele alınmasına dayanır. Konu yaratıcı drama süreçlerindeki etkileşimi belli bir odağa toplayarak anlamlı kılar. Yaratıcı dramada konular evrensel değerlere ters düşmediği ve katılımcıların özel hayatları ile ilgili olmadığı sürece her türlü şey olabilir.

5.1.7. Yaratıcı Drama Çalışmalarının Aşamaları ve Yöntemleri

Yaratıcı drama temel olarak üç aşamadan oluşur (Şekil 5.2):

Şekil 5.2: Yaratıcı drama çalışmasının aşamaları

5.1.7.1. Isınma Aşaması

Kişinin ortama ve çalışma grubuna uyum sağlaması, sonraki çalışmalarla kuracağı bağlantıyı oluşturması ve vücudunu gelecek çalışmalara hazırlaması için yapılan ön egzersizlere ısınma denir. Isınma çalışmaları drama çalışmalarının başlangıcında yapılır. Ama gerek görülürse esas oyunun herhangi bir kısmında da yapılabilir. Örneğin grubun dikkati dağıldığında, grupta zihinsel yorgunluk ortaya çıktığında veya etkinlik süreci uzadığında kısa bir ısınma çalışması faydalı olacaktır. Isınma çalışmaları ise aşağıdaki gibidir;

A) Fiziksel Isınma: Fiziksel ısınma vücudun sonraki çalışmalarda kullanılacak organ ve kaslarını hazırlamak için yapılan çalışmalardır. Isınmanın bu bölümünde basit çalışmaların yanı sıra spor hareketlerine de yer verilir. Fiziksel ısınma için çalışmalara yavaş yürüyüşler ve ufak hareketlerle başlayıp tempoyu yavaş yavaş yükseltmek, vücudun doğru biçimde hazırlanması açısından önemlidir. Çünkü ısınmanın ardından gerçekleşecek oyun çok hareketli olabilir ve hazırlıksız durumdaki kas veya organlarda hasar yaratabilir.

ETKİNLİK

Fiziksel ısınma çalışması için aşağıdaki basit yürüyüş biçimlerini denebilirsiniz.

- Paytak paytak yürüme
- Postacı yürüyüşü
- Volta atarak yürüme
- Yerler ıslakmış gibi yürüme
- Ateş üstünde imiş gibi yürüme
- Gizlice kaçıyormuş gibi yürüme

B) Zihinsel Isınma: Bu çalışmalar sırasında, daha sonraki etkinliklerde işlenecek konulara uygun tanımlamalar yapılarak çocukların bir sonraki çalışmaya zihinsel olarak hazırlanmaları sağlanır. Örneğin, çevreyle ilgili bir çalışma öncesinde, okulun bahçesinde veya parkta çöplerin arasından geçilerek yapılan bir yürüyüş tanımlaması kullanılabilir. Ya da onlardan bir kasabadaki çeşme olmaları ve orada gerçekleşecek olaylara hazırlanmaları istenerek kasabayla ilgili bir görüntünün zihinlerinde canlandırılması sağlanabilir. Bu

tanımlama ve uygulamalar doğru şekilde yapıldığında katılımcı, zihinde kalan görüntüler sayesinde sıradaki çalışmalara daha çabuk uyum sağlayacaktır.

ETKİNLİK

ÇILGIN FOTOĞRAF

Aşama: Isınma Oyunu

Amaç: Katılımcıların bedensel yaratıcılığını geliştiren, mekân ve beden kullanımı arasındaki ilişkiyi fark ettiren bir çalışmadır.

Sınıfınızda eşit sayıda katılımcı ile gruplara ayrılınız. Her grubun dijital bir fotoğraf makinesi ya da cep telefonu olmalıdır. Fotoğraf çekimi sınıf, okulun tüm alanları, açık alan vs. kullanılarak yapılmalıdır. Örneğin aşağıdaki durumlar kullanılarak fotoğraf karesi oluşturulabilir:

En huzurlu an.

En riskli an!

Ayakların yerden kesildiği an!

Biz buraya sığmıyoruz!

En korkutucu an!

Etkinlik sonrasında fotoğraflar akıllı tahta veya projeksiyon kullanılarak birlikte incelenir.

C) Gruba Isınma: Gruba ısınma çalışmaları; grup üyelerinin birbirleriyle tanışmaları, kaynaşmaları, iletişim kurmaları için yapılan çalışmalardır. Grup daha önceden birbirini tanıyor olsa bile grup üyelerinin o günkü durumlarının görülmesi için ısınma çalışmalarına ihtiyaç vardır. Herhangi bir olumsuzluk söz konusu ise bunlar ısınma çalışmaları sırasında azaltılmaya çalışılır.

D) Ortama Isınma: Ortama ısınma çalışmaları; grubun ortamda bulunan nesneleri, malzemeleri, ısıyı, ışığı, havalandırma düzenini, mekânın girinti ve çıkıntılarını fark etmesini sağlamak amacıyla yapılır. Özellikle oyun aşamasında meydana gelebilecek çarpma vb. sorunları azaltacağı için bu aşama önemlidir.

5.1.7.2. Esas Oyun Aşaması

Esas oyun, asıl oyun olarak da adlandırılır. Belirlenmiş kurallar içinde, özgürce oyun oynama ve bu oyunları geliştirme çalışmalarından oluşur. Oyun, kişiliğin gelişimi sürecinde diğer insanlarla paylaşarak, onları taklit ederek gerçekleştirilir. Sözü edilen oyunlar bu temel görüşten yola çıkarak uygulama içinde yerini alır. Bu oyunların en bilinen dört tanesi doğaçlama, rol oynama, pandomim ve oluşumlardır.

A) Doğaçlama: Doğaçlama tekniği, sıradanlıktan kurtulup, ansızın gelişen olaylar karşısında yaratıcılık şeklinde tanımlanabilir. Doğaçlama yapmada başarılı ya da başarısız olmak diye bir şey söz konusu olmamakta, tekrar tekrar yapıldıkça insana deneme cesareti vermektedir, doğaçlamayı yapanlar böylece hatalarından yola çıkarak yeni şeyler öğrenip, diğerlerini de gözlemleyerek doğruları bulma yolunda adımlar atmaktadırlar.

B) Rol Oynama: Rol oynama, imgelemeyle (hayali olarak) bir başkasının, varlığın, nesnenin yerine geçerek o imiş gibi yapmak, yerine geçmek, o olmak anlamına gelir [5.5]. **Rol (oynama)**, bir kimsenin gerçekleştirmek durumunda olduğu herhangi bir eylemde yapması gereken görev, gerçek olmayan davranış olarak tanımlanmaktadır.

C) Pandomim: Pandomim fikirlerin sözcük olmadan ifade edilmesidir. Oyuncunun sözcükler olmadan hareketlerle bir şeyi anlatması ya da oynaması şeklinde tamamlanabilir (Görsel 5.3). Örneğin;

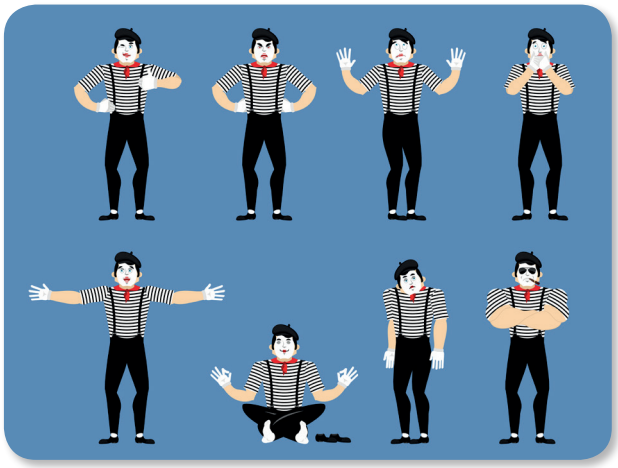
Görme: Karanlık bir dolapta yün kazağınızı arayınız.

İşitme: Küçük bir çıtırtı duyup ne olduğuna karar vermeye çalışıyorsunuz.

Koku Alma: Okuldan geldiniz ve mutfaktan gelen pasta kokusunu alıyorsunuz.

Tatma: Bir elmayı ısırdınız, elma çok ekşi.

Dokunma: Sıcak bir sobaya dokundunuz.



Görsel 5.3: Pandomim

D) Oluşum: Isınma ve rahatlama çalışmalarıyla başlayan, oyunlarla sürdürülen, doğaçlamalarla geliştirilen atölye çalışmalarında artık ulaşılması hedeflenen en son aşamaya gelinmiştir. Bu aşama oluşumlardır. Oluşum etkinliği, doğaçlamaya bağlı olarak gelişen bir aşamadır. Kişilerin kendi yaratıcılıklarının sınırlarını fark ettikleri bu aşamanın sonucunda neler çıkacağı çoğunlukla tahmin edilemez. Örneğin, mevsimlerden sonbaharın konu edildiği bir drama uygulamasının doğaçlama aşaması tamamlandığında, katılımcılardan süreç boyunca akıllarında kalanları tek kelimeyle ifade etmeleri istenir. Çıkan kelimeler drama lideri tarafından not edilir. Birlikte bu kelimelerden "sonbahar" konulu bir şiir yazılabilir, hatta bu şiirsel metinler role dönüştürülerek canlandırılabilir [5.2].

5.1.7.3. Değerlendirme Aşaması

"Tartışma" ya da "paylaşım" da denilen değerlendirme, yaratıcı drama etkinliklerinin herhangi bir aşamasından sonra ya da etkinlikler bittikten sonra yapılan etkinlik ve canlandırılan rollerle ilgili duygu, düşünce ve yaşantıların konuşulmasının sağlandığı aşamadır.

UYGULAMA FAALİYETİ 5.1.1

ANLAT, ANLAT, KENDİNİ ANLAT

Aşama: Tanışma Oyunu

Amaç: Grup üyelerinin kendileri ile ilgili birçok özelliği anlatarak, birbirlerini tanıdığı bir oyundur.

Bu çalışmada dokuz adet kâğıt paçasına 1'den 9'a kadar rakamlar yazılır. Katılımcı hangi kâğıdı seçtiyse, seçtiği kâğıt parçasında yazan sayı kadar kendisi ile ilgili bir özellik söyler.

Örnek: "Ben Adem, futbol oynamayı çok seviyorum, en sevdiğim renk mavi, eşyalarımın karıştırılmasından rahatsız olurum…"

1

İşlem Basamakları

- Drama çalışması yapılacak mekânı hazırlayınız.

Öneriler

- Sandalyeleri kullanarak çember oluşturunuz.

2

İşlem Basamakları

- Gerekli materyalleri hazırlayınız.

Öneriler

- Eşit boyda kesilmiş kâğıt parçalarına 1 ile 9 arasındaki rakamları yazınız. Kâğıtları keserken makası dikkatli kullanmayı unutmayınız. Kâğıtları bir kalem kutusu, şapka, kutu vb. içerisine koyunuz.

3

İşlem Basamakları

- Drama lideri ilk kâğıdı çekmelidir.

Öneriler

- Gruba motivasyon olması için lider ilk olarak oyuna başlamalıdır. Çektiği kâğıttaki rakam kadar kendisi ile ilgili özellikleri söylemelidir.

4

İşlem Basamakları

- Lider sırayı gruptaki diğer bir kişiye verir.

Öneriler

- Sıradaki katılımcı da bir kâğıt seçmeli ve oyunu devam ettirmelidir. Sırası bitince dilediği kişiyi seçebilir. Katılımcıların hepsinin oyuna katılması sağlanmalıdır. Oyun bütün katılımcılar kâğıt çekinceye kadar devam eder.

5

İşlem Basamakları

- Drama çalışması bitirdikten sonra lidere ve diğer katılımcılara teşekkür edilir.

Öneriler

- Çalışma sonrasında değerlendirme yapabilir, oyun hakkındaki düşüncelerinizi paylaşabilirsiniz.

UYGULAMA FAALİYETİ 5.1.2

KOMUT VE LİDER OLMADAN BİRLİKTE HAREKET EDEBİLİR MİYİZ?

Aşama: Konsantrasyon Oyunu

Amaç: Gruptaki kişilerin algı kalıplarını zorlaması, çok dikkatli olması ve hiç konuşmadan ve birbirinden komut almadan ortak hareket etmesidir. Zor ama bir o kadar da grup konsantrasyonunu sağlayan bir egzersizdir.

Öğretmen katılımcıların sınıfta karışık bir şekilde yürümelerini ister. Sakin bir müzik eşliğinde yürüme gerçekleşirken, eğer gruptan bir kişi yürürse herkes yürüyecek, eğer bir kişi durursa herkes duracaktır. Burada belirli bir lider yoktur. En az 10 dakika uygulama yapılmalıdır.

1

İşlem Basamakları

- Çalışma yapacağınız alanı hazır hale getiriniz.

Öneriler

- Çalışma sınıfta yapılıyorsa sıraları kenara çekebilir, güvenlik önlemleri alarak dolaşmaya uygun hale getirebilirsiniz.

2

İşlem Basamakları

- Sınıf içerisinde dolaşmaya başlayınız.

Öneriler

- Çalışma sınıfta yapılıyorsa sıraları kenara çekebilir, güvenlik önlemleri alarak dolaşmaya uygun hale getirebilirsiniz.

3

İşlem Basamakları

- Gezinti sırasında dikkatinizi diğer katılımcılara veriniz.

Öneriler

- Bu çalışmada takip edilecek belirli bir kişi yoktur. Herhangi bir kişi durduğunda; siz de durmalı eğer yürürse siz de yürümelisiniz.

4

İşlem Basamakları

- 10 dakikalık bir çalışma gerçekleştiriniz.

Öneriler

- Grup üyelerinin en az 10 dakika içerisinde birbirlerine uyum sağlamaya başladığını fark edeceksiniz. Dilerseniz bu süreyi artırabilirsiniz.

5

İşlem Basamakları

- Drama çalışmanızı bitirdikten sonra öğretmeninize ve diğer katılımcılara teşekkür ediniz.

Öneriler

- Çalışma sonrasında değerlendirme yapabilir, oyun hakkındaki düşüncelerinizi paylaşabilirsiniz.

UYGULAMA FAALİYETİ 5.1.3

BENİM SÖZLERİM ONUN ELLERİ

Aşama: Rol Oynama

Amaç: Gruptaki kişilerin birbirleriyle uyum sağlaması, sözlü ve sözsüz iletişim becerilerinin geliştirilmesi

Öğretmen ikili gruplar oluşturur. Kız ve erkekler ayrı ayrı gruplandırılmalıdır. İki kişi eş olur ve birisi ellerini diğerinin kolunun altından geçirir. Konuşan kişinin ellerini kullanması yasaktır. Oyunun amacı konuşan kişinin sözlerine uygun bir şekilde, arkadaşının sadece kollarını ve ellerini kullanarak hareketlendirme yapmasıdır. Örneğin, yemek tarifi yapan birisinin jestleri canlandırılır. Bir haber spikeri, cep telefonu ile konuşan birisi, spor yorumcusu, nutuk atan bir politikacı vb. Konuşan kişinin ellerini kullanmadan sadece anlatması, arkadakinin de sadece ellerini kullanması oldukça zordur ama bir o kadar da farkındalık vericidir.

1

İşlem Basamakları

- Arkadaşınızla eşleşiniz.

Öneriler

- Eşleştiğiniz kişi ile önce konuşan sonra elleri kullanan kişi olarak yer değiştirebilirsiniz.

2

İşlem Basamakları

- Ellerinizi arkada kavuşturunuz.

Öneriler

- Pozisyonunuzu aldıktan sonra canlandıracağınız temaya karar veriniz. Bebeğini ninni söyleyerek uyutmaya çalışan bir anne, kaslarını gösteren bir sporcu gibi temalar belirleyebilirsiniz.

3

İşlem Basamakları

- Belirlediğiniz temaya uygun olarak konuşmanıza başlayınız.

Öneriler

- Konuşmanın ve jestlerin eş zamanlı olması için dikkatinizi oyuna veriniz.

4

İşlem Basamakları

- Konuşmanızın arkadaşınızın jestleri ile uyumlu olmasını sağlayınız.

Öneriler

- Eşleşmiş olan diğer grupla farklı tiplemeler oluşturarak grup doğaçlaması yapabilirsiniz.

5

İşlem Basamakları

- Drama çalışmanızı bitirdikten sonra öğretmeninize ve diğer katılımcılara teşekkür ediniz.

Öneriler

- Çalışma sonrasında değerlendirme yapabilir, oyun hakkındaki düşüncelerinizi paylaşabilirsiniz.

UYGULAMA FAALİYETİ 5.1.4

TERMİNAL

Aşama: Doğaçlama

Amaç: İkna ve iletişim becerilerinin geliştirilmesi

Önemli bir iş nedeniyle bir yere gitmelisiniz. Terminale geldiğinizde sadece bir bilet kaldığını öğreniyorsunuz. Ve o bileti isteyen birden çok kişi ortaya çıkıyor. Bileti almayı becerebilmek için diğerlerini nasıl ikna edersiniz?

1

İşlem Basamakları

- Çalışma yapılacak mekânı hazırlayınız.

Öneriler

- Çalışma sınıfınızda yapılacak ise sıraları hayali bir otobüse çevirebilir. Öğretmen masasını bilet gişesine çevirebilirsiniz.

2

İşlem Basamakları

- Drama lideri öncülüğünde rol dağılımı yapınız.

Öneriler

- Sıralara otobüsün kalkmasını bekleyen sabırsız yolcular, koltuğunda oturan otobüs şoförü, son biletin de kesilmesini beklediği için gişenin yanında duran muavin, gişe görevlisi ve son bileti almak için birbiriyle yarışan 5 kişi olarak rol dağılımı yapabilirsiniz.

3

İşlem Basamakları

- Son bileti almak için diğer oyuncularla doğaçlama yaparak iletişim kurunuz ve onları ikna etmeye çalışınız.

Öneriler

- Bu çalışmada herkesin aynı anda konuşmaya çalışması gürültüye neden olacaktır, kendisinin bileti alması gerektiğini anlatan kişinin konuşmasına müsaade etmeye özen gösteriniz. Ancak itiraz ederken topluca itiraz edebilirsiniz. Otobüsteki yolcuların arada oflama ve puflama sesleri veya şoförün kornaya basması da oyuna dahil edilebilir.

4

İşlem Basamakları

- Diğerlerini ikna ettikten sonra biletinizi alınız ve otobüse oturunuz.

Öneriler

- Bilete en çok ihtiyaç duyan kişi belirlendikten sonra gişe görevlisi bileti kesmelidir..

5

İşlem Basamakları

- Drama çalışmanızı bitirdikten sonra öğretmeninize ve diğer katılımcılara teşekkür ediniz.

Öneriler

- Çalışma sonrasında sınıfınızı eski haline getiriniz ve etrafı toparlayınız.

SIRA SİZDE

SEVGİ VE MERHAMET

Görsel 5.4: Akrep

"Günün birinde bir adam suda bata çıka ilerlemeye çalışan bir akrep görür. Onu kurtarmaya karar verir ve parmağını uzatır ama akrep onu sokar. Adam tekrar akrebi sudan kurtarmaya çalışır ama akrep onu tekrar sokar. Yakınlardaki başka birisi ona, onu sürekli sokmaya çalışan akrebi kurtarmaya çalışmaktan vazgeçmesini söyler. Adamcağız ise şöyle der:

"Sokmak akrebin doğasında vardır.

Benim doğamda ise sevmek var.

Neden sokmak akrebin doğasında var diye,

Kendi doğamda olan sevmekten vazgeçeyim?"

Bir Hint Hikayesi

Verilen öyküyü sevgi ve merhametli olma ilişkisi üzerinden değerlendirip okuyunuz ve sevginin insan doğasındaki varlığını sınıfta arkadaşlarınızla tartışınız.

ÖLÇME DEĞERLENDİRME 5.1

A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise (D) yanlış ise (Y) yazınız.

1. (____) Etkinlik ve canlandırılan rollerle ilgili duygu, düşünce ve yaşantıların konuşulmasının sağlandığı aşama Tartışma/Değerlendirme aşamasıdır.
2. (____) Tiyatroda katılımcıların oyunculuk yeteneği taşıması gerekmez. Deneyimlerini katmaları yeterlidir.
3. (____) Drama, yaratıcılığı ve hayal gücünü geliştirir.
4. (____) Drama çalışmalarında ideal bir mekân 14-16 kişinin rahatça hareket edebileceği büyüklükte olmalıdır.

B) Aşağıda verilen cümlelerde yer alan boşlukları uygun kavramlarla doldurunuz.

1. _____ bir insanın diğer bir insana göre kendini uydurması, karşılıklı bilgi alışverişinde bulunması, birbirlerinin davranışlarının karşılıklı olarak gelişmesidir.
2. _____, eylem anlamını taşımaktadır.
3. _____, daha önceden ilişki kurulmamış iki şey arasında özgün ve yeni bağ kurma sürecidir.
4. Yaratıcılık süreçleri, _____, _____, _____ ve _____ aşamalarından oluşmaktadır.
5. Yaratıcı drama eğitimde _____ ve _____ öğrenmeyi mümkün kılar.
6. _____; bir yaratıcı drama uygulaması sürecinde ilk yönergeyi veren, değerlendiren ve yeniden uygulayan kişidir.
7. Yaratıcı drama çalışmaları için genellikle _____ ortamları kullanılır.
8. Kişinin ortama ve çalışma grubuna uyum sağlaması, sonraki çalışmalarla kuracağı bağlantıyı oluşturması ve vücudunu gelecek çalışmalara hazırlaması için yapılan ön egzersizlere _____ denir.

C) Aşağıda verilen soruların doğru yanıtını işaretleyiniz.

1. Aşağıdakilerden hangisi dramanın unsurları arasında yer almaz?

A) Konu
B) Drama Lideri
C) Zaman
D) Mekân
E) Drama Grubu

2. Aşağıdakilerden hangisi drama çalışmalarının Esas Çalışma aşamasında yapılan çalışmalar arsında yer alır?

A) Fiziksel Isınma
B) Pandomim
C) Beslenme
D) Tartışma
E) Zihinsel Isınma

3. Isınma ve rahatlama çalışmalarıyla başlayan, oyunlarla sürdürülen, doğaçlamalarla geliştirilen atölye çalışmalarında artık ulaşılması hedeflenen en son aşamaya ne ad verilir?

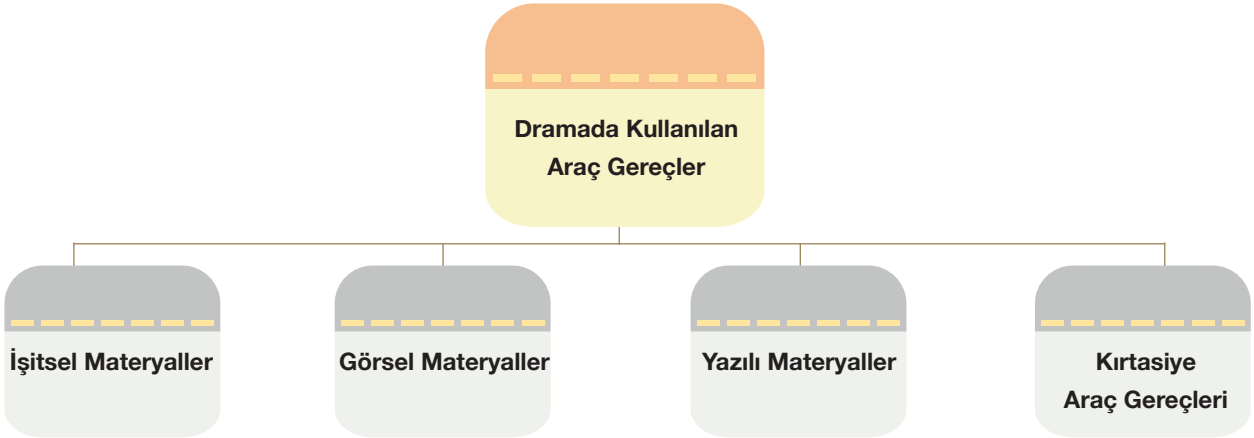
A) Rol Oynama
B) Pandomim
C) Doğaçlama
D) Oyun
E) Oluşumlar

5.2. DRAMADA KULLANILAN ARAÇ GEREÇLER

HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. Drama çalışmalarında kullanmak üzere çeşitli müzik listeleri oluşturunuz ve sınıfınızda paylaşınız.
2. Drama çalışmalarında kullanılabilecek maske çeşitlerini araştırınız ve görsellerinden bir kolaj hazırlayarak sunum yapınız.
3. Yapacağınız çalışmalarda kullanabileceğiniz materyalleri araştırınız.

Drama çalışmalarında olmazsa olmaz 4 unsur vardır. Drama lideri, drama grubu, mekân ve konu. Daha önce ayrıntılı bir şekilde ele aldığımız bu unsurlar, yaratıcı drama çalışmalarının başarıya ulaşması için bir zorunlulukken; kostüm, dekor, müzik gibi ögeler destekleyici unsurlardır. Çünkü drama çalışmalarında araç gereç, materyal zorunluluğu yoktur. Onların varlığı, yaratıcı drama sürecinde yararlı olsa da yoklukları halinde büyük bir eksiklik yaşanmaz. Özetle, dramada araç gereç kullanımı oldukça faydalıdır, ancak çalışma esnasında materyal eksikliği kısıtlamalara neden olamayacak kadar önemsizdir. Yaratıcı drama, tiyatronun dekor, kostüm, araç gereç gibi zorunluluklarından sıyrılmıştır. Drama çalışmalarını zenginleştirmek için kullanılabilecek araç gereçleri dört kategoride incelenebilir (Şekil 5.3):



Şekil 5.3: Dramada kullanılan araç gereçler

5.2.1. İşitsel Materyaller

Yaratıcı drama etkinliklerinin çoğunda doğrudan ya da dolaylı olarak müzik kullanılır. Çeşitli müzik eserleri yaratıcı drama çalışmasını, çalışılan konu bağlamında renklendirir; içeriğini güçlendirir. Bundan dolayı sınıfta (ortamda) bir CD ya da Mp3 çalar bulunmalıdır. Sınıfta çok amaçlı kullanılan bir bilgisayardan küçük bir ses sistemi desteğiyle müzik konusunda da destek alınabilir. Sözlü ve çeşitli sözsüz müzik eserlerinden yararlanılabilir. Ancak sözlü parçalar kullanırken müziğin çalışmanın önüne geçmemesi konusunda dikkatli olunmalıdır. Yaratıcı drama çalışmalarında drama liderinin iyi bir müzik arşivinin olması beklenir. Hatta bu arşivden diğer etkinliklerde de yararlanılabilir.. Çalışmanın içeriğine, kazanımlarına, tekniğine göre hızlı, yavaş, sözlü, sözsüz vb. özelliklerde müzik parçası seçilir ve kullanılır.

Müzikle ilgili olarak yine ortamda tef, zil gibi müzik aletleri ve çeşitli malzemelerle yapılmış müzik aletleri bulunmalıdır. Drama lideri yaratıcı drama çalışmasında, bir masalın içinde, bir etkinliği müzikle destekleme gereksiniminde, bir ritim çalışması vb. durumlarda gerek görürse bu müzik aletlerini sürece ekleyebilir.

ETKİNLİK

VE MÜZİK ÇALSIN!

Drama çalışmalarında kullanmak üzere 70'li yıllardan başlayarak, 80'ler 90'lar 2000'ler 2010'lar ve 2020'li yıllardan popüler müzikleri araştırıp telefonunuza yükleyiniz. Bulduğunuz şarkıları sınıfınızda dinleyiniz ve dönemin müziğine uygun dans figürlerini canlandırınız.

5.2.2. Görsel Materyaller

Sınıfta (ortamda) büyük bir kutu, sandık ya da dolap çeşitli aksesuarların konmasına ayrılabilir. Aksesuarlar katılımcının role girmesini kolaylaştırdığı gibi, yaratıcılık gelişimini ve hayal gücünün zenginleşmesini de destekler. Aksesuar dolabında baston, tepsi, kırılmayacak bir malzemeden üretilmiş tabak, bardak, çantalar, birkaç farklı şapka, dosya, stetoskop, süs eşyaları gibi çeşitli objeler ile çeşitli giysi parçaları ve kumaş parçaları bulunabilir. Yaratıcı drama çalışmalarında katılımcılar bu aksesuarları kendi işlevinde kullanabileceği gibi farklı işlevler yükleyerek de kullanabilirler. Örneğin, yuvarlak bir minder bir çalışmada tepsi olarak kullanılırken bir başka çalışmada otomobil direksiyonu olarak kullanılabilir.

ETKİNLİK

DRAMA KUTUSU

Sınıf arkadaşlarınızla bir kutunun içerisine çeşitli nesneler doldurunuz Kutudan sırayla, gözünüz kapalı olacak şekilde bir tane nesne seçiniz. Seçtiğiniz nesneyi kullanabileceğiniz özellikler bulmaya çalışınız. Örneğin bir baston;

- Golf sopası,
- Tüfek,
- Bayrak sopası,
- Badana sopası,
- Temizlik fırçası,
- Beysbol sopası şeklinde kullanılabilir.

Siz de şal, tel toka, kitap, kemer, top, bez parçası, kalem, kâğıt gibi nesnelerle bu etkinliği yapabilirsiniz. Unutmayın, yaratıcı nesneler bulmak sizin elinizde!

Yaratıcı drama etkinliklerinde sıkça kullanılan görsel materyaller ve araç gereçler aşağıda açıklandığı gibidir.

- **Kostüm ve Aksesuarlar:** Yaratıcı drama uygulamalarında özel tasarlanmış kostüm ve aksesuarlar yerine kumaş parçaları ya da atık malzemelerden yapılmış basit kostüm ve aksesuarlar kullanılmaktadır. Çünkü rol oynayacak katılımcının hazırlığını en kısa sürede tamamlaması önemlidir. Kullanılabilecek kostüm ve aksesuarlar arasında mutfak önlüğü, şal, şapka, gözlük, takılar, kumaş parçaları vb. sayılabilir.

- **Kuklalar:** Yaratıcı drama çalışmalarında çeşitli kuklalar (Görsel 5.5) kullanılabileceği gibi kişinin rolüne girdiği çalışmalar da yapılabilir. El kuklası, parmak kuklası, çomak kuklası, eldiven kuklası, ipli kukla, gölge kuklası en çok kullanılan kukla çeşitleridir. Maskeler gibi kuklalar da yaratıcı drama grubunda bulunanlar tarafından yapılabilir ya da hazır olarak alınabilir. Kumaş, kâğıt vb. malzemelerle üretilen kuklalar birkaç çalışmada birden aksesuar olarak kullanılabileceği için yapım aşamasında geçecek sürenin boşa harcanmış sayılmaması gerekir.

ETKİNLİK

KUKLA HAZIRLAMA

Görsel 5.5: Çorap kuklalar

Kullanılacak Araç Gereçler: Çorap, iğne-iplik, makas, göz renginize yakın renkte 2 adet oynar göz, saç renginize yakın renkte bir parça yün iplik, 1 adet küçük pembe düğme, renkli ispirtolu kalemler, yapıştırıcı, karton kâğıt

Çorap Kukla Yapılışı:

- Kolunuzu örtecek kadar uzun ve temiz bir çorap bulun. Çorap istediğiniz renkte ve desende olabilir.
- Çorabı elinize geçirin ve elinizle bir C şekli yapın. Parmaklarınızı parmak kısmına koyun. Başparmağınızı topuk kısmına sokmaya çalışın.
- Başparmağınız topuk kısmına ulaşamazsa çorabı başparmakla parmakların arasındaki oyuğa sokun. Elinizi açın ve kapatın. Çorap zaten bir kukla gibi görünmeye başlayacaktır.
- Dört parmağınızı yerleştirdiğiniz dikiş yerine tükenmez bir kalem ile iki nokta koyarak kuklanızın gözlerini oluşturun. Burun için de bir nokta koyun.

- Çorabı düz bir zemin üzerine koyun, gözleri oluşturmak için düğme kullanın. Düğmeleri bir ip yardımıyla dikebilir ya da bir yapıştırıcı ile yapıştırabilirsiniz. Kuklanız bir kızsa biraz kirpik çizmeyi unutmayın.
- Burun dikişinin hemen üstünde küçük pembe düğmeyi iğne iplik kullanarak dikin. Yün iplik kullanarak saç yapın. Saçı oluşturmak için yün iplikleri dört parmağınıza sarı ip bittiğinde, küçük bir iplik parçası ile oluşturduğunuz minik çile parçasını ortasından aynı iplikten bir parça ile bağlayıp düğüm atın ve kenarlarından ponpon oluşturacak şekilde kesin. Oluşan ponponu çoraba saç olarak eklemek için iğne iplik kullanarak dikin.

• **Maskeler:** Yaratıcı drama etkinliklerinde kullanılabilecek araçlardan biri de grupta bulunanlar tarafından değişik teknik ve malzemelerle yapılabilecek maskelerdir (Görsel 5.6). Maskeler, rol oyunlarını kolaylaştıran araçlardır. Etkinliğe katılmak istemeyen çekingen katılımcılar, duygu ve düşüncelerini maskeler arkasından daha rahat ifade edebilirler. Yüzlerini kapatmayan katılımcılar içinse sadece göz maskeleri yapılabilir.

ETKİNLİK

EMOJİ MASKE HAZIRLAMA

Görsel 5.6: Emoji maske

Kullanılacak araç gereçler: Sarı fon kartonu, çeşitli renklerde kartonlar (mavi, pembe, kırmızı), makas, yapıştırıcı, siyah renkli keçeli kalem, dil çubuğu.

Emoji Maske Yapılışı:

- İlk olarak sarı fon kartonun büyük ebatta bir yuvarlak ve renkli kartonlara çeşitli şekiller çiziniz.
- Yuvarlağı çizmek için kâğıt tabak ya da pergel kullanabilirsiniz. Pembe fon kartonuna dudak için yarım karpuz ya da yanaklar için yuvarlak şekli, mavi fon kartonuna göz ya da gözyaşı formu çizebilirsiniz.
- Çizdiğiniz kırmızı/ sarı yuvarlakları ve şekilleri makas yardımı ile kesiniz. Emoji maskenizi oluşturmak için kestiğiniz şekilleri yuvarlak formlara yapıştırınız.
- Üzgün emoji için siyah keçeli kalemle düşük gözkapağı ve ağız çizebilirsiniz ya da çok mutlu yüz için pembe kartondan kalp gözler ve kırmızı kartondan karpuz dilimi şeklinde ağız kesip yapıştırabilirsiniz.

- Katılımcıların her birinin drama çalışmalarında kullanılmak için farklı emoji maskesi yapmaları faydalı olacaktır. Yapılacak emojiler: Mutlu yüz, üzgün yüz, kızgın yüz, utangaç yüz, korkmuş yüz, şaşırmış yüz vb. şeklinde olmalıdır.
- Hazırladığınız maskeyi dil çubuğuna silikon tabancası yardımıyla yapıştırınız.

DİKKAT: Bu çalışma esnasında iş sağlığı ve güvenliği kurallarına uyunuz.

5.2.3. Yazılı Materyaller

Sınıfta (ortamda) katılımcıların kullanabileceği kitapların, afişlerin, dergilerin, fotoğraf ve çeşitli kartların yer aldığı bir kütüphanenin ya da birkaç raflı bir dolabın bulunması yaratıcı drama çalışmaları açısından önemlidir.

Görsel 5.7: Drama çalışması için materyal hazırlayan öğrenciler

5.2.4. Kırtasiye Araç Gereçleri

Yaratıcı drama çalışmalarında katılımcıların görsel malzemeler hazırlayacağı etkinlikler de yapılır (Görsel 5.7). Sınıfta (ortamda) katılımcılara yetecek kadar kalem, boya kalemi, A4 kâğıdı, değişik boyutlarda resim kâğıdı, yapıştırıcı, cetvel, makas, renkli karton, elişi kâğıdı gibi kırtasiye malzemesi de bulundurulmalıdır.

5.2.5. Materyaller ile İlgili Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar

- Materyaller, yaratıcı drama çalışmalarının içeriğine uygun bir biçimde seçilmeli ve önceden hazırlanmalıdır.
- Aksesuarların farklı işlevlerle kullanılmasının drama çalışmasının doğası gereği olduğu unutulmamalıdır ve engellenmemelidir. Sözgelimi baston, bir canlandırmada baston olarak kullanılabilirken, diğer bir canlandırmada at olarak da kullanılabilir.
- Materyallerin seçiminde yaş özelliklerine dikkat edilmeli ve içeriğinde sağlık açısından sakıncalı maddeler bulunmamalıdır.
- Yaratıcı drama çalışması okul dışı bir ortamda yapılacaksa gerekli materyaller önceden hazırlanmalı ve çalışma yapılacak ortama götürülmelidir.
- Ortam, yaratıcı drama çalışmalarını doğrudan etkileyen önemli bir bileşendir. Yaratıcı drama çalışması okul dışı bir ortamda yapılacaksa bu ortamın yukarıda da değinildiği gibi kendine özgü özellikleri bulunur. Planlama yapılırken ortam, drama lideri/ öğretmen tarafından iyi incelenmeli ve bu özellikleri göz önünde bulundurulmalıdır. İyi düzenlenmiş ve yeterli materyalle desteklenmiş ortam, yaratıcı drama çalışmasının verimini arttırırken yaratıcılığı ve hayal dünyasını zenginleştirir.
- Materyaller sınıfta (ortamda) ve katılımcıların ulaşabilecekleri yerlerde bulunmalıdır. Çalışma sürecinde katılımcı gerek gördüğünde ilgili materyali kullanabilmelidir.

UYGULAMA FAALİYETİ 5.2.1

BENİ BANA BENİMLE ANLAT

Kullanılacak Araç gereçler: Katılımcıların önceden hazırlamış oldukları ve kendilerini temsil eden kuklaları, Kâğıt ve kalem.

1

İşlem Basamakları

- Çalışma yapacağınız alanı hazır hale getiriniz.

Öneriler

- Drama çalışması yapmak için öğretmen masasını sınıfın ortasına çekiniz. Katılımcılar hazırlamış oldukları kendi kuklaları ile sıralarında hazır bulunmalıdırlar.

2

İşlem Basamakları

- Drama lideri küçük not kâğıtlarına katılımcıların adını yazar ve bir kutu içerisine koyar.

Öneriler

- Katılımcılar sıra ile öğretmen masasına oturur ve önünde isim yazılı not kâğıtlarından bir isim çeker.

3

İşlem Basamakları

- Kendi kuklaları ellerinde bekleyen katılımcılar bu kuklaları canlandırma için ismini çeken katılımcıya verir.

Öneriler

- Katılımcı kendisine verilen kuklanın arkadaşı olduğunu düşünüp, onunla sohbet etmesi gerektiğini bilmelidir.

4

İşlem Basamakları

- Öğretmen masasındaki katılımcı kukla ile sohbet eder, kuklanın yerine konuşan da o olmalıdır.

Öneriler

- Katılımcı arkadaşının kuklası ile sohbet ederken kuklayı arkadaşına en yakın şekilde canlandırmalıdır.

5

İşlem Basamakları

- Katılımcı kukla ile sohbet eder, arkadaşını yansıtırken onunla alay etmemesi gereklidir.

Öneriler

- Kuklası canlandırılan öğrenci kendisini başkasının gözünden görme imkânı bulur.

6

İşlem Basamakları

- Bütün katılımcılar sıra ile kuklaları canlandırır.

Öneriler

- Çalışma bitiminde oyun hakkında değerlendirmeler yapınız.

UYGULAMA FAALİYETİ 5.2.2

DUYGULARIN HİKÂYESİ

Kullanılacak Araç gereçler: Katılımcıların önceden hazırlamış oldukları emoji maskeler.

1

İşlem Basamakları

- Çalışma yapacağınız alanı hazır hale getiriniz.

Öneriler

- Drama çalışması için katılımcılar sınıflarında sıralarında oturmalıdır. Öğretmen masası tahtanın önünde ortada olmalıdır.

2

İşlem Basamakları

- Drama lideri küçük not kâğıtlarına katılımcıların adını yazar ve bir kutu içerisine koyar.

Öneriler

- Drama liderinin seçtiği ilk katılımcı öğretmen masasına oturur ve önünde isim yazılı not kâğıtlarından bir isim çeker.

3

İşlem Basamakları

- Kendi hazırladıkları maskeler ile sıralarında bekleyen katılımcılar bu maskeyi canlandırması için ismini çeken katılımcıya vermelidir.

Öneriler

- Katılımcı kendisine verilen maskeyi kullanmadan önce ifade ettiği duyguyu kontrol etmelidir.

4

İşlem Basamakları

- Öğretmen masasındaki katılımcı maskeyi yüzüne tutar ve maskesine uygun bir olay anlatmaya başlar.

Öneriler

- Katılımcı maskesindeki emoji kızgın ise onu kızdıran bir olayı; kıskanç ise onu kıskandıran bir olayı vb. anlatır.

5

İşlem Basamakları

- Katılımcı maske ile hikâyesini anlatmayı bitirdikten sonra sırayı maskesini aldığı arkadaşına devreder.

Öneriler

- Öğretmen masasına geçen yeni katılımcı önündeki kutudan bir kâğıt seçer ve çıkan ismin maskesini alır.

6

İşlem Basamakları

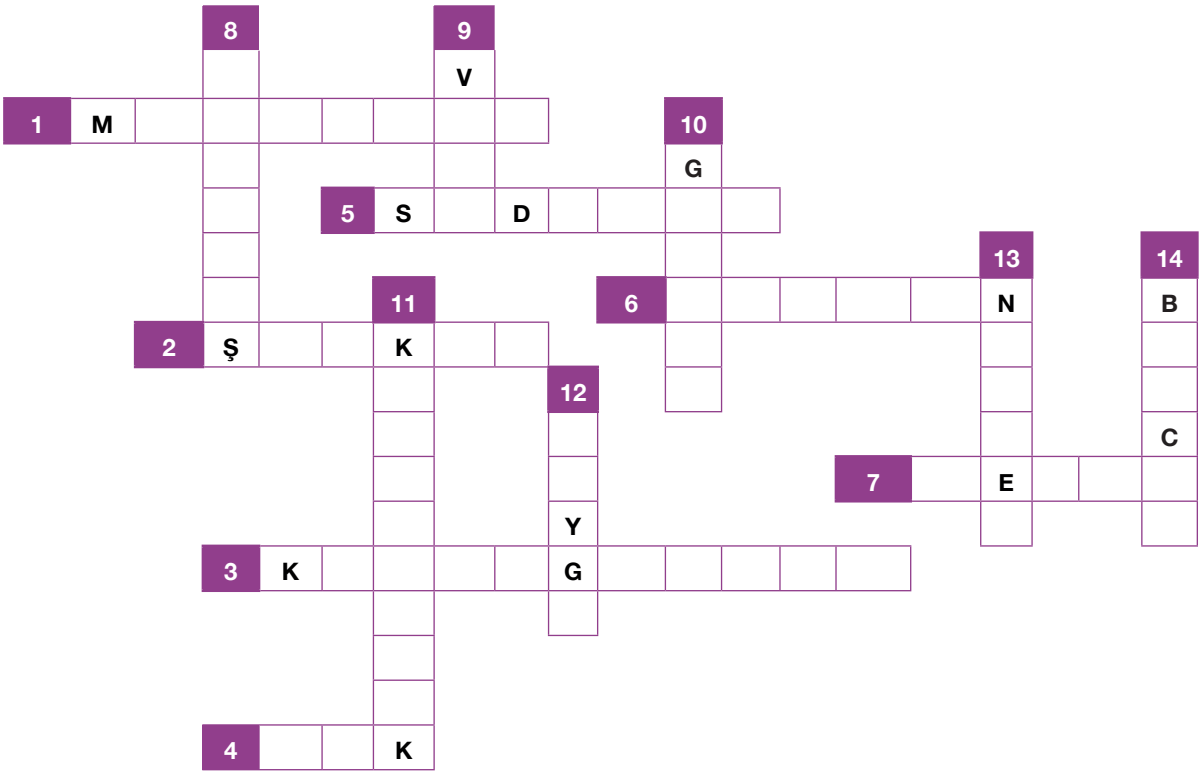
- Bütün katılımcıların sıra ile bu çalışmayı yapmaları sağlanır.

Öneriler

- Çalışma bitiminde oyun hakkında değerlendirmeler yapınız.

SIRA SİZDE

DEĞERLER BULMACASI



SORULAR

1. Bir kimsenin veya başka canlının karşılaştığı kötü durumdan dolayı duyulan üzüntü, acıma
2. Acıyarak ve esirgeyerek sevmek
3. Bir insanın kendini herkesten yükseklere koyması ve çevresindekilere yukardan bakması
4. Aşırı sevgi ve bağlılık duygusu
5. Birine karşı olan bağlılık / ilişkinin karşılıklı güven kısmını sağlamlaştıran nitelik
6. Birinin kötülüğünü isteyen, ondan nefret eden, ona zarar vermeye çalışan kimse / dost karşıtı
7. İnsanı bir şeye veya bir kimseye karşı yakın ilgi ve bağlılık göstermeye yönelten duygu
8. Birbirlerine karşı sevgi ve anlayış gösteren kimselerden her biri, bacanak, eş, yâren, yoldaş
9. Sevgiyi sürdürme, sevgi, dostluk bağlılığı / gönül borcu
10. Acıması olmayan, başkalarına haksızlık eden, merhametsiz, katı yürekli, insafsız davranan
11. Sevilen şeyin başka varlıklarla olan ilişkisinden rahatsız olma şeklinde ortaya çıkan duygu
12. Başkalarını rahatsız etmekten çekinme duygusu
13. Bir kimsenin kötülüğünü, mutsuzluğunu istemeye yönelik duygu
14. Yalnız kendini düşünen, kendi çıkarlarını herkesinkinden üstün tutan, egoist

ÖLÇME DEĞERLENDİRME 5.2

A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise (D) yanlış ise (Y) yazınız.

1. (____) Drama çalışmalarında kullanılacak olan materyaller çalışma sırasında hazırlanmalıdır.
2. (____) Aksesuarların farklı işlevlerle kullanılması drama çalışmasının doğası gereği olduğu unutulmamalıdır ve engellenmemelidir.
3. (____) Yaratıcı drama çalışması okul dışı bir ortamda yapılacaksa gerekli materyaller önceden hazırlanmalı ve çalışma yapılacak ortama götürülmelidir.
4. (____) Materyaller sınıfta (ortamda) ve katılımcıların ulaşabilecekleri yerlerde bulunursa zarar görebilir. Bu nedenle drama Lideri materyalleri kontrol altında tutmalıdır.
5. (____) Çalışma sürecinde drama lideri gerek görürse materyal kullanılır.
6. (____) Maskeler, rol oyunlarını kolaylaştıran araçlardır. Etkinliğe katılmak istemeyen çekingen katılımcılar, duygu ve düşüncelerini maskeler arkasından daha rahat ifade edebilirler.
7. (____) Yaratıcı drama uygulamalarında özel tasarlanmış kostüm ve aksesuarlar yerine kumaş parçaları ya da atık malzemelerden yapılmış basit kostüm ve aksesuarlar kullanılmaktadır. Çünkü rol oynayacak katılımcının hazırlığını en kısa sürede tamamlaması önemlidir.
8. (____) Çeşitli müzik eserleri yaratıcı drama çalışmasını, çalışılan konu bağlamında renklendirir, içeriğini güçlendirir.

B) Aşağıda verilen soruların doğru yanıtını işaretleyiniz.

1. **Drama çalışmalarında materyal kullanımı hakkında aşağıda verilen bilgilerden hangisi doğrudur?**

   A) Drama çalışmaları için materyal kullanımı zorunludur.
   B) Materyal kullanımında müzik, kostüm, dekor gibi unsurlar dramanın etkisini azaltır.
   C) Materyal kullanımı drama çalışmalarını zenginleştirir.
   D) Drama çalışmalarında materyal hazırlamak çok zaman kaybı yaratır.
   E) Materyal hazırlanırken ayrıntılı çalışmak ve gerçekçi tasarımlar ortaya çıkarmak şarttır.

2. **Aşağıdakilerde hangisi drama çalışmalarında kullanılan materyaller arasında yer almaz?**

   A) İşitsel Materyaller
   B) Görsel Materyaller
   C) Kırtasiye Araç Gereçleri
   D) Dekoratif Materyaller
   E) Yazılı Materyaller

3. Aşağıdakilerden hangisi drama çalışmalarında kullanılacak görsel materyallerden değildir?

A) Fotoğraflar
B) Kukla
C) Maske
D) Kostümler
E) Aksesuarlar

4. Aşağıdakilerden hangisi drama çalışmalarında kullanılan kırtasiye araç gereçleri arasında yer alır?

A) Afişler
B) Renkli Kartonlar
C) Maske
D) Müzik CD'si
E) Dergi

5. Aşağıdaki hangisi kostüm ve aksesuarlar grubunda yer almaz?

A) Peruk
B) Güneş Gözlüğü
C) Darbuka
D) Yüzük
E) Takma Burun

6. Aşağıdaki seçeneklerin hangisinde İşitsel Materyaller-Görsel Materyaller- Yazılı Materyaller ve Kırtasiye Araç gereçleri sırasıyla verilmiştir?

A) Gitar-Makas-El Kuklası-Edebiyat Dergisi
B) Edebiyat Dergisi-Gitar-El Kuklası-Makas
C) El Kuklası-Gitar-Makas-Edebiyat Dergisi
D) Gİtar- Edebiyat Dergisi-El Kuklası- Makas
E) Makas- El Kuklası-Edebiyat Dergisi- Gitar

5.3. ÖFKE KONTROLÜ

HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

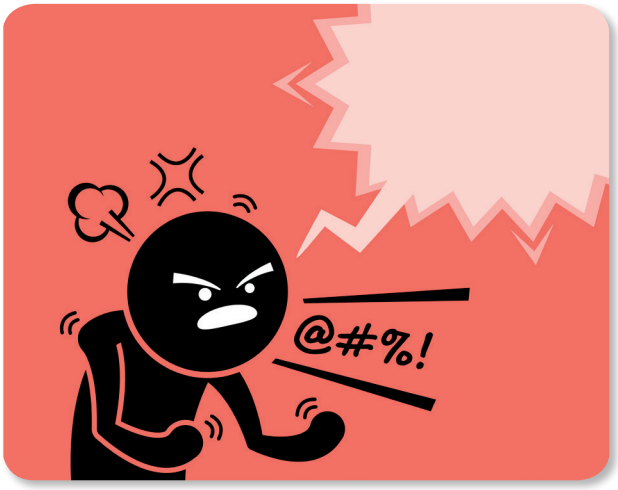
1. Sizi en çok öfkelendiren durumları gözünüzde canlandırınız. Verdiğiniz tepkileri nasıl yorumluyorsunuz? Duygularınızı sınıfta paylaşınız.
2. Öfkeli anlarda sakinleşmek için neler yapılabilir? Araştırınız.

Öfke, bireylerin gündelik yaşamını, yaşam kalitesini, kişilerarası ilişkilerini önemli ölçüde etkileyen bir duygudur. Bu duygunun sıklıkla araştırmalara konu edilmesi, yazılı ve görsel medyada, her gün öfkenin bir sonucu olan şiddet olaylarının bu kadar sık görülür olması, bireylerin ve toplumun öfke ile ilgili yaşadıkları sorunların önemi hakkında ipuçları vermektedir.

Toplumun önemli bir kısmını oluşturan gençlik çağındaki bireyler için öfke ve öfkenin ifade edilme şekliyle ilgili yaşanan sorunlar daha da önem kazanmaktadır. Çünkü bu dönemde duygular daha yoğun yaşanmaya başlanır. Özellikle okul ortamında yaşanan birçok sorun gençlerde haksızlığa uğrama, hayal kırıklığı, korku gibi duygulara yol açmaktadır. Bu durumlara öfkelenerek tepki veren genç birey, öfkesini uygun bir şekilde ifade edemediği zaman başta kendisi olmak üzere, ailesi ve çevresi hiç istemedikleri halde birtakım sorunlar yaşamaktadır. Okul ortamında kavga, düşük akademik başarı, kendine ve etrafa zarar verme, aile ilişkilerinin bozulması, psikolojik sorunlar ve hatta intihar gibi istenmeyen davranışlar öfke sonucu yaşanan sorunlardan bazılarıdır.

5.3.1. Öfke Kavramı

Öfke; bireyin planları, istek ve gereksinimleri engellendiğinde ya da birey, haksızlık, adaletsizlik ve kendi benliğine yönelik bir tehdit algıladığında yaşanan temel duygulardan biridir [5.6]. Türk Dil Kurumu öfkeyi, engellenme, incinme ya da gözdağı karşısında gösterilen saldırganlık tepkisi, kızgınlık, hışım, hiddet, gazap olarak tanımlanmaktadır (Görsel 5.8). Öfke, kişinin ulaşmak istediği istek veya amaca ulaşmasının, ihtiyaçlarının giderilmesinin önlendiğinde hissettiği olumsuz bir duygudur.



Görsel 5.8: Öfke

5.3.2. Öfkenin Özellikleri ve Nedenleri

Öfke konusunda bilinmesi gereken en önemli nokta, öfke duygusunun ortaya çıkışının ya da yaşanmasının engellenemeyeceğidir. Çünkü öfke duygusu doğal bir duygudur ve insanın doğasında vardır. Bu nedenle öfke duygusu, insanın hiçbir zaman yok sayamayacağı bir duygudur. Bu açıdan bakıldığında, öfkenin ortaya çıkmasının engellenmesinin doğru olmayacağı ve bu engellenmenin bireyin doğasına zarar vereceği söylenebilir. Olması gereken, bireyin öfkesini tanıyıp kabul edebilmesidir. Çünkü öfke, yapıcı şekilde ifade edildiği zaman kişiyi sağlıklı hissettiren bir duygudur.

Öfke, engellenme ve hayal kırıklığına uğrama durumlarından doğar. Öfkeli birey haksızlığa uğramış, adaletsizlik yaşamış hisseder. Bu nedenle birey, haksızlığa karşı kişisel haklarını korumak için harekete geçer. Bu harekete geçme hali ise, karşıdakine gönderilen bir cevap veya mesaj şeklinde ya da bazı fizyolojik

belirtiler şeklinde görülür. İnsanları öfkelendiren sebepler ise; engellenme, önemsenmeme, aşağılanma, keyfi bir tutumla karşılaşma ve saldırıya uğramaktır (Şekil 5.4). İnsanın neden öfkelendiği esas olarak aynı sebebe dayansa bile, her dönemin kendine özgü engellenmeleri vardır. Dönemlere göre öfke sebeplerini;

- Çocukluk döneminde eğitim, terbiye ve çocuğun isteklerinin karşısına dikilen yasaklar onu öfkeye sürükler,
- Ergenlik döneminde genç, iki temel istek arasında sıkışır; bir taraftan ailesinden kopmak, bağımsız olmak isterken, diğer taraftan güvensizlik ve yetişkinlerin desteğine duyulan ihtiyaç çatışma ve öfkeye sebep olur,
- Yetişkinlikte rekabet şartları, sorumlulukların getirdiği zorunluluklar insanı engeller ve öfke doğurur,
- Orta yaştan ileri yaşa geçenlerde, gelecekle ilgili güvensizlik ve bunun getirdiği belirsizlik, yaşın getirdiği sınırlamalar engellenme duygusuna ve öfkeye yol açar [5.7], şeklinde sıralayabiliriz.

Şekil 5.4: Öfkenin nedenleri

5.3.3. Öfke Türleri

Öfkenin normal ve sağlıklı bir duygu olduğunun bilinmesi gereklidir. Öfkenin saldırganlığa, yıkıcı bir duruma neden olması ise sağlıksız bir durumdur.

- Durumsal Öfke: Amaca yönelik bir davranışın engellenmesi veya haksızlığa uğraması karşısında sinirlilik, kırgınlık, hiddet, gerginlik gibi kişisel duyguların yaşandığı öfkedir [5.8].
- Sürekli Öfke: Kişilerde 'öfkelenmeye eğilimli olma halini' ifade etmektedir. Birey engellenmeye maruz kaldığında sürekli bir biçimde öfke düzeyinde artış ile aniden öfke ortaya çıkar. İnsanlarda genellikle öfke duygusu çok kolay ve hızlı ortaya çıkmakta ve öfke seviyesi yüksek olduğundan bu durumu kontrol etmek de zorlaşmaktadır [5.9].

5.3.4. Öfkenin Belirtileri

Bastırılmış ve kabul edilmeyen öfke, dolaylı ve zararlı yollardan ortaya çıkar, bu sebeple öfkenin işaretlerini tanımak çok önemlidir. Verilen tabloda öfkenin fiziksel, zihinsel ve davranışsal olmak üzere üç belirtisi verilmiştir (Tablo 5.2).

Tablo 5.2: Öfkenin Belirtileri

Fiziksel Belirtiler	Zihinsel Belirtiler	Davranışsal Belirtiler
Diş sıkma,baş ağrıları	Dikkatsizlik	Sigara İçmek
Yumruk sıkma	Yorgunluk	Alkol Tüketimi
Kulakların kızarması	Dikkat bozukluğu	Yeme Bozuklukları
Yanakların kızarması	Düşük performans	Tırnak Yeme
Gözleri kısma	İntikam	Saldırganlık
Hızlı soluk alıp verme	Haksızlığa uğrama hissi	Kaçma, Kaçınma
Kas ağrıları	Suçlama	
Koroner kalp hastalıkları	Önyargılı düşünme	
Hipertansiyon		

Tabloda da görüldüğü gibi öfkenin insanı birçok yönden etkileyen karmaşık bir yapısı vardır. Dolayısıyla öfkenin üstesinden gelmek için de basit ve kesin formüller olamayacağı açıktır. Geleneksel bakış açısına göre öfke ile başa çıkmanın iki yolu bulunmaktadır:

- Öfkenin İçe Yönelmesi: Öfkenin içe yönelmesi oldukça sağlıksız ve rahatsız edici görülmektedir. Çünkü birey, öfkeden doğan saldırganlığını içe döndürür ve o öfke tarafından yutulur. Bu da suçluluğa yol açtığı gibi depresyona da neden olabilir. Elbette kişi tarafından kabul edilen, anlaşılan, ifade edilmeye çalışılan bir öfke duygusu; etkin, işe yarayan, üretken olumlu bir durumdur.
- Öfkenin Dışa Yönelmesi: Öfke ifade edilip, duygular dışa vuruldukça birey kendini daha iyi hisseder. Bireyin öfke duygusunu hissettiği anlarda, sözcükleri veya sesleri, yüz ifadelerini, fiziksel hareketleri veya agresif (saldırgan) hareketleri içeren davranışlar sergilemesi dışa doğru ifade edilen öfkeyi tanımlamaktadır. Öfkenin dışa yöneltilmesi, genellikle öfke düzeyinin yüksek olduğunu göstermektedir. Uygun bir şekilde ifade edilmeyen öfkenin bireylere ve nesnelere saldırı, hakaret, tehdit veya küfür gibi sonuçlar doğurması muhtemeldir.

5.3.5. Öfke Yönetimi

Öfkeyi kontrol etmek oldukça güçtür. Çünkü öfke aniden ortaya çıkar ve kısa süre içerisinde de şiddeti artar. Kişinin öfkesinin varlığının farkında olması, kabullenmesi ve öfkesini nasıl yönetebileceğinin bilincine varması çok önemlidir. İşte bu öfkeyi kabullenip onunla sağlıklı bir şekilde başa çıkma çabasına öfke yönetimi denir (Görsel 5.9). Burada amaç öfkenin yıkıcılığından kurtulup onu yapıcı bir öfkeye çevirebilmektir. Çünkü yapıcı olarak kullanıldığında öfke zihinsel ve bedensel güç verir. Öfkeden yapıcı olarak yararlanmak için üç şart gereklidir:

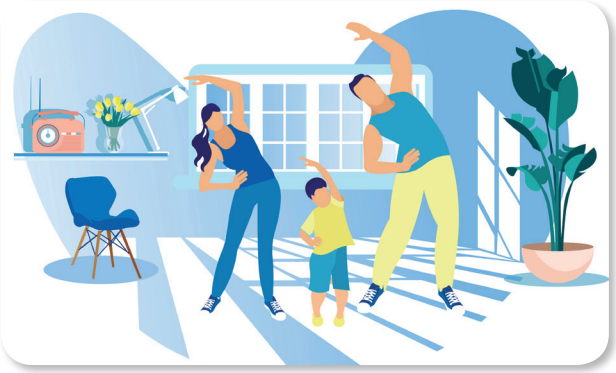
- **Öfkenin Esiri Olmamak:** Öfkenin esiri olan birey kontrolünü yitirir. Başlangıçta düşünmediği kadar ileri gidebilir ve bunun sonucunda artık başlangıçtaki halinden çok daha kızgın olur.

Görsel 5.9: Mutlu insanlar

- **Kişinin Öfkesini Bastırmaya Planlanmış Olmaması:** Öfkesini bastıran birey, onu kabul etmeyip, dışladıkça sağlıksız bir öfke patlaması yaşamaya yaklaşır.
- **Toplumun Öfkenin Dürüst ve Doğrudan Ortaya Konuşunu Kabul Edebilir Bir Yaklaşıma Sahip Olmaması:** Bazı toplumlar, özellikle Doğu toplumları, bazı gruplar arasında öfkenin ortaya konmasını hoş karşılamazlar. Örneğin küçüklerin büyüklere, kadınların erkeklere, sosyal olarak alt düzeydekilerin üst düzeydekilere hangi yolla olursa olsun öfkelerini ortaya koymaları doğru kabul edilmez [5.7].

Öfkeyi kontrol altına almak için yapılabilecek yöntemler ise aşağıda sıralanmıştır:

- **Arkadaşla Konuşma:** Bu strateji kişiyi kızdıran olaya dâhil olmamış yakın destekleyici bir arkadaşla duyguları hakkında konuşmaktır. Okul ortamında bu kişi, sevdiğiniz veya sizi anlayacağına veya yardımcı olacağına inandığınız öğretmeniniz de olabilir.
- **Mola Almak:** Öfkenizi arttıran durum karşısında durumu terk etmek, durumdan uzaklaşmak veya tartışmayı kesmektir. Bu yöntem, öfkeniz hızla yükselirken mola alıp ortamı/durumu terk etmenizle birlikte öfkenizin azalması (hocam 10 puanla ilgili bir bilgi yok şu ana kadar.) açısından çok önemlidir. Bu strateji diğerleri ile birlikte kullanıldığı zaman daha da etkilidir.
- **İç Konuşma (Self Talk):** Yaşadığınız olay karşısında iç konuşmanız pozitif veya negatif olabilir. Bu aslında sizin düşüncenizdir. Olumlu düşündüğünüz zaman buna göre davranacaksınız ve olaylar da buna göre sonuçlanacaktır.
- **İçinizden Saymak:** Burada amaç öfkenizi tetikleyen olayla aranıza biraz zaman koymaktır. Olay karşısında tepki vermeden önce durup, sizin için yeterli gelecek sayıda sayıp sonra tepkide bulunmanız yararlı olabilir.
- **Günlük Tutmak- Mektup Yazmak:** Bu stratejiyi kullanırken tamamen dürüst olmanız ve içinizden geçenleri yazmanız önemlidir. Bu bir anlamda davranışın/olayın sizi neden öfkelendirdiğinin bir iç değerlendirmesi olacaktır.



Görsel 5.10: Gevşeme egzersizi

- **Gevşeme Egzersizleri:** Çeşitli egzersizler olabilir, nefes alma teknikleri ile kas gevşetme teknikleri yapılabilir. Ayrıca öfke anında kendinizi en mutlu ve huzurlu olduğunuz yerde hayal etmeniz de iyi bir gevşeme egzersizidir (Görsel 5.10). Bunun yanı sıra yürüyüş, spor gibi egzersizleri de yapabilirsiniz [5.10].
- **Kendi Kendine Konuşma:** Öfkeli anlarda kendinize söylemek için basit ve olumlu bir mesaj seçin. "Dur ve sakinleş", "Bununla başa çıkabilirim" gibi.
- **Öfkeyi Yırtıp Atma:** Sizi öfkelendiren şeyi bir kâğıda yazınız ya da çiziniz. Sonra kâğıdı küçük parçalara ayırarak "Öfkeyi atın!". Kâğıdı yırtığınızda her kâğıt parçasını öfkenin sizi terk eden bir parçası olarak düşünün.
- **Karından Soluk Alma:** Bu yöntem için rahat bir yere oturunuz. Sırtınız dik olsun ve sırtınızı desteklemek için arkanıza yaslanın. Yavaş yavaş soluk alırken beşe kadar sayın ve ikiye kadar sayarak da yavaşça soluk verin.
- **1+3+10 Formülü:** 1= Önce dur ve kendine "Sakin ol." de.
  3= Sonra karnından üç kez derin ve uzun soluk al.
  10= Son olarak da içinden ona kadar say [5.11].

Görüldüğü üzere, öfke ile başa çıkmak için pek çok yöntem bulunmaktadır. Birey öfkesini kontrol altına aldığında kendisini daha sakin hissedecek, duygularını dışa vurmada daha etkili yollar bulacaktır. Ailesi, arkadaşları ve çevresindeki diğer bireylerle sağlıklı iletişim kurabilecektir. Sağlıklı iletişim ortamında da kendisini öfkelendiren durumlar karşısında da daha kontrollü olabilecektir.

UYGULAMA FAALİYETİ 5.3.1

ÖFKE PAYLAŞMA GRUBU

Görsel 5.11: Okul bahçesinde bir grup genç

İhtiyaç Listesi: Yer minderi

Amaç: Öfkenin azaltılması için drama yöntemi ile iletişim kurarak katılımcının duygularını dışa vurmasını sağlamak, sağlıklı iletişim kurmak.

1

İşlem Basamakları

- Çalışma yapacağınız alanı hazır hale getiriniz.

Öneriler

- Bu drama çalışması için okul bahçesine çıkınız ve çimenlerin üstünde minderleri halka şeklinde yerleştirip oturunuz (Görsel 5.11).

2

İşlem Basamakları

- Drama lideri bu çalışma için gerekli açıklamaları yapar.

Öneriler

- Drama lideri öfke paylaşma grubunun amacını açıklamalıdır. Bu grup kendilerini öfkelendiren durumları anlatmalıdır.

3

İşlem Basamakları

- Katılımcılar teker teker kendilerini öfkelendiren durumları anlatır.

Öneriler

- Dinleyiciler arkadaşlarının anlattıklarına odaklanmalıdır.

4

İşlem Basamakları

- Katılımcı dinleyicilere "Benim yerimde olsaydınız ne yapardınız?" diye sorar.

Öneriler

- Dinleyiciler anlatıcıyı öfkelendiren durumlara karşı sakin ve olumlu öneriler sunmalıdır.

5

İşlem Basamakları

- Bütün katılımcıların sıra ile bu çalışmayı yapmaları sağlanır.

Öneriler

- Çalışma bitiminde oyun hakkında değerlendirmeler yapınız.

SIRA SİZDE

BAZI BİLGE KİŞİLERDEN ÖFKE HAKKINDA SÖZLER

"Öfkeliyken konuş, göreceksin ki pişman olacağın en güzel konuşmayı yapacaksın."

Ambrose Bierce

"Öfke, aklın alevini söndüren büyük bir rüzgardır."

Andre Gide

"Sevinçli anında kimseye vaatte bulunma; öfkeli anında kimseye cevap verme."

Çin Atasözü

"Hiçbir zaman çıktığın kapıyı hızla çarpma, geri dönmek isteyebilirsin."

Don Herold

"Öfke, aklın alevini söndüren büyük bir rüzgardır."

Andre Gide

"Kızgınken karar veren, fırtınalı havada yelken açan bir insan gibidir."

Euripides

"Öfke geçici bir çılgınlıktır, hükmetmeye bak yoksa o sana hükmeder."

Horatius

"Öfke gelince, akıl uçup gider."

G. E. Lessing

"Hiçbir şey öfke kadar, insan düşüncesini sapıtamaz."

Montaigne

"Kızan bir kimse aklı başına gelince, bu sefer de kendisine kızar."

Publilius Cyrus

Yukarıda öfke hakkında söylenmiş özlü sözlerden "öfkenin zararları" hakkında ne gibi bir ders çıkarılabilir? Düşüncelerinizi sınıfta arkadaşlarınız ve öğretmeniniz ile paylaşınız.

ÖLÇME DEĞERLENDİRME 5.3

A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise (D) yanlış ise (Y) yazınız.

1. (____) Öfke, bireylerin gündelik yaşamını, yaşam kalitesini, kişilerarası ilişkilerini önemli ölçüde etkileyen bir duygudur.
2. (____) Öfke konusunda bilinmesi gereken en önemli nokta, öfke duygusunun ortaya çıkışının ya da yaşanmasının engellenebileceğidir.
3. (____) Yetişkinlik döneminde eğitim, terbiye ve çocuğun isteklerinin karşısına dikilen yasaklar kişiyi öfkeye sürükler.
4. (____) Öfke normal ve sağlıklı bir duygudur.
5. (____) Öfkenin fiziksel, zihinsel ve davranışsal olmak üzere üç belirtisi vardır.
6. (____) Öfke ifade edilip, duygular dışa vuruldukça birey kendini daha kötü hisseder.
7. (____) Öfkeyi kontrol etmek oldukça güçtür.
8. (____) Öfkenin esiri olan birey kontrolünü yitirir.
9. (____) Öfke yönetiminde yapılabilecekler; Arkadaşlarla konuşma tekniği, öfkenizi arttıran durum karşısında durumu terk etmek, uzaklaşmak veya tartışmayı kesmektir.
10. (____) 1+3+10 Formülü; 1=Önce, dur ve kendine "Sakin ol." de, 3= Sonra karnından üç derin ve uzun soluk al, 10= Son olarak da içinden ona kadar say şeklinde yapılan bir öfke yönetimi tekniğidir.

B) Aşağıda verilen soruların doğru yanıtını işaretleyiniz.

1. **Kişinin ulaşmak istediği istek veya amaca ulaşmasının, ihtiyaçlarının giderilmesinin önlendiğinde hissettiği olumsuz duygu aşağıdakilerden hangisidir?**

   A) Stres
   B) Panik
   C) Üzüntü
   D) Öfke
   E) Utanç

2. **Aşağıdakilerden hangisi öfkenin nedenleri arasında yer almaz?**

   A) Reddedilmek
   B) Önemsenmemek
   C) Engellenmek
   D) Haksızlığa Uğramak
   E) Diş Sıkma

3. **Yaşanılan olay karşısında iç konuşma yaparak pozitif duygularla kişinin kendisine olumlu mesajlar vermesine dayanan teknik aşağıdakilerden hangisidir?**

A) Kendi Kendine Konuşma
B) Mola Almak
C) Arkadaşla Konuşma
D) Günlük Tutmak
E) Gevşeme Egzersizleri

4. **Aşağıdakilerden hangisi öfkenin zihinsel belirtilerindendir?**

A) Hipertansiyon
B) Yeme Bozuklukları
C) Yorgunluk
D) Saldırganlık
E) Kas Ağrıları

5. **Aşağıdakilerden hangisi öfkenin davranışsal belirtileri arasında yer almaz?**

A) Kaçma-Kaçınma
B) Hızlı Soluk Alıp Verme
C) Tırnak Yeme
D) Alkol Tüketimi
E) Sigara İçmek

5.4. STRES KONTROLÜ

HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. Sizde stres yaratan olayları düşününüz ve sınıfınızda paylaşınız.
2. Arkadaşlarınızla stresi azaltmak için neler yapılabilir tartışınız.
3. Stresle baş etme yolları hakkında sizi bilgilendirecek bir sunum paylaşması için okul psikolojik danışmanınızı sınıfınıza davet ediniz.

Genellikle negatif bir kavram olarak düşünülen stres, bir ölçüye kadar insanın mücadele gücünü ve başarma azmini arttıran, güçlüklerle başa çıkmasını kolaylaştıran, kişiye direnme gücü veren ve uygun nitelik ve yoğunlukta olduğunda kişiyi geliştiren bir uyarıcıdır. Başa çıkılamayan kaygılar kişinin gücünü aşan sürekli bir gerilime dönüşebilse de yapılması gereken, yaşam gerilimlerinin bu düzeye gelmeden önce kontrol altına alınmasıdır. Hatta belirli amaçlar için stresin yarattığı enerjiden olumlu yönden yararlanılması stresi yönetmektir..

5.4.1. Stres Kavramı

Psikolojik anlamda stres, kişiye özgü ve onun bireysel bütünlüğünü zorlayıcı ve bozucu etkenlerdir. Stres, fizyolojik ya da psikolojik nedenlerden kaynaklanan; sinir sistemini aşırı derecede yıpratarak organizmada sıkıntı, gerginlik, yorgunluk, dikkat dağınıklığı ve çöküntü şeklinde ortaya çıkan psikolojik rahatsızlık durumudur. Stres ayrıca bireyde iletişim problemlerine de neden olabilir.

5.4.2.Stresin Özellikleri

Stresin özellikleri ile ilgili;

- Stres, kişi ve çevrenin etkisi ile oluşur,
- Bireye özgü algılanan bir durumdur,
- Stres, kişiyi aşırı motive ederek harekete geçirir,
- Streste tehlike söz konusudur ve bu tehlikenin önemi algılanmalıdır,
- Stres, organizmanın tümünü etkiler ve çoğu kez kontrol edilemez,
- Hoş olmayan, üzüntü veren bir duygudur,
- Geleceğe yönelik endişeleri içerir,
- Bedensel rahatsızlık içerir gibi sonuçlara ulaşmak mümkündür.

5.4.3. Stres Türleri

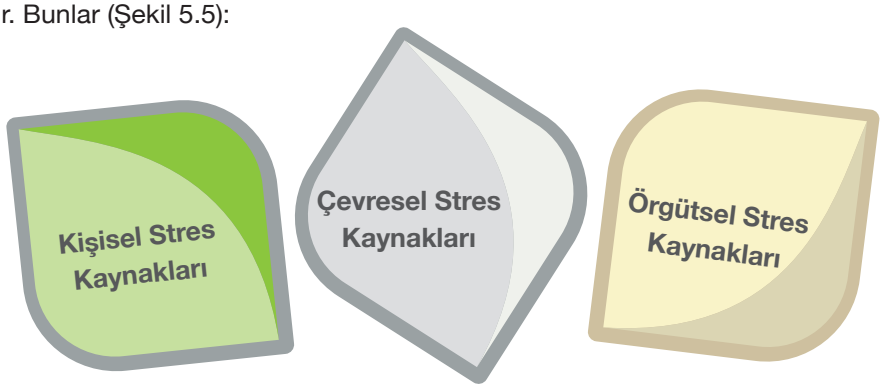
• **Olumlu Stres:** Olumlu stres, olumlu sonuçlar ortaya çıkaran strestir. Bir başka ifade ile olumlu stres, amaca ulaşırken bireyi kaygı yerine yaratıcılığını kullanmaya yönelten, kişiye tatmin ve yaşama sevinci veren strestir.

• **Olumsuz Stres:** Olumsuz stres ise olumsuz sonuçlar yaratır. Olumsuz stres bireyin kendisine olan

güvenini kaybetmesine neden olan, bireye yetersizlik duygusu yaşatan, çaresizlik, umutsuzluk ve hayal kırıklığı yaratan strestir.

5.4.4. Stresin Nedenleri

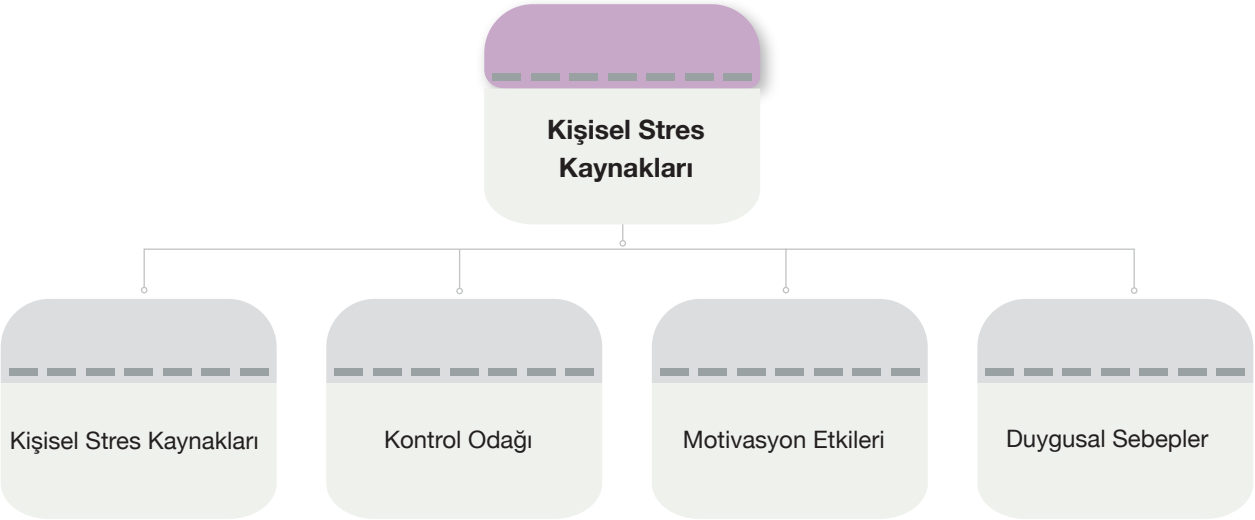
Stres durumuna neden olan pek çok faktör vardır. Konunun uzmanları stresi üç ana kaynak olarak bölmüşlerdir. Bunlar (Şekil 5.5):



Şekil 5.5: Stresin nedenleri

5.4.4.1. Kişisel Stres Kaynakları

Kişinin kendisinden kaynaklanan stres kaynakları; A tipi kişilik, kontrol odağı, motivasyon etkileri, duygusal sebepler olmak üzere 4 alt başlıkta ele alınmaktadır (Şekil 5.6):



Şekil 5.6: Kişisel stres kaynakları

• **A Tipi Kişilik:** A tipi kişilik özelliklerine sahip olan bireyler; idealist, dinamik, hareketli, rekabetçi, mücadeleci ve mükemmeliyetçi, kaybetmeye tahammülsüz, öfkeli ve saldırgan, eleştirmekten kaçınmayan, başarıya ulaşmaya her şeyden fazla değer veren kişilerdir. Bu özellikler A tipi kişiliğe sahip bireylerin daha yoğun stres yaşamasına sebep olmaktadır. Her şeyle sürekli bir mücadele halinde olan A tipi kişiliğe sahip bireylerin dışında ise bir de sakin, uzlaşmacı, sabırlı ve temkinli olan **B tipi** kişilik özellikleri vardır. Katı kurallardan arınmış ve esnek yapıdaki bu kişiler kolay sinirlenmez ve tedirgin olmazlar. Kendilerine ve diğerlerine karşı hoşgörülüdürler ve hatayı affedicidirler. Bu tür kişilik özelliklerine sahip bireyler, stresi daha az hissederler.

• **Kontrol Odağı:** Kontrol odağı, bireylerin kendilerini etkileyen olayları kontrol edebileceklerine olan inançlarının sınırını temsil eder. İçsel kontrol odağına sahip bireyler, olayların temelde kişinin kendi davranış ve eylemlerinin sonucu olduğuna inanırken; dışsal kontrol odağına sahip bireyler, gerçekleşen olayların büyük bir bölümünün kontrol edilemeyeceğine ve dış güçler tarafından belirleneceğine inanırlar. Stresli bir durum yaşandığında içsel kontrol odağına sahip bireyler dışsal kontrol odağına sahip bireylere kıyasla şartlara daha kolay uyum sağlayabilmektedirler.

• **Motivasyon Etkileri:** Bireylerin yaşamlarında gidermeleri gereken fizyolojik, psikolojik ve sosyal ihtiyaçları vardır. Bu ihtiyaçların giderilmesindeki bir eksiklik kişide, uyarılmaya ve ihtiyaçların tatminine yönelik belirli davranışlara yol açar. Şayet sergilenen davranış sonucunda ihtiyaçlar tatmin edilirse kişi doyuma ulaşır. İhtiyaçların tatmin edilemediği durumlarda ise stres ortaya çıkar ve kişinin verimliliği de buna bağlı olarak düşer.

• **Duygusal Sebepler:** Bireylerin yaşadıkları stresi tanımlamada kuşku, üzüntü, panik, endişe, gerilim, depresyon, korku, kuşku ve güvensizlik gibi kelimeleri kullandıkları dikkat çekmektedir. Stres olgusuna ilişkin olarak bireyler henüz ortada somut bir şey olmadığı bir durumda bile düşüncelerinde stres yaratmakta ve böylece duygusal stres başlamaktadır.

5.4.4.2. Çevresel Stres Kaynakları

Birey içinde bulunduğu çevreden ve yaşamını sürdüğü alandan da etkilenir. Çünkü toplumdaki ekonomik, politik, teknolojik, sosyal değişimler de bireyi etkisi altına alır. İşsizlik problemleri, yaşanan krizler, ekonomik istikrarsızlıklar bunlara örnek verilebilir.

ETKİNLİK

TARTIŞALIM!

Virüs salgınlarının toplumda ve bireyde yarattığı stres "çevresel stres" e örnek verilebilir. Siz de sınıfta;

- Salgın sürecinin toplumda yarattığı etkiyi tartışınız.
- Bireysel olarak bu süreçte yaşadığınız duygu durumunu arkadaşlarınızla paylaşınız.

5.4.4.3. Örgütsel Stres Kaynakları

Örgüt içerisinde yaşantısını sürdüren birey örgütün çeşitli özelliklerinden kaynaklanan bir takım olay ya da davranışlara maruz kalır. Örgüt içi yapısal faktörler, politikalar, örgütsel süreçler ya da çalışma koşulları strese neden olabilir. Örgüt içinde yaşanabilecek stres unsurlarına, aşırı iş yükü, işin sıkıcı olması, yetersiz ücret, yetki yetersizliği, performansın adaletsiz değerlendirilmesi, yöneticilerin baskıcı tutumları örnek verilebilir.

5.4.5. Stresin Belirtileri ve Ortaya Çıkışı

Bir şahsın bir uyarıcı veya tetikleyici karşısında teyakkuz ya da uyarılma durumunda stresi artar. İnsanın stres düzeyindeki artış aslında performansını ve sağlığını olumlu şekilde etkiler. Kontrol edilebilir düzeydeki stres insanın dikkatini artırır ve fiziksel performansını tehdit karşısında hazırlıklı hâle yükseltir. Ancak, stres düzeyinin artmaya devam etmesiyle bütün olumlu etkiler yok olacak hâle gelir. Bunun sonucunda başa çıkılması zorlaşan ve çözülmediği takdirde büyük sorunlara yol açacak bir durum ortaya çıkar. Tablo 5.3 'de stresin üç önemli dönemi verilmiştir [5.12].

Tablo 5.3: Stresin Dönemleri

Alarm Dönemi	Direnç Dönemi	Tükenme Dönemi
• Stres sürecinin başlangıcıdır. • Beden değişen duruma tepki göstermeye başlar. • Adrenalin artışı, çarpıntı, ellerde uyuşma, solunum sıklaşması, nefes darlığı, terleme artışı, kas gerilmesi, vücutta titreme vb.olur.	• Beden aktivitesi ve direnç artar. • Beden süreçle mücadele etmek için çok fazla kaynak harcar. • Direnç artıkça bedenin savunması zayıflar. • Yüksek Tansiyon, Şeker Hastalıkları, Ülser gibi fiziksel belirtiler ortaya çıkabilir.	• Birey yaşantısal ve bedensel olarak direnmeye devam eder. • Gerilim kaynakları ve bunların yoğunluk dereceleri azalmadığı gibi artış göstermeye devam eder. • Bireyin hayal kırıklıkları artar. • Davranış bozukluları sergilenme başlanır. • Birey tükenme aşamasına geçmiştir, onu stres ortamından uzaklaştırarak psikolojik ve tıbbi tedaviye yöneltmek gerekir.

5.4.6. Stresin Sonuçları

A) Fizyolojik Sonuçlar

Stres bireyüzerindebirtakımzararlıfizyolojiketkilerenedenolmaktadır. Yüksekseviyedekistresmetabolizmada değişimlere, nabız ve nefes hızında artışa, ülsere, tansiyona, baş ağrısına, kalp krizine neden olabilir.

B) Psikolojik Sonuçlar

Yoğun stres yaşayan birey kendisini zayıf ve güçsüz hissetmeye başlar. Endişeleri artar, daha çabuk sinirlenen ve heyecanlanan bir duruma gelir. Hafıza kaybı ve dikkatini toplamada sorunlar yaşamaya başlar.

C) Davranışsal Sonuçlar

Bireyde stres artıkça uyku düzensizleri, yeme bozuklukları, aşırı sigara-içki tüketimi vb. davranışsal değişiklikler başlayabilir (Görsel 5.12). Saldırganlık davranışlarında da artış gözlenebilir.

Görsel 5.12: Stres

5.4.7. Stres Kontrolü

Stres ile başa çıkmak ve onu kontrol altına alabilmek için öncelikle stres kaynağını tanımlamak gereklidir. Stres kaynağı tanımlandıktan sonra bu durumun değiştirilebilir durumda olup olmadığına bakılmalıdır.

Başa çıkmak için bireyin bilişsel ve davranışsal olarak çaba harcaması gerekmektedir. Stres kontrolü ayrıca bireyin sağlıklı iletişim ortamı oluşturmasına da fayda sağlar. Stresle başa çıkmak bir süreçtir [5.7].

Bu süreç ise aşağıda verilmiştir (Tablo 5.4):

Tablo 5.4: Stresle başa çıkma süreci

Bedenle İlgili Teknikler	Zihinsel Teknikler	Davranışçı Teknikler
• Gevşeme Egzersizleri • Fiziki Egzersiz • Beslenme	• Makul Olmayan İnançlar • Zihinsel Düzenleme Tekniği	• A tipi Davranış Biçiminin Değiştirilmesi • Güvenli Davranış Biçiminin Kazanılması

5.4.7.1. Bedenle İlgili Teknikler

A) Gevşeme Egzersizleri: Gevşeme egzersizleri için öncelikle "nefes alma" teknikleri ile başlanmalıdır. İnsanoğlu doğar doğmaz nefes alma eylemini gerçekleştirmektedir. Ancak gerçekten "iyi nefes alma" konusunda eksiklik yaşanmaktadır. Doğru ve derin nefes almak için yapılması gerekenler 4 madde olarak aşağıda belirtilmiştir.

- **İyi nefes ağır, derin ve sessiz olmalıdır.** İyi bir nefes yavaş yavaş burundan alınır, sessiz olur ve akciğerlerin bütününü doldurarak diyaframı aşağı iter.
- **Doğru nefes alabilmek için diyaframın akciğer boşluğunda emilim yaratmak için biraz aşağıya hareket etmesi gerekir.** Bu aşamada karın boşluğu dışarı doğru çıkar. Bunu daha iyi hissedebilmek için sağ elinizi göbek deliğinizin hemen altına sol elinizi ise göğsünüzün üstüne koyunuz. Diyafram nefesi aldığınızda sağ elinizin hareket etmesi gereklidir.
- **İyi bir nefes almak her zaman iyi bir nefes vermekle başlar.** Öncelikle nefes alma işlemine yukarıda anlatıldığı gibi ellerinizi diyaframınıza ve göğsünüze yerleştirerek başlayınız. Ciğer kapasitenizi hayali olarak ikiye bölünüz ve "biir", "İkii" diye içinizden sayarak ciğerinizin bütününü doldurunuz. Kısa bir süre bekleyerek, nefes alma sürenizin iki katı olarak nefesinizi yavaşça veriniz.
- **Bu egzersizleri tekrarlayınız.** Egzersizleri bir kere daha tekrarlayıncaya kadar mutlaka 4-5 normal nefes alınız.

B) Fiziki Egzersiz: Fiziksel egzersizlerin bireylerde kas gevşemesi, rahat uyku, enerji ve işte, etkinlikte artış, kalp hastalıkları riskinde azalma, kendine güven artışı, daha sağlıklı bir beden gibi olumlu etkileri vardır. Fiziksel egzersiz için üç aşama vardır:

- **Isınma:** Yapılacak egzersizler için kasların ısınması amacıyla bedenin hazırlanmasıdır.
- **Egzersiz:** Isınma aşamasından sonra çeşitli sporlardan birey kendisine uygun olanı yapar. Basketbol, yüzme, yürüyüş, ağırlık çalışmaları, bisiklet sürme, yürüme gibi.
- **Soğuma:** Egzersizi tamamladıktan sonra birkaç dakika daha harekete devam etmek temel şarttır. Böylece kan dolaşımı devam eder. Bu da kanın bacaklarda toplanmasını engeller, aksi takdirde bu durum bazı hallerde baygınlığa neden olabilir.

C) Beslenme: Bedenimizin stres karşısında gösterdiği davranışlardan biri de yeme bozukluklarıdır. Aşırı yeme ya da iştahtan kesilme gibi sorunlarla baş etmek, stresimizin olumsuz etkilerini azaltmanın yollarından biridir. Sağlıklı beslenme için çeşitli yiyecekler tüketmek, aşırı kalorili ve yağlı yiyecekleri tüketmekten kaçınmak, şekerden uzak durmak, tuz tüketiminde ölçülü davranmak, karbonhidrat tüketimini dengede tutmak uygulanabilecek basit yöntemlerden birkaçıdır. Başa çıkma konusunda zorluk yaşanan alanlardan biri olduğu için gerekli görülürse uzman diyetisyenin ve tıp doktorlarının kapısını çalmakta fayda vardır.

5.4.7.2. Zihinsel Teknikler

Stresin zihinsel etkileri üzerinde kontrol sağlamak fiziksel ve davranışsal etkilere göre daha zor olabilir. İnsan zihni oldukça dirençlidir. İçsel nedenlerden dolayı kronik hale gelmesi daha kolay ve değiştirilmesi de daha zordur. Aşağıda bu zihinsel durumun yarattığı varsayımlar ve zihin düzenleme tekniği verilmiştir:

A) Makul Olmayan İnançlar: Birey hayatında çeşitli varsayımlara tek doğru oymuşçasına tutunur ve bu varsayımlar alaşağı edildiğinde hayal kırıklığı yaşar. Makul olmayan inançlara örnek olarak;

- Bir insanın ailesi, arkadaşları, çevresi ve tüm tanıyanlar tarafından sevilmesi ve kabul görmesi gerekir,
- Üzerinize aldığınız bütün işlerde mutlaka o işi en iyi bilen, kusursuz yapan ve her zaman en mükemmel yapan kişi olmanız gerekir,
- İnsanlar çabuk kırılır ve onları hiçbir zaman incitmemek gerekir,
- İnsanlar sizi onaylamıyorsa bu sizin hatalı olduğunuz anlamına gelir gibi cümleler verilebilir.

Yukarıda verilen örnekler ve benzerlerini hemen her gün kendimize söylediğimiz açıktır. Ancak bunların makul olmadığını ve kendimize haksızlık yaptığımızı kabul etmemiz zihin sağlığımız için atacağımız en büyük adımlardandır.

B) Zihin Düzenleme Teknikleri: Bireylerin kendilerini kaptırdıkları ve sonucunda da kendilerini zihinsel olarak strese sürükledikleri durumlarla başa çıkmak için mantıklı ve makul düşünceler kurmalıdır. Olumsuz bir an yaşadığında zihnine doluşan negatif mesajlarla baş etmelidir. Okulunuzda yaşayabileceğiniz bir durumu ele alalım. Her gün birlikte vakit geçirdiğiniz yakın bir arkadaşınızın sizinle konuşmadığını ve size soğuk davrandığını hayal ediniz. Bu durumda hissedeceğiniz şey üzüntü olacaktır. "Nerede yanlış yaptım?" "Bir daha benimle konuşmayacak." "Başka biriyle arkadaşlık yapacak, benim dedikodumu yapacaklar, bana gülecekler." şeklinde makul olmayan düşünceler sizi strese sokacaktır. Oysa bu durum zihin düzenleme tekniği ile rahatlıkla açıklığa kavuşabilecek ve sizi de stresten uzaklaştıracaktır. Zihin düzenlemesi için şu şekilde akılcı bir analiz yapabiliriz (Tablo 5.5):

Tablo 5.5: Zihin Düzenleme Analizi

OLAY	DÜŞÜNME BİÇİMİ
En yakın arkadaşım her zamankinin aksine bugün bana soğuk davranıyor.	Artık benim arkadaşım olmak istemiyor.
DUYGU VE DAVRANIŞ	**OBJEKTİF OLAY**
Çok üzüldüm ve dersi bile dinleyemedim.	Arkadaşımın canını sıkan bir şey olmalı. Sanırım annesi ile tartıştı.

MAKUL DÜŞÜNCE	DUYGU VE DAVRANIŞ
Kendini üzgün ve kızgın hissettiğinde konuşmak istemez. Ona zaman vermeliyim.	Arkadaşım üzgünken ben de kendimi kötü hissederim. Biraz zaman vereyim, sakinleşince ona çay ısmarlarım ve onu dinleyerek ona destek olurum.

5.4.7.3. Davranışçı Teknikler

A) A Tipi Davranış Biçiminin Değiştirilmesi: A tipi davranış özelliklerine sahip olan bireyler strese karşı daha duyarlıdırlar. Ayrıca hızlı yemek yemek, acele konuşmak, sıra beklemekten nefret etmek, dinlenmeye daha az zaman ayırmak, kaldırabileceğinden daha yoğun bir iş programı oluşturmak, aşırı titizlik, çevreyi kontrol etme gibi gözle görülür davranışlar sergilerler. Kendilerinin "zor olanı yapacak kadar güçlü" oldukları yanılgısına sahiptirler ve bunlarda "bana bir şey olmaz" düşüncesi hâkimdir. Bu nedenle değiştirilmesi en zor kişilik tipi A tipidir. Bu tipe sahip bireylerin;

- Telaşlarından vazgeçip zaman düzenlemesi yapmaları,
- Kendilerine sakin bir çalışma ortamı yaratmaları,
- Kendine keyifli geçirecekleri zaman yaratmaları hatta boş zaman yaratıp dinlenmenin tadını çıkarmaları,
- Yalnız kalma özgürlüğünün farkına varmaları,
- Hoşuna gitmeyen kişilere ve olaylara karşı düşmanca hisler duymayı bırakmaları,
- Maddi değeri olan şeylere yönelmek ve bağlanmak yerine manevi değerlere ve iç huzura yönelmeleri oldukça faydalı olacaktır.

B) Güvenli davranış biçiminin kazanılması: İnsanlarla kurulan ilişkilerin olumlu ve olumsuz biçimleri vardır. Sağlıklı bir iletişim kurmanın temelinde güven vermek, eleştiriye açık olmak, iletişimin karşılıklı bir mesaj alışverişi olduğunu unutmayıp karşıdan gelen mesajlara da ilgili davranmak gibi önemli noktalar vardır. Çünkü hiç kimse, yalnızca kendi doğrularını, kendi duygu düşüncelerini aktaran kişilerin iletişiminden zevk duymaz. İletişim karşılıklıdır. Yalnızca bizim konuştuğumuz, yalnız bizim duygularımızı anlattığımız ve karşı tarafa söz hakkı tanımadığımız iletişim biçimi hoş karşılanmaz. Bu tür davranışların değişmesi gerektiği açıktır. Bireyler iletişim esnasında tavırlarını güvenli tavır olarak düzenlemelidirler. Güvenli tavra sahip bireyler hakkında;

- Kendisini ve duygularını açıkça ifade eder,
- Başkalarının kendisini istismar etmesine izin vermez,
- Başarılarını, başkalarını küçümsemeden, küçük görmeden anlatır,
- Karşısındaki dinleyicinin duygularını da hesaba katarak konuşur,
- Tartışma içerisinde olsalar dahi yapıcı ifadelerle konuşurlar,
- Karşısındaki insanın kendisini iyi hissetmesini sağlarlar,
- Vücut dilini iyi kullanırlar (Ses tonlarına dikkat ederler, konuşurken göz teması kurarlar, bedensel olarak başları ve omuzları diktir, iletişimde bulunduğu kişinin özel/mahrem alanına uygun bir mesafede durur, jest ve mimiklerini yerinde kullanırlar.) gibi genellemeler yapılabilir.

Verilen tekniklerde de görüleceği gibi stresle başa çıkmak için pek çok yöntem bulunmaktadır. Bireyin stres ile başa çıkmak için öncelikle stresin belirtilerini algılaması ve onu kontrol altına almak için harekete geçmesi gereklidir. Stres kontrolü bireyin bedensel, zihinsel, davranışsal yönlerden toparlanmasına yardımcı olurken, çevresiyle sağlıklı iletişim kurmasına ve etkili bir izlenim bırakmasına da yardımcı olur.

UYGULAMA FAALİYETİ 5.4.1

ÖFKE PAYLAŞMA GRUBU

Görsel 5.13: Gevşeme egzersizi

İhtiyaç Listesi: Yer minderi

Amaç: Drama grubu ile birlikte stresle baş etme yollarından gevşeme egzersizi yaparak sakinleşme çalışması yapmak.

1

İşlem Basamakları

- Çalışma yapacağınız alanı hazır hale getiriniz.

Öneriler

- Bu drama çalışması için okul bahçesine çıkınız ve çimenlerin üstünde minderleri halka şeklinde yerleştirip oturunuz (Görsel 5.13).

2

İşlem Basamakları

- Drama lideri bu çalışma için gerekli açıklamaları yapar.

Öneriler

- Drama lideri "Birden Dörde Kadar Sayma" egzersizi için katılımcıların minderlere oturmalarını ve gözlerini kapatıp kendi sesine odaklanmalarını söyler. Bu aşamadan sonra katılımcılar drama liderinin komutlarını dinlemeli ve uygulamalıdırlar.

3

İşlem Basamakları

- Drama lideri "Öncelikle derin ve tam bir nefes alınız." der.

Öneriler

- Bu aşamada burnunuzda derin bir nefes alınız ve aldığınız nefesi ağzınızdan bütünüyle veriniz.

4

İşlem Basamakları

- Drama lideri "İçinizden birden dörde kadar sayarak yeni bir nefes alınız." der.

Öneriler

- Nefesi burnunuzdan aldıktan sonra, nefesinizi tutunuz ve tekrar birden dörde kadar sayın.

5

İşlem Basamakları

- Drama lideri "Nefesinizi ağır ağır verip, ciğerlerinizi bütünüyle boşaltıncaya kadar yavaş yavaş birden sekize kadar sayınız." der.

Öneriler

- Nefesinizi dörde kadar sayıp almıştınız. İki katı sürede yavaşça ağızdan veriniz. Bütün seansı dört kere tekrarlayınız.

UYGULAMA FAALİYETİ 5.4.2

ISINMA EGZERSİZİ

İhtiyaç Listesi: Spor kıyafetleri

Amaç: Drama grubu ile birlikte fizik egzersizi yaparak stresle savaşmak

1

İşlem Basamakları

- Çalışma yapacağınız alanı hazır hale getiriniz.

Öneriler

- Bu drama çalışması için okul bahçesine çıkınız. Drama grubunuz halka şeklinde dizilmelidir.

2

İşlem Basamakları

- **Sıçrama:** Ayaklarınız bitişik, kollarınız yanda dursun. Sıçrayarak ayaklarınızı açın, aynı anda kollarınızı başınızın üzerinde uzatarak birleştirin. Daha sonra yine sıçrayarak eski durumunuza geri dönün.

Öneriler

- Sıçrama yaparken dizlerinizden destek alarak kendinizi hafifçe yukarı sıçratabilirsiniz.

3

İşlem Basamakları

- **Yanlara Bükülme:** Ayaklarınızı omuz hizasında açarak ayağınızı yerden kaldırmadan ve bedeninizi çevirmeden belinizi sola doğru bükün ve esnetin. Başlangıç durumunuza dönün. Aynı hareketi sağ tarafa da yapın.

Öneriler

- Yanlara bükülürken kolunuzu büküldüğünüz kısımdaki kalçanıza koyunuz.

4

İşlem Basamakları

- **Bacakları Esnetme:** Sol bacağınızı öne doğru kırınız. Sağ bacağınızı arkada yay gibi gerin. Bu sırada kollarınızla öndeki bacağınızdan destek alın. Başlangıç durumuna geri dönün. Aynı hareketleri sağ tarafa yapın.

Öneriler

- Olduğunuz yerde hafifçe yere çömeliniz ve bacaklarınızdan birini dizden kırınız ve diğer bacağınızı arkaya doğru uzatınız.

5

İşlem Basamakları

- Yarım Çökme ve Açılma: Ayaklarınızı yine omuz hizasında açarak elleriniz belinizde durunuz. Tabanlarınız yere bütünüyle temas ederken yavaş yavaş çökünüz. Ellerinizi dizlerinize koyun ve bacaklarınızı önce sağa ve sonra sola doğru geriniz.

Öneriler

- Yere çömeldikten sonra bacaklarınızı teker teker önce sağ bacağınızı sağ tarafa ve öne doğru geriniz, sonra sol bacağınızı sol tarafa ve öne doğru geriniz.

UYGULAMA FAALİYETİ 5.4.3

Amaç: Zihin düzenleme tekniklerinde akılcı analiz tablosu aşağıda verilmiştir. Sizi strese sokan bir durumu aşağıdaki tabloyu kullanarak analiz ediniz (Tablo 5.6).

Tablo 5.6: Boş Akılcı Analiz Tablosu

OLAY	DÜŞÜNME BİÇİMİ

DUYGU VE DAVRANIŞ

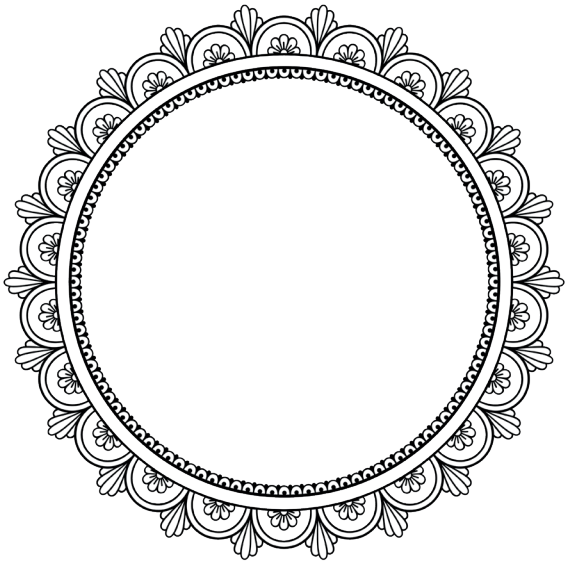
OBJEKTİF OLAY

MAKUL DÜŞÜNCE

DUYGU VE DAVRANIŞ

SIRA SİZDE

MANDALA BOYAMA VE ODAKLANMA ÇALIŞMASI



Görsel 5.14: Mandala

Yukarıdaki mandala çizimini dilediğiniz gibi boyayınız (Görsel 5.14). Size anlam ifade eden hoşgörü ile ilgili özlü söz bularak mandalanızın üzerine el yazısı ile yazınız.

ÖLÇME DEĞERLENDİRME 5.4

A) Aşağıda verilen cümlelerde yer alan boşlukları uygun kavramlarla doldurunuz.

1. Stres, _____ özgü algılanan bir durumdur.
2. Stres, kişiyi aşırı _____ ederek harekete geçirir.
3. Stres, organizmanın tümünü etkiler ama _____ alınması çok kolaydır.
4. _____ tavra sahip bireyler kendisini ve duygularını açıkça ifade eder.
5. Yapılacak egzersizler öncesi kasların hazırlanması için yapılan çalışmalara _____çalışması denilmektedir.
6. _____ kavramı "Amaca ulaşırken bireyi kaygı yerine yaratıcılığını kullanmaya yönelten, kişiye tatmin ve yaşama sevinci veren strestir." şeklinde açıklanan kavramdır.
7. Yaşanan stres sonucunda bireyin endişelerinin artıp daha çabuk sinirlenen ve heyecanlanan bir duruma geldiği, hafıza kaybı ve dikkatini toplamada sorunlar yaşanmaya başladığı aşama _____
8. _____ bireylerde kas gevşemesi, rahat uyku, enerji ve işte, etkinlikte artış, kalp hastalıkları riskinde azalma, kendine güven artışı, daha sağlıklı bir beden gibi olumlu etkileri vardır.
9.
10. 13. Birey içinde bulunduğu _____ ve yaşamını sürdüğü _____ etkilenir.
11. _____, bireylerin kendilerini etkileyen olayları kontrol edebileceklerine olan inançlarının sınırını temsil eder.

B) Aşağıda verilen soruların doğru yanıtını işaretleyiniz.

1. **Aşağıdakilerden hangisi stresin kişisel kaynaklarından değildir?**

   A) Kontrol odağı
   B) A tipi kişilik
   C) Toplumsal değişimler
   D) Motivasyon etkileri
   E) Duygusal sebepler

2. **Aşağıdakilerden hangisi stresin tükenme dönemi belirtilerindendir?**

   A) Stres sürecinin başlangıcıdır.
   B) Beden değişen duruma tepki göstermeye başlar.
   C) Beden aktivitesi ve direnç artar.
   D) Bedenin süreçle mücadele etmek için çok fazla kaynak harcar.
   E) Davranış bozukluları sergilenme başlanır.

3. Aşağıdakilerden hangisi stresle ilgili davranışçı tekniklerdendir?

A) A tipi davranış biçiminin değiştirilmesi
B) Makul olmayan inançlar
C) Gevşeme egzersizleri
D) Fizik egzersizi
E) Beslenme

4. Aşağıdaki sonuçlardan hangisi stresin alarm döneminde yaşanan durumlar arasındadır?

A) Kas gerilmesi
B) Beden aktivitesi ve direncin artması
C) Hayal kırıklıklarının artması
D) Yüksek tansiyon, şeker gibi belirtiler
E) Davranış bozuklukları sergilenmesi

5. Strese karşı daha duyarlı olmak, hızlı yemek yemek, acele konuşmak, sıra beklemekten nefret etmek, dinlenmeye daha az zaman ayırmak gibi kişilik özellikleri aşağıdakilerden hangisi ile ifade edilir?

A) A tipi kişilik
B) B tipi kişilik
C) Stresli kişilik
D) Güvensiz kişilik
E) Gergin kişilik

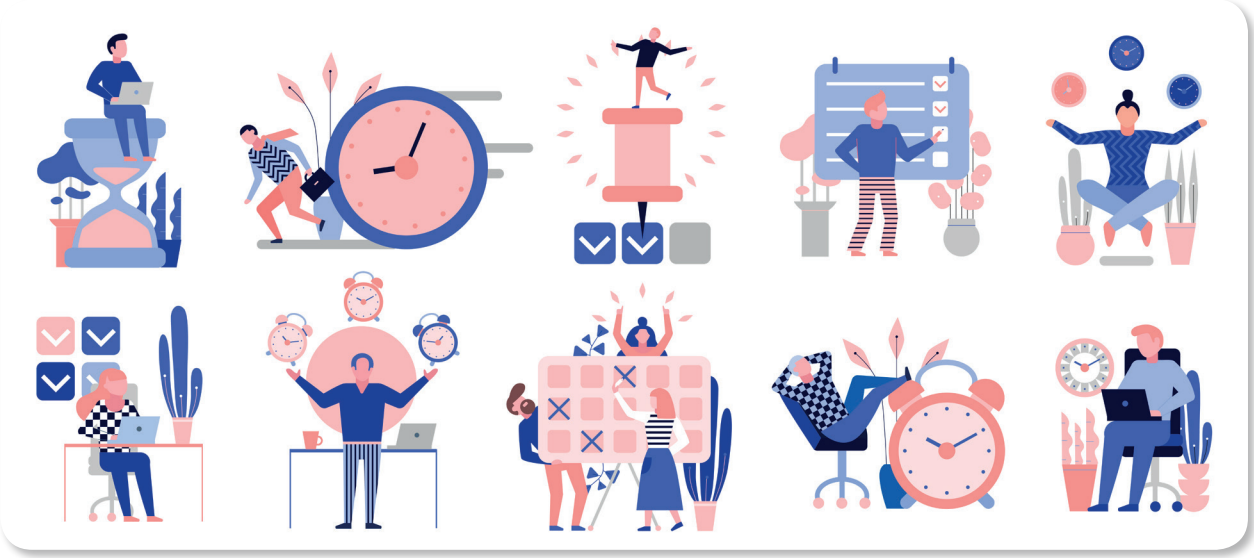
6. Aşağıdakilerden hangisi makul olmayan inançlar arasında yer almaz?

A) Bir insan ailesi, arkadaşları, çevresi ve herkes tarafından sevilmeli ve kabul görmelidir.
B) İnsanlar üzerlerine aldığı bütün işleri mükemmel yapmalıdır.
C) İnsanlar çabuk kırılır ve onları hiçbir zaman incitmemek gereklidir.
D) İnsanlar tarafından onaylanmamak bizim hatalı olduğumuzu gösterir.
E) Hiçbir insan mükemmel olamaz, herkes hata yapabilir ve bu çok normaldir.

5.5 ZAMAN KONTROLÜ

HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. Yaşlı bir aile üyesi ya da komşunuzla görüşünüz. Ondan size hayatla ilgili tavsiyelerde bulunmasını isteyiniz. Onların zamanı nasıl yorumladıklarını öğreniniz ve not alınız. Aldığınız bu notları sınıfta arkadaşlarınız ile paylaşınız.



Görsel 5.15: Zamanı çeşitli şekillerde değerlendiren insanlar

"Her insan doğar, yaşar ve ölür.", neredeyse ilkokul sıralarımızdan itibaren sıkça duyduğumuz bu cümle, aslında zamanın kısa bir özetidir. Çünkü yaşamın kendisi zamanın ta kendisidir. Yaşarken zamanı en iyi şekilde değerlendirmek, mutlu ve kaliteli anlarımızı artırmak aslında yaşamımıza hükmetmemizi de sağlar (Görsel 5.15). Bize verilen zamanı etkili ve doğru kullanamamak hiçbir şey yapamamaktır.

5.5.1. Zaman Kavramı

Türk Dil Kurumu zaman kavramını "Bir işin, bir oluşun içinde geçtiği, geçeceği veya geçmekte olduğu süre, vakit", "Çağ, mevsim"," dönem, devir" olarak tanımlamaktadır. Zaman, olayların geçmişten bugüne gelip geleceğe doğru birbirini takip eden kesintisiz bir süreçtir ve yinelenmesi olanaksızdır [5.13]. Zaman, arka arkaya dizilmiş olayların ve olguların algılanmasını da sağlar. Ayrıca zaman, olayları ölçebildiğimiz ve kendisi de ölçülebilen bir süreçtir [5.14].

5.5.2. Zaman Çeşitleri

Araştırmacılar zaman çeşitlerini 7 başlık altında toplamışlardır [5.15]. Bunlar aşağıdaki şemada görüldüğü gibidir (Şekil 5.6).

Şekil 5.6: Zaman çeşitleri

1.Objektif Zaman: Saatin gerçek anlamdaki ifadesidir. Objektif zamanı kol saati, duvar saati, bilgisayarımızın saatinde görebiliriz. Saatte ölçülen zaman hepimiz için geçerli olan gerçek zamandır.

2. Sübjektif Zaman: Sübjektif zaman ise öznel olarak algıladığımız zamandır. Zaman herkes için objektif olarak ilerlese de sübjektif zamanda bireyler kendi yaşantılarına, deneyimlerine göre zamanı daha farklı algılayabilirler. Örneğin, sevdiğimiz bir dostumuzla geçirdiğimiz bir günün ne de çabuk geçtiğine hayret ederken, bir an önce açıklanmasını istediğimiz o önemli sınavın sonucunu beklerken sanki binlerce saat geçiyormuş gibi hissederiz.

3. Biyolojik Zaman: Bireylerin doğuştan gelen özelliklerinden kaynaklanan ve iç dengelerini sağlayan doğal ritme biyolojik zaman denir (ardıç). Örneğin, işitme engelli bireyler uyanmak için alarm sesini kullanamazlar, onun yerine onları kalkmaları gerek saatte uyanmalarını sağlayan bir biyolojik zamanları vardır.

4. Örgütsel Zaman: Okul, hastane, eczane, bankalar, marketler vb. gibi örgütlerin amaçlarını ve işleyişlerini gerçekleştirmek için oluşturmaları gereken zaman vardır. Örneğin, devlet kurumları 09.00-17.00 arası çalışırken marketler 09.00-22.00 arası hizmet verirler.

5. Yönetsel Zaman: Yönetim, örgütsel amaç ve hedeflere etkili ve verimli bir şekilde ulaşmak için karar vermeyi, plan yapmayı, örgütlemeyi, iletişim ve eşgüdüm sağlamayı ve denetim fonksiyonlarını içeren bir süreçtir. Yönetim işini üstlenen yöneticiler iş yerlerinde bu yoğun çalışma programı için oldukça fazla zaman ayırırlar. Örneğin, Sağlık Bakanı'nın salgın döneminde günün geç saatlerinde dahi kamera karşısına geçip bilgilendirme yapması onun yönetim görevinin gerektirdiği zamanı işaret eder.

6. İktisadi Zaman: İktisadi zaman ölçü birimi olarak kullanılmaktadır. Hangi alanda olursa olsun çalışan, ücret karşılığı emek harcayan bireylerin ücret hesaplaması iktisadi zaman üzerinden yapılır. Örneğin, market çalışanları haftada 45 saat üzerinden çalışırlar ve ücretlerini bu saat üzerinden alırlar. Eğer çalışan herhangi bir nedende haftalık 45 saatini tamamlayamamışsa ücretinde eksik saati kadar kesintiye gidilirken fazla çalışması halinde de mesai ücreti denilen ücret ödenir.

7. Sosyolojik Zaman: Her yıl takvimde yer alan resmi ve dini bayramlar, Anneler Günü, Babalar Günü, Sevgililer Günü gibi gerek ulusal çapta gerek evrensel çapta önem ifade zamanlardır. Örneğin 1 Mayıs tüm ülkelerce kutlanan, önemli sosyolojik bir olaydır.

5.5.3. Zaman Etkin Kullanımı Etkileyen Faktörler

Zamanın verimli bir şekilde kullanılmasını etkileyen çeşitli engeller vardır. Zaman tuzakları denilen bu faktörlerin de bilinmesi gerekmektedir. Bunları kişisel ve işten-çevreden kaynaklanan zaman tuzakları olmak üzere iki grupta inceleriz.

A) Kişisel Zaman Tuzakları

Bireylerin kişilikleri, alışkanlıkları, önem ve öncelik verdiği şeyler, biyolojik durumları gibi faktörler zaman tuzaklarına düşmeye neden olabilir. Aşağıda bu tuzakları göreceksiniz.

- **Öz Disiplin Yokluğu:** Birey kendi kendini motive edip güdülemelidir. Başarabileceğine dair inançla birlikte kendi öz disiplinini oluşturmalı ve hayatının kontrolünü eline almalıdır.
- **Bireysel Hedeflerin Belirsizliği:** Hepimizin hayalleri, hayatta ulaşmak istediği bir nokta bir hedef vardır. Bu hedeflerin belirsizliği bireyin amaçsızca yaşamasına neden olur. Amaç ve hayal olmazsa zamanın da birey için bir önemi olmaz.
- **Erteleme:** Erteleme başlıca zaman tuzaklarındandır. Yapılması gereken işler çeşitli nedenlerden dolayı ertelendikçe birey başarısızlıklarla karşılaşır.

- **Hayır Diyememe ve Aşırı Sosyallik:** İnsan sosyal bir varlıktır. Nerede bulursa bulunsun başka bireylerle iletişim kurar. Bazen sosyal konumumuzu kaybetmemek bazen karşımızdaki kişiyi kırmamak için ondan gelen tekliflere "Hayır." diyemeyebiliriz. Oysa kendi programımız yoğunsa başka bir işi daha üstlenmek bizi zor duruma sokacaktır. Ayrıca bireylerin aşırı yakınlaştığı örgütlerde dedikodu, uzun molalar, eğlenceli ortamlarda sosyalleşme artar. Bu da zamanın önemli bir kısmının boşa geçmesine neden olur.
- **Önceliklerin Belirsizliği:** Bireyler yetiştirmesi gereken işler için yeterli zamana sahip olmayabilir. Bunun önüne geçmek için işlerimizi önem sırasına göre ele alıp çözmemiz gereklidir. Bunun eksikliğinde ya eksik kalmış işler ya da bitirmiş olmak için yapılan verimsiz işler olacaktır.
- **Kararsızlık:** Yapılacak iş konusunda kararsızlık o işin hem yapılmasını geciktirir hem de verimsiz bir sonucun ortaya çıkmasına neden olur. Öncelikle işlerimizi nasıl yapacağımız, sorunları nasıl çözeceğimiz konusunda bilgi sahibi olmamız ve ona göre karar vermemiz gereklidir.
- **Acelecilik:** Acele davranmak ve işi çabucak bitirmeye çalışmak iyi bir zaman yönetimi değil aksine bir tuzaktır. Aceleci bir yaklaşımla yapılan işlerde, işin hatalarla dolu olması, hedefe uygun olmaması gibi sonuçlar doğurabilir.
- **Stres ve Zaman Baskısı:** İşi zamanında yetiştirememe baskısı bireyleri strese sokar. Bunun sonucunda da gergin, sinirli, aceleci bir tutum sergilenir.

B) İşten ve Çevreden Kaynaklanan Zaman Tuzakları

- **Telefon Görüşmeleri:** En yaygın iletişim araçlarının başında gelen telefon, haberleşmeyi sağlayan en hızlı ve önemli araçlardan biridir. Günümüzde ise telefon özellikle öğrenciler için bağımlılık haline gelmiştir. Öğrenciler telefonu eğlence ve sosyalleşme aracı haline getirmişlerdir. Sosyal medyanın cep telefonları sayesinde kolay ulaşılabilir olması en büyük zaman tuzaklarından biri haline gelmiştir. Ders sırasında, iş yerinde vb. cep telefonunu sessize almak, dersi kâğıt kalemle dinlemek, sorumlulukları yerine getirmeden cep telefonuna bakmamak gerekir.
- **Beklenmedik Ziyaretçiler:** Beklenmeyen ziyaretçi, bireyin aniden sosyalleşme gerekliliğini doğuran bir durumdur. Sosyalleşmek elbette birey için olumludur, ancak aşırıya kaçılırsa zaman kaybına yol açar.
- **Rutin ve Gereksiz İşler:** Yapılacak faaliyetlere hiçbir olumlu katkısı olmayan işlere gereksiz işler denir. Gereksiz işler üzerinde zaman harcamak sadece zaman kaybına neden olacaktır.

5.5.4. Zaman Yönetimi Kavramı ve Önemi

Zaman yönetimi, zihinde oluşan planların günlük yaşama dökülerek gün ve gün gerçekleştirilebilmesidir. Acil olsa da o kadar da önemli olmayan günlük olayların baskısından kaçınmak için açık önceliklerin ortaya konulmasıdır. Zaman yönetimi; yapılacak işleri önem sırasına göre sıralamak, yapılacak iş için gerekli enerjiyi sağlamak, rutin işlerin ertelenebileceğini fark etmek, acil durumların getirdiği zaman baskısı ve stresten kurtulmak, iş yetiştirememe endişesinin azalması, zamanı boşa harcama hissinin yok olması gibi açılardan önemlidir. Zaman yönetiminde önem arz eden üç nokta vardır [5.16]:

- Herhangi bir işin yapılmasının ertelenmesinin önüne geçer.
- Bireyin olumlu tutum geliştirmesini sağlar ve işten alınan verimi artırır.
- Bireyin zaman yönetimi ile ilgili teknik bilgisini artırır ve görüş kazandırır.

5.5.5. Zaman Yönetimi Akış Süreci

Tablo 5.7: Zaman Yönetim Süreci

Verilen tabloda da (Tablo 5.7) görüldüğü gibi zaman yönetiminde akış süreci sekiz adımdan oluşmaktadır [5.17]:

1. Adım) Zaman Kullanım Analizi: Zaman yönetim sürecinin birinci basamağı, zamanın nereye harcandığını belirlemektir. Zamanını nereye, nasıl kullandığı hakkında bilgi sahibi olan çok az birey vardır. Bazı bireyler de zamanlarını nereye harcadıklarının farkında olduklarını düşünmektedirler. Bireylerin zamanlarını en verimli düzeyde yönetmeleri demek, gerçekte zamanlarını nerelerde ve ne zaman kullandıklarını ortaya çıkarmakla mümkündür.

2. Adım) Zaman Problemlerini Tanımlama: Zamanın boşa harcanmasına neden olan problemlerin belirlendiği aşamadır. Bu problemlerin temelinde genellikle planlama eksikliği, karar verememe, dağınıklık, iletişim eksikliği ve kişisel sorunlar yatmaktadır.

3. Adım) Kendini Tanımlama: Kişinin kendisini tanıdığı aşamadır. Kendini değerlendirerek birey kendisini tanımış olur. Bireyin yetenek ve kabiliyetlerini değerlendirmesi, zamanın boşa harcanmasına sebep olan davranışlardan uzaklaşması bireyin zaman kontrolünün sağlanması için önemlidir.

4. Adım) Amaç ve Öncelikleri Belirleme: Amaçlar belirlenirken belirtilen hususlara dikkat edilmelidir. Amaçlar somut olmalıdır, gerçekçi olmalıdır, her amacın büyüklüğüne göre gerçekleştirme süresi olmalıdır. Uygulama sırasında amaçlar belirli zaman dilimlerinde kontrol edilerek gerekli düzeltmeler anında gerçekleştirilmelidir.

5. Adım) Program Hedeflerini Uygulama Planlarına Aktarma: Belirlenen amaç ve hedeflere ulaşmak için bunlarla ilgili gerekli olan çabanın gösterilmesi gerekmektedir. Hedeflere ulaşmada yapılan işe bir yön çizmek ve kesinlik kazandırmak isteniliyorsa bu ancak planlama ile mümkün olacaktır. Program hedeflerini uygulama planlarına aktarmada amaçlarla birlikte temel faaliyet planının hazırlanması gerekmektedir. Temel

faaliyet planı hazırlanırken sırasıyla; öncelikli hedeflere ulaşmada yapılması gereken tüm işler listelenmekte, yapılacak işler için gerekli tüm kaynaklar oluşturulmakta, hedeflere ulaşmada ve her işin gerçekleştirilmesi için gerekli olan süre belirlenmektedir. Diğer sayfada örnek bir temel faaliyet planı verilmiştir (Tablo 5.8).

Tablo 5.8: Temel Faaliyet Planı

TEMEL FAALİYET PLANI			
ÖNCELİKLİ HEDEFLER	**HEDEFİ GERÇEKLEŞTİRMEK İÇİN GEREKEN FAALİYET**	**HEDEFİ GERÇEKLEŞTİRMEK İÇİN GEREKLİ KAYNAKLAR**	**ZAMAN**
1. "İkinci Yeni Akımı'nı araştırınız ve İkinci Yeni şairlerinin şiirlerinden beğendiklerinizi defterinize yazınız." konulu Türk dili ve edebiyatı dersi ödevimi bitirmeliyim.	**1.** Ödev için araştırma yapmak. **2.** İkinci Yeni şairlerinin şiir kitaplarını incelemek. Beğenilen şiirleri not almak. **3.** Araştırma ve kitap okuma sonrası elde edilen bilgileri temize çekmek.	**1.** Zaman **2.** Şiir kitabı **3.** Edebiyat kitabı **4.** İnternet **5.** Defter **6.** Kalem	Bu ödevi teslim etmek için tam bir haftam var. Ama yine de önemli bir ödev olduğu için öncelik vermeliyim.
2. Okul kıyafetlerimi yıkamalıyım.	**1.** Yıkanacak çamaşırları ayırıp çamaşır makinesine atmalıyım.	**1.** Çamaşır makinesi **2.** Yıkanan kıyafetleri kurutmak için zaman	Hemen
3. Köpeğimi gezdirmeliyim.	**1.** Parkta yürüyüş yapmak.	**1.** Tasma **2.** Çöp poşeti **3.** Spor ayakkabı	Bugün akşamüstü

6. Adım) Günlük Programlar ve Rehberler Hazırlama: Temel faaliyet niteliğindeki planlar doğrultusunda kısa dönemli planlar ve programlar oluşturulmalıdır. Temel faaliyet planı oluşturulduktan sonra kısa ve uzun vadeli amaçlar için öncelikle haftalık bir süreyi kapsayan planlama yapılması, daha sonra haftalık planlamayı temel alan günlük faaliyet planının hazırlanmasını içermektedir. Aşağıda haftalık (Tablo 5.9) ve günlük faaliyet planı (Tablo 5.10) örnekleri verilmiştir.

Tablo 5.9: Haftalık Faaliyet Planı

HAFTALIK FAALİYET PLANI		
GÜN	**ZAMAN**	**FAALİYET**
PAZARTESİ	16.30	Dişçi randevusu
SALI	4.ders saati	Biyoloji ödevi teslim edilecek.
ÇARŞAMBA	16.30	Basketbol antrenmanı
PERŞEMBE	20.00	Büyükanne ziyareti
CUMA	Okul çıkışı	Arkadaşlarla sinemaya gidilecek.
CUMARTESİ	Sabah erken saatte	Köpeğimi gezdirmeliyim.
PAZAR	En geç öğle 12.30	Çalışma masasını topla!

Tablo 5.10: Günlük Faaliyet Planı

GÜNLÜK FAALİYET PLANI TARİH: 2 Nisan Salı		
Yapılacak Faaliyetler	**Öncelikli Faaliyetler**	**Öncelikli Faaliyetler İçin Süre**
1. Sabah sporu	1. Sabah sporu için erken uyanmak. 2. Duş almak. 3. Okul çantasını kontrol etmek. 4. Kahvaltı yapmak.	06.30-07.30 arası
2. Biyoloji ödevi teslim edilecek.	-	4.ders saati
3. Okul çıkışı kütüphaneye gidilecek	1. Arayıp ailene eve geç kalacağını hatırlat.	16.30 okul çıkışı

7. Adım) Zaman Yönetimi Tekniklerini Geliştirme: Zaman kaybına neden olan kişisel ve sosyal sorunların çözümü için üretilecek teknikler bu aşamanın konusunu oluşturur. Zaman kaybına neden olan durumlar belirlenir ve giderilmesi için çalışmalar yapılır. Bu sayede zaman kaybına neden olan ertelemeler, kesintiler, plansızlık gibi durumların ortadan kaldırılması sağlanır.

8. Adım) Sürecin İzlenmesi ve Yeniden Analizi: Burada süreç izlenir ve yeniden analiz yapılır. Bu aşamada zaman yönetimi programı, hem uygulama esnasında hem de uygulama sonrasında izlenerek gerekli değişiklikler yapılmaya çalışılmalı, uygulanan planlar değerlendirilmelidir.

5.5.6. Zaman Yönetim Prensipleri

Zaman yönetimi prensibinde aşağıda verilen dört temel aşamanın bilinmesi gereklidir.

- 1. Aşama: Yapılacakların unutulmaması için liste oluşturmaktır.
- 2. Aşama: Yapılacak işleri takvim üzerinde zaman sırasına koymaktır.
- 3. Aşama: Yapılacak işlerin önemine göre öncelik tanınmasıdır.
- 4. Aşama: Zamanı yönetmeyi değil, yaşamımızı yönetmeyi odak noktasına almaktır.

Zaman yönetim prensiplerini uygulamamıza kolaylık sağlayacak pek çok zaman yönetim yaklaşımları vardır. Bu yaklaşımlar zaman yönetiminde pek çok alternatifin bulunduğunu göstermekte ve kişinin kendisine uygun olan zaman yönetim yaklaşımını prensip edinmesine de olanak sağlamaktadır.

5.5.6.1. Kendini Toparla Yaklaşımı (Düzen)

Bu yaklaşıma göre zaman yönetiminde ortaya çıkan sorunların büyük bir kısmının hayatımızdaki düzensizliklerden kaynaklandığı savunulur. Bu düzensizlikleri çözmek sorunu ortadan kaldıracaktır. Bu yaklaşım üç adımdan oluşur:

- Nesneleri Düzenlemek: Evrak dolapları, okul çantasının içi, çalışma masası, kıyafetler dahi düzenlenmelidir.
- Görevleri Düzenlemek: Yapılacak işleri çeşitli internet uygulamaları, plan-program için hazırlanmış yazılı materyaller vb. kullanarak sıraya ve düzene sokmak gereklidir.
- İnsanları Düzenlemek: Kişinin kendisinin ve başkalarının yapacağı işleri tanımlaması, yetki vermesi, iş dağılımı yapması düzeni sağlayacaktır.

5.5.6.2. Savaşçı Yaklaşım

Kişinin kendisine ayrılan zamanı koruması ve iş üretimine odaklanmasıdır. Savaşçı yaklaşıma sahip birey kendisini korumak, verimli ve bağımsız çalışabilmek amacıyla zamanına sahip çıkma üzerine odaklanır. Birey, zamanının sorumluluğunu kişisel olarak üstlenir. Verimli çalışabilmek için sakin bir ortama ihtiyaç duyar. Bu yaklaşıma göre işi yapabilmek için başkalarının onun yolundan çekilmesi gereklidir. Bu yaklaşım da üç aşamadan oluşur:

- Kendini Yalıtmak: Gürültüden arınmak, çalıştığı odanın kapısı kapatmak, cep telefonunun sesini kısmak gibi eylemlerdir.
- Yalnız Kalmak: Rahatsız edilmemek için yalnız kalabileceği bir yere çekilir.
- Yetki Devretmek: Daha etkili çalışabilmek için görev paylaşımı yapar.

5.5.6.3. Hedef Yaklaşımı

Bu yaklaşım ne istediğini bilmek ve onu gerçekleştirmek için çaba harcamak gerektiğini savunur. Uzun ve orta vadeli planlar, hedefleri belirlemek, kendini motive etmek gibi etkinlikler içerir.

5.5.6.4. ABC Yaklaşımı

Hedef yaklaşımından yola çıkılarak oluşturulmuş bir yaklaşımdır. Ancak burada hedefleri öncelik sırasına göre belirlemek ve bu doğrultuda yapılacak olanlara yoğunlaşmak gereklidir. Değerlerin açıklığa kavuşturulması ve görev sıralaması gibi teknikler içerir. Önemli işlere öncelik verir. Düzen sağlar. ABC ya da 123 gibi sıralamalarla yapılacak işleri ve öncelikli işleri sıralar.

5.5.6.5. Sihirli Araç Yaklaşımı

Bu yaklaşım, doğru aracın bireye yaşam kalitesi yaratma gücünü vereceğini savunur. Bu araçlar doğru takvim, doğru planlama, doğru bilgisayar programı, doğru bilgisayar, doğru plan-program materyalleridir. Bu araçlar gerçekten de önceliklerin izlenmesinde, işlerin planlanmasında kolaylıklar sağlar. Bu yaklaşım için işimizi kolaylaştıracak popüler kâğıda basılı ve elektronik uygulamalar vardır. Ayrıca bu yaklaşım bitirilen her işe tik atma, üzerini çizme gibi eylemlerle de tatmin duygusu yaratır.

5.5.6.6. Zaman Yönetimi 101 Yaklaşımı

Zaman yönetiminin temelde, muhasebe ya da kelime işleme gibi bir beceri olduğunu savunur. Buna göre birey, bir planlayıcı ya da randevu defteri kullanabilmeli, yapılacak işler listesi oluşturabilmeli, hedef belirlemeli, yetki devretmeli, önceliklerini sıralamalıdır. Bu yaklaşım bu beceriler için bireyin sosyal bir okur-yazarlık becerisine sahip olması gerektiğinin altını çizer.

5.5.6.7. Kendini Akıntıya Bırak Yaklaşımı

Bu yaklaşım, geleneksel zaman yönetimine göre, zaman ve yaşam hakkında bir dizi varsayım üretir. Buna göre, akıntıya kapılmayı öğrenip yaşamın doğal ritmine dönülmelidir. Bu da kendiliğindenliğe ve beklenmedik fırsatlara yol açar görüşünü savunur. Zamandan bağımsız anların güzel, zengin ve doyurucu bir tempo oluşturduğunu düşünür. Bu yaklaşım o değerli anlara duyarlı olmamızı sağlar ve hayatımızda bu tür anların artmasını destekler.

5.5.6.8. İyileştirme Yaklaşımı

Bu yaklaşıma göre, kendi amacına aykırı ya da işlevsiz zaman yönetimi davranışları şeklinde kendini gösteren çevre, kalıtım, senaryolar ve diğer etkilerin sonucunda, ruh dünyasında temel eksiklikler oluşmaktadır.

5.5.6.9. İlke Merkezli Yaklaşım

Bu yaklaşıma göre, etkinliklerimizi dört kare halinde sınıflandırabiliriz (Tablo 5.11). Zamanımızı, bu dört karede betimlenen tarzlardan birine göre harcarız [5.18].

1. Kare, hem "acil" hem de "önemli" olan işleri temsil eder. 1. karede zaman geçirmemiz gereklidir. Burası işleri idare ettiğimiz, ürettiğimiz; deneyim ve yargı yeteneğimizi birçok ihtiyaca ve engele karşılık vermek için devreye soktuğumuz yerdir.

2. Kare "önemli, ama acil olmayan" etkinlikleri içerir. Burası "Kalite Karesi" dir. Uzun vadeli planlarımızı yaptığımız, sorunları önceden görüp önlemeye alıştığımız, başkalarına güç aşıladığımız, okuyarak, sürekli mesleki gelişim yoluyla zihnimizin ufkunu genişletip becerilerimizi artırdığımız alan burasıdır. Bu kareyi ihmal etmek, 1. kareyi besleyip, genişleterek tüm zamanlarını bu karede harcayanlar için stres, tükenme ve daha derin bunalımlar yaratır.

3. Kare, 1.karenin neredeyse hayaletidir. "Acil ama önemsiz şeyleri içerir." Burası yanıltma karesidir. Acil durumların tozu dumanı, bir önem yanılsaması yaratır. Oysa asıl etkinlikler, eğer önem taşıyorlarsa, yalnızca başkası için önemli olan şeylerdir. Birçok telefon, toplantı, çat kapı içeri dalan ziyaretçiler bu kategoriye girer.

4. Kare, "aciliyeti de önemi de olmayan" etkinliklere ayrılmıştır. Burası israf karesidir. Aslında orada hiç zaman harcamamız gerekir. Ama 1. ve 3. karelerde koşuşturup, boğuşmaktan o kadar bitap düşeriz ki, sırf hayatta kalabilmek için 4. kareye" Kaçar" sığınırız. Tutkunluk derecesinde sudan romanlar okumak, bir alışkanlık halinde TV şovlarını izlemek ya da işyerindeki çay-kahve molasında dedikodu 4. kareye ait zaman tüketici etkinliklerdir.

Tablo 5.11: İlke Merkezli Yaklaşım Tablosu

	ACİL	ACİL DEĞİL
ÖNEMLİ	**1** **ETKİNLİKLER**: Krizler Çözüm bekleyen sorunlar Belli bir sürede tamamlanması gereken projeler	**2** **ETKİNLİKLER:** Önlem alma İlişki kurma Yeni fırsatları görme Planlama, dinlence
ÖNEMLİ DEĞİL	**3** **ETKİNLİKLER:** Müdahaleler, bazı görüşmeler Bazı mektuplar, bazı raporlar Bazı toplantılar Hemen yapılması gereken bazı işler Popüler etkinlikler	**4** **ETKİNLİKLER:** Ivır zıvır işler Bazı mektuplar Bazı telefon görüşmeleri Zamanı boşa harcayan işler Oyalayıcı etkinlikler

Zaman yönetimi tablosuna göre yapılan araştırmalarda insanların 2. karede daha çok bulundukları gözlenmiştir. Bunun sonucunda yedi anahtar etkinlik ortaya çıkmıştır:

1. İnsanlarla daha iyi iletişim

2. Daha iyi hazırlanma
3. Daha iyi planlama ve düzenleme
4. Kendine daha iyi bakma
5. Yeni fırsatları yakalama
6. Kişisel gelişim
7. Güçlendirme

Zaman yönetimine önem veren birey kendisini özgüvenli, rahatlamış ve mutlu hissedecektir. Zaman yetersizliğinin yarattığı sorunlarla boğuşmayacaktır. Ailesine ve sevdiklerine ayıracak daha çok zamanı olacağı için sağlıklı iletişim ortamı oluşturabilecek, onlarla hoşça vakit geçirebilecektir.

UYGULAMA FAALİYETİ 5.5.1

TEMEL FAALİYET PLANI HAZIRLAMA

Amaç: Zaman yönetimi becerisi kazanmak için öncelikle bir planlama yapmaya başlayınız. Öncelikle aşağıda verilen "Temel Faaliyet Planı" tablosuna dört hafta için planlama yapınız (Tablo 5.12). Her ayın son günü bu planı ele alıp işlerinizi planlarsanız aylık olarak bitirmeniz gereken işleri unutmayacaksınız. Ayrıca işi bitirmenizin verdiği mutluluğu yaşayacaksınız.

Tablo 5.12: Boş Temel Faaliyet Planı

TEMEL FAALİYET PLANI			
ÖNCELİKLİ HEDEFLER	HEDEFİ GERÇEKLEŞTİRMEK İÇİN GEREKEN FAALİYET	HEDEFİ GERÇEKLEŞTİRMEK İÇİN GEREKLİ KAYNAKLAR	ZAMAN
			1. Hafta
			2. Hafta
			3. Hafta
			4. Hafta

UYGULAMA FAALİYETİ 5.5.2

HAFTALIK FAALİYET PLANI HAZIRLAMA

Amaç: Temel faaliyet planında 4 haftalık önemli işleri planlamayı bitiriniz. Şimdi her bir haftayı aşağıdaki tabloyu kullanarak planlayınız (Tablo 5.13). Haftalık olarak yapmanız gereken işleri, görüşmeleri, ziyaretleri, teslim tarihi gelen ödev ve projeleri haftalık faaliyet planınıza yazarak zamanınızı verimli kullanabilirsiniz.

Tablo 5.13: Boş Haftalık Faaliyet Planı

HAFTALIK FAALİYET PLANI		
GÜN	**ZAMAN**	**FAALİYET**
PAZARTESİ		
SALI		
ÇARŞAMBA		
PERŞEMBE		
CUMA		
CUMARTESİ		
PAZAR		

UYGULAMA FAALİYETİ 5.5.3

GÜNLÜK FAALİYET PLANI HAZIRLAMA

Amaç: Haftalık faaliyet planı tamamlandıktan sonra günlük planlama ile son anda unutulmuş işlerden kurtulacaksınız. Gününüzü sabah-öğle-akşam olarak ayırınız ve günün bu saatlerine önemli faaliyetlerinizi yazmayı unutmayınız (Tablo 5.14).

Tablo 5.14: Boş Günlük Faaliyet Planı

GÜNLÜK FAALİYET PLANI TARİH:		
Yapılacak Faaliyetler	**Öncelikli Faaliyetler**	**Öncelikli Faaliyetler İçin Süre**

SIRA SİZDE

ÖNYARGI

Dr. Paul Ruskin, öğrencilerine yaşlanmanın psikolojik belirtilerini öğretirken onlara şu olayı okur:

"Hasta ne konuşuyor ne de söylenenleri anlıyor. Bazen saatlerce anlaşılmaz şeyler geveliyor. Zaman, yer ya da kişi kavramı yok. Yalnız, nasıl oluyorsa, kendi adı söylendiğinde tepki veriyor. Son altı aydır onu yanındayım, ne görünüşü için bir çaba sarf ediyor ne de bakım yapılırken yardımcı oluyor. Onu hep başkaları besliyor, yıkıyor, giydiriyor. Dişleri yok, yiyeceklerin püre halinde verilmesi gerekiyor. Gömleği salyalarından dolayı sürekli leke içinde. Yürümüyor. Uykusu sürekli düzensiz. Gece yarısı uyanıp çığlıklarıyla herkesi uyandırıyor. Çoğu zaman mutlu ve sevecen, fakat bazen ortada bir sebep yokken sinirleniyor. Biri gelip onu yatıştırana kadar da feryat figan bağırıyor."

Bu olayı okuduktan sonra Dr. Ruskin öğrencilerine böyle birinin bakımını üstlenmek isteyip istemediklerini sorar. Öğrenciler bunu yapamayacaklarını söylerler. Ruskin, kendisinin bunu büyük bir zevkle yaptığını ve onlarında yapması gerektiğini söyleyince, öğrenciler şaşırırlar. Daha sonra Ruskin, hastanın fotoğrafını dolaştırmaya başlar. Fotoğraftaki doktorun altı aylık kızıdır. Dr. Ruskin, Amerikan Tıp birliği dergisindeki makalesinde (günümüzde çok yaşandığı gibi) gülünç bir yanlış anlamanın insana nasıl tamamen farklı bir perspektif kazandıracağını anlatmaktadır. Belki de hayatta yaşadığımız birçok şey bize önyargılarımız ve bakış açılarımız tarafından dayanılmaz ve zor gözükebilir.

Verilen okuma parçasını okuduktan sonra "empati" ve "önyargı" kavramlarını araştırarak aralarındaki ilişkinin nasıl olabileceğini sınıfta arkadaşlarınızla tartışınız.

ÖLÇME DEĞERLENDİRME 5.5

A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise (D) yanlış ise (Y) yazınız.

1. (___) İlke Merkezli Yaklaşıma ait zaman yönetimi tablosuna göre 2.karede daha çok vakit geçiren insanlar daha iyi planlama ve düzenlemeye sahip olurlar.
2. (___) Zaman Yönetimi sürecinde zaman kaybına neden olan durumların belirlendiği ve giderilmesi için çalışmaların yapıldığı aşamaya Kendini Tanımlama aşamasıdır.
3. (___) Saatin gerçek anlamdaki ifadesi olan zaman çeşidine "Biyolojik Zaman" denir.
4. (___) Bireyin zamanının sorumluluğunu kişisel olarak üstlendiği verimli çalışabilmek için sakin bir ortama ihtiyaç duyduğu zaman yönetim tekniğinin adı "Savaşçı Yaklaşım"dır.
5. (___) Ivır zıvır işler ilke merkezli yaklaşımın 4. karesinde yer alan hem önemsiz hem aciliyeti olmayan işlerdendir.
6. (___) Doğru aracın bireye yaşam kalitesi yaratma gücünü vereceğini savunan yaklaşım "ABC Yaklaşımı"dır.
7. (___) Zaman yönetiminin temelde, muhasebe ya da kelime işleme gibi bir beceri olduğunu savunan yaklaşım "Zaman Yönetimi 101 Yaklaşımı"dır.

8. (____) İlke merkezli zaman yönetim yaklaşımın 2.karesinde vakit geçirmek kişiye birbirinden etkili 5 anahtar davranış kazandırmaktadır.

9. (____) Rutin ve Gereksiz İşler, yapılacak faaliyetlere hiçbir olumlu katkısı olmayan işlerdir.

10. (____) İşi zamanında yetiştirememe baskısı bireyleri strese sokar.

11. (____) Sübjektif zaman öznel olarak algıladığımız zamandır.

B) Aşağıda verilen soruların doğru yanıtını işaretleyiniz.

1. **Aşağıdakilerden hangisi zaman çeşitleri arasında değildir?**

   A) Biyolojik Zaman
   B) İktisadi Zaman
   C) Yönetsel Zaman
   D) Geçmiş Zaman
   E) Sosyolojik Zaman

2. **Aşağıdakilerden hangisi kişisel zaman tuzaklarından değildir?**

   A) Bireysel Hedeflerin Belirsizliği
   B) Hayır Diyememe ve Aşırı Sosyallik
   C) Öz Disiplin Yokluğu
   D) Erteleme
   E) Beklenmedik Ziyaretçiler

3. **Aşağıdakilerden hangisi zihinde oluşan planların günlük yaşama dökülerek gün ve gün gerçekleştirilebilmesini açıklayan kavramdır?**

   A) Zaman Yönetimi
   B) Plan Yapmak
   C) Takvime Dökmek
   D) Hedef Listesi
   E) Eylem Planı

4. **Hedefleri öncelik sırasına göre belirlemek ve bu doğrultuda yapılacak olanlara yoğunlaşmayı gerekli kılan zaman yönetim tekniği hangisidir?**

   A) Savaşçı Yaklaşım
   B) İlke Merkezli Yaklaşım
   C) Sihirli Araç Yaklaşımı
   D) ABC Yaklaşımı
   E) Hedef Yaklaşımı

5.6. ZOR İNSANLARLA BAŞ ETMEK

HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. Empati kurduğunuz durumlar veya konular nelerdir?
2. Kimlerle empati kurmayı tercih ediyorsunuz? Niçin?
3. Empatinin önemini ve gerekliliğini kısaca araştırınız?
4. Çalışmalarınızı sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Zor insanlar, zor kişiliklere sahip bireylerdir. Zor kişilik ise insanlardaki bazı karakter özellikleri çok belirgin ya da katılaşmış, durumlara uyum sağlayamayan, kendisi ya da başkaları için ya da her iki taraf için ıstıraba neden olan kişilerdir. Zor kişileri anlamak ve onlara yardımcı olabilmek için kişilik, zor kişiler, kişilik tipleri gibi tanımları ve bu zor kişilikleri tanımak ve onlarla nasıl baş edebileceğimizi öğrenmemiz gerekir (Görsel 5.16).

Görsel 5.16: Dışlanmış hisseden bir birey

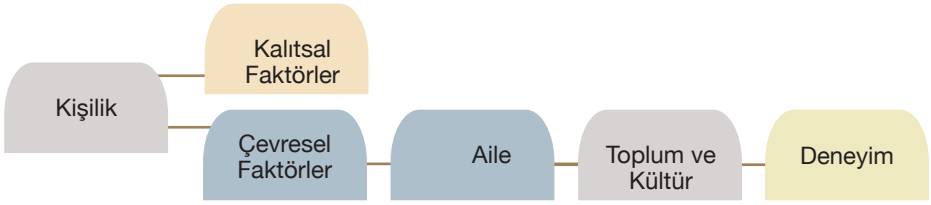
5.6.1. Kişilik Kavramı

Kişilik, insanların kendilerini ve diğerlerini nasıl gördüklerini ve değerlendirdiklerini, diğerlerini nasıl etkilediklerini, iç ve dış ölçülebilir özelliklerinin neler olduğunu ve birey-durum etkileşiminin nasıl gerçekleştiğini açıklayan bir kavramdır.

Kişilik günlük dilde karakter diye adlandırdığımız kelimenin eş anlamlısıdır. Örneğin, "Ali'nin çok karamsar bir karakteri var." derken aslında, Ali'nin yaşamının değişik dönemlerinde ve çeşitli durumlarda, olaylara olumsuz yönden bakma ve her şeyin kötüsünü bekleme eğilimi olduğunu ifade etmek isteriz. Yani Ali, akan zaman ve değişen koşullar karşısında bile, olayları karamsarlıkla görmekte ve yorumlamaktadır. Burada Ali kişisi "büyük olasılıkla karamsarlığın karakterinin değişmez bir niteliği olduğunu" fark etmemektedir. Öyle ki Ali, karşılaştığı olaylar karşısında farklı farklı biçimlerde davrandığını düşünmektedir [5.19].

Kişilik özellikleri, kişinin kendisini ve çevresini algıladığı alışılmış tarz ve davranış, tepki gösterme biçimleriyle belirginlik kazanır. Bu insanları çeşitli sıfatlarla tanımlarız; otoriter, güvensiz, sosyal, bencil, vicdanlı gibi. Örneğin, birinin sosyal karakterli olduğunu ileri sürmek için o kişinin yaşamının değişik koşullarında (evde, okulda, işte) başkalarıyla beraber olmayı tercih etme, başkalarını arama eğilimi içinde olduğunu kastederiz.

Kişiliğin oluşumunu etkileyen faktörler aşağıdaki şekilde gösterilmiştir (Şekil 5.7).



Şekil 5.7: Kişiliğin oluşumunu etkileyen faktörler

A) Kalıtsal Faktörler: Kalıtım, bireyin doğuştan elde ettiği fiziki yapı, cinsiyet, güzellik, kas ve refleks kapasitesi, enerji düzeyi, biyolojik ritim gibi anne babadan devralınan biyolojik, fizyolojik ve psikolojik özelliklerdir.

B) Çevresel Faktörler: Bireyin içinde bulunduğu çevrenin kişiliğin gelişimini etkilediği kabul edilmektedir. Kişiliğin oluşumunu etkileyen çevresel unsurlar üç ayrı başlık altında incelenebilir: Aile, toplum ve kültür, deneyim.

- **Aile:** Bireyler doğumla birlikte belirli bir ailenin parçası haline gelirler. Aile, bir noktada bireyi daha geniş anlamda topluma takdim eden bir aracı konumundadır. Bu noktada anne-baba ve kardeşler bireyi içinde yaşanılan kültürün davranış standartlarına alıştırmada önemli roller üstlenmektedirler. Bu etki, yalnızca çekirdek aile üyeleri ile sınırlı kalmayıp büyük anne ve baba, amca, teyze, hala, kuzen gibi geniş aile fertleri ile de ortaya çıkabilmektedir.
- **Toplum ve kültür:** Bireyin içerisinde doğduğu ve yetiştiği çevrenin davranış norm ve modelleri noktasındaki standartları kişiliğin oluşumu ve gelişimi üzerinde etkili olmaktadır. Bu etki mahalle ve okul gibi görece somut farklılıklarda kendini belli edebileceği gibi toplum ya da kültür gibi daha soyut temellerde de ortaya çıkabilmektedir.
- **Deneyim:** Bireyin ait olduğu arkadaş grubu ya da diğer sosyal gruplar ve yaşamın ortaya çıkardığı genel deneyim ve tecrübeler de kişiliğin gelişmesine etki etmektedir.

5.6.2. Zor Kişilik

Zor kişilikli insanlar bazı karakter özellikleri çok belirgin ya da katılaşmış, durumlara uyum sağlayamayan, kendisi ya da başkaları için ya da her iki taraf için ıstıraba neden olan kişilerdir. Zor kişiliklerin böyle bir kişiliğe sahip olmayı kendilerinin istemediğinin bilinmesi gereklidir. Bu kişiler kalıtımla eğitimin bir karışımı sonucu o davranışları benimsemişlerdir. Dolayısıyla bu durumdan dolayı tümüyle onları sorumlu tutmak haksızlık olabilir. Çünkü dışlama, özellikle problemli insanları asla daha sağlıklı yapmaz. Onları benimsemeli, kabul etmeliyiz. Zor kişilikleri daha iyi anlarsak onların yapacaklarını daha iyi tahmin edebilir ve o davranışlara karşı daha hazırlıklı oluruz.

5.6.3. Zor Kişilik Tiplerinin Özellikleri ve Baş Etme Yöntemleri

Uzman psikolog ve psikiyatristlerce belirlenmiş çeşitli zor kişilik tipleri vardır. Bu kişilik tiplerinden on tanesinin tanımı yapılıp, bu kişiliklerle baş etme ipuçları açıklanacaktır [5.19].

5.6.3.1. Kaygılı Kişilikler ve Onlarla Baş Etmek

Kaygılı kişilikler kendileri ve yakınları için, günlük yaşamın tehlikelerine karşı çok yoğun ve sıkça endişe duyarlar. Bu endişeler çarpıntı, aşırı terleme, sıcak basması, kas ağrıları gibi fiziksel sonuçlara ve sürekli pusuda olma, dikkati toplamada zorluk, sürekli gerilimde hissetme, uyku problemleri gibi duygusal sorunlara neden olur. Çünkü onlara göre dünya çok tehlikeli bir yerdir ve çok dikkatli olunarak tehlikelerden sakınmak mümkündür. Kaygılı kişilikleri idare etmek ve onlarla başa çıkabilmek için yapılabilecek bazı teknikler vardır. Bu teknikleri;

- Onlara kendimizin güvenilir olduğumuzu göstermek,
- Geniş ve hoşgörülü olması için yardımcı olmak,
- Mizah kullanarak onu rahatlatmak,
- Gerekirse onları doktora görünmesi için teşvik etmek,
- Onu şaşırtacak haberleri aniden vermemek ve onları korkutmamak,

- Üzücü, can sıkıcı konuşmalardan uzak durmak şeklinde sıralayabiliriz.

5.6.3.2. Paranoyak Kişilikler ve Onlarla Baş Etmek

Paranoyak kişiliklerin temelinde güvensizlik ve katılık yatar. Bu kişiler, çevresinde dönen olaylara karşı çok dikkatlidirler ve hep tetiktedirler. Kimseye içlerini dökmezler, kuşkucudurlar. Çünkü başkalarının ve hatta kendi yakınlarının bile dürüstlüğünden kuşku duyarlar. Hep kendi öncelikleri ve haklarıyla uğraşırlar. Sürekli kendilerini haklı çıkaracak kanıtlar ararlar ve aşırı kıskançtırlar. Sevgi ya da olumlu duygular göstermede zorluk çekerler, mizah duyguları gelişmemiştir. Çünkü dünya ona karşı kötülük besleyen insanlarla doludur, o da bunların farkındadır ve onlara karşı kendini korumaya almıştır. Paranoyak insanlarla baş etmek için yapabilecek teknikler ise;

- Yanlış anlamaları hemen düzeltmek,
- Arkasından dedikodu yapmamak,
- Onun yarattığı imaja saldırmamak,
- Onlarla düzenli bir ilişki sürdürmek,
- Yasalara gönderme yapmak,
- Nedenlerimizi ve niyetlerimizi açık bir biçimde ifade etmek,
- Politika, din gibi konularda tartışmamak,
- Küçük zaferler kazanmasına izin vermek,
- Biçimsel kurallara büyük bir titizlikle uymak şeklinde sıralayabiliriz.

5.6.3.3. Oyuncu Kişilikler ve Onlarla Baş Etmek

Oyuncu kişilikler başkalarının dikkatini çekmeye çalışır, bulunduğu ortamda ilgi odağı olmak ister. Bulunduğu ortamda ya da bir kişiyle bile baş başa kalsa ilgi odağının kendisi olmasını ister. Çevresindeki insanların kendisini sevmesini ve bunu yoğun bir şekilde göstermelerini bekler. Duyguları sıkça değişir ve bu değişen duyguları dramatik bir şekilde ifade eder. Oyuncu kişilikler insanları kendilerine bağlamak için olmadık senaryolar üretir ve yardıma muhtaç görüntü çizerler. Bu durumda o insanların kendisini terk etmeyeceğini düşünürler. Başkalarının hayranlıklarını elde etmeye çalışarak kendilerinin aşağılanma duygusunu yok etmeye çalışırlar. Oyuncu kişilikler ile baş etmek için;

- Dramatik durum ve aşırılıklara hazırlıklı olmak,
- Her “normal” davranışında ilgi göstermek,
- Onunla alay etmemek,
- Çoğunlukla sahte olan dikkat çekme davranışları karşısında heyecana kapılmamak,
- Çok yumuşak olmamak gereklidir.

5.6.3.4. Saplantılı Kişilikler ve Onlarla Baş Etmek

Saplantılı kişilikler, çoğunlukla, sonucu etkileyecek kadar, ayrıntılara, prosedürlere, düzenlemelere ve sıralamalara aşırı derecede dikkat ederler. Mükemmeliyetçidirler. Her şeyin kurallara ve kendi beklentilerine uygun şekilde yapılmasına dikkat eder ve bu konuda diretirler. İlişkilerde soğukturlar, çünkü sıcak duygularını ifade etmekte zorlanırlar. Bir hata yapmaktan korktuklarından karar vermekte zorlanırlar. Aşırı derecede tereddütlüdürler. Ahlaki olarak sağlam, vicdanlı ve titiz kişilerdir. Saplantılı kişilikler ile başa çıkmak için;

- Düzenli ve kesin olmalarını beğendiğimizi ifade etmek,

- Öngörme ve organizasyonlar yapma ihtiyaçlarına saygı göstermek,
- Çok ileri gittiğinde, kesin ve somut kanıtlara dayanan eleştirilerde bulunmak,
- Tuhaf takıntılarıyla alay etmemek
- Fazla sevgi göstermemek ve onu takdir ve hediyelere boğmaktan kaçınmak gerekir..

5.6.3.5. Narsist Kişilikler ve Onlarla Baş Etmek

Narsist kişilikler, kendilerinin olağanüstü olduklarını düşünür. Aşk ve meslek hayatında elde edeceği büyük başarıların peşindedir. Çoğunlukla fiziksel görünümüne ve giysilerine düşkündür. İlgi ve ayrıcalık bekler ama karşılık vermeye zorunluluk hissetmez. Beklediği ayrıcalıklar kendisine sunulmazsa kızar ve öfkelenir. Amaçlarına ulaşmak için başkalarını kullanır ve sömürür. Kendini başkalarının yerine koyma duygusu gelişmemiştir ve başkalarının duygularından etkilenmez. Narsist kişiliklerle baş etmek için;

- Samimi olduğu her durumda onu takdir etmek,
- Sadece zorunlu eleştirileri yapmak ve çok açık olmak,
- Kendisine sistematik olarak karşı çıkmamak,
- Sizi kullanmasına izin vermemek,
- Yinelemek istemediğiniz iyilikleri yapmamak,
- Almadan verici olmamak gereklidir.

5.6.3.6. İçekapanık Kişilikler ve Onlarla Baş Etmek

Yeni tanıştığı insanlara karşı oldukça ihtiyatlı ve ilişkiler derinleştikçe bu tutumunu hiç değiştiremeyen kişiliklerdir. Her zaman yalnız olmak ister gibi görünür. Duygularını ifade etmekte zorlanır ve çeşitli durumlara karşı kayıtsızdır. Çoğunlukla anlaşılmaları güç, ilgisiz bir görüntü çizerler. Başkalarının iltifatlarını ve eleştirilerini umursamaz görünürler. Tek başına vakit geçirmeyi tercih ederler. Samimi dostları az ve genellikle aile çevresindendir. Birine kolay bağlanamaz ve başkalarıyla birlikte olmayı aramazlar. İçe kapanıkları idare etmek için;

- Yalnız kalma isteklerine saygı göstermek,
- Ona kendi özelliklerine uygun işler önermek,
- İç dünyası ile ilgilenmek,
- Sessiz niteliklerinden dolayı onu takdir etmek,
- Duygularını dışa vurması konusunda ısrarcı olmamak,
- Aşırı konuşarak onu bunaltmamak,
- Yalnızlığa gömülmesine izin vermemek gereklidir.

5.6.3.7. A Tipi Kişilikler ve Onlarla Baş etmek

A tipi insanlar, zamana karşı mücadele eden, sabırsız, tek düşüncesi daha hızlı davranarak sınırlı zamanda maksimum işi yapmak için çabalayan ve yavaşlığa tahammülsüz kişilerdir. A tipi özen ve kesinliğe düşkün, en basit oyunlar da dahi kendisini yarışmak zorunda hisseden rekabetçi kişiliktir. Çok çalışır, olayları fazla benimser ve eğlenceyi bile bir amaca yönelik bir görev haline getirirler. A tipi ile başa çıkmak için;

- Kesin ve güvenilir olmak,

- Sizi denetim altına almalarına izin vermeyip sizin de bir kişiliğiniz olduğunu belli etmek,
- Hoşgörü göstermesi için ona yardımcı olmak,
- Gevşemenin keyfini keşfetmelerini sağlamak,
- Herhangi can sıkıcı bir durum yaşandığında, sıcağı sıcağına onunla tartışmamak,
- Onunla anlamsız rekabetlere girmemek,
- Onunla anlaşmazlığa girdiğinizde olayları büyütmemek gereklidir.

5.6.3.8. Depresif Kişilikler ve Onlarla Baş Etmek

Olayların kötü yanlarını görürler. Olayların olumsuz yönünü abartarak olumlu yönünü küçümserler. Yolunda gitmeyen bir şey olmasa bile hep hüzünlü ve ağlamaklıdırlar. Hoş olarak kabul edilen şeylerden bile az zevk alırlar. Kendilerini diğerlerinin seviyesinde görmezler, uyum sağlamakta zorlanırlar ve suçluluk duyarlar. Onlara göre hayat zor ve haksızlıklarla doludur. Kendilerini diğer insanların seviyesinde görmezler ve gelecekte o ve ailesi için işlerin kötü gideceğini düşünürler. Depresif kişiliklerle başa çıkmak için;

- Dikkatini olumlu şeylere yönlendirmek,
- Neşeli etkinlikler düzenlemek,
- Onu dikkate aldığını göstermek,
- Onu azarlamamak,
- Ona kendine gelmesini söylememek,
- Onun içinde bulunduğu duruma sürüklenmemek gereklidir.

5.6.3.9. Bağımlı Kişilikler ve Onlarla Baş Etmek

Bağımlı kişilikler başkalarının onayını almadan karar almaktan çekinir. Öyle ki kendisi için önemli olan kararları almak için bile başkalarına ihtiyaç duyar. Bir işi, projeyi başlatmakta zorlanır. Yalnız kalmayı ve yalnız başına iş yapmayı sevmez. Kimseyi gücendirmemek için hep “Evet.” derler. Söylediği kabul edilmez ya da eleştirilirse oldukça kaygılanırlar. Arkadaşlık ya da ikili ilişkilerde ayrılıklardan olumsuz olarak etkilenirler. Yalnız başına hiçbir şeyi başaramayacağını düşünür. Başkaları olmadan başarılı olabileceğine inanmaz. Bağımlı kişiliklere yardımcı olabilmek için;

- Girişimlerini desteklemek,
- Başarısızlıklarını önemsememesi için ona yardım etmek,
- Tavsiye istediğinde önce onun ne düşündüğünü sormak,
- Kendi zaaflarınızı ve kararsızlıklarınızı ona anlatarak ondan öğüt istemek,
- Acil durumda olsa bile onun yerine karar almamak,
- Onun sizin gölgenizde yaşamasına izin vermemek gereklidir.

5.6.3.10. Pasif Agresif Kişiler

Kişisel ya da profesyonel alanda, okulda başkalarının isteklerine karşı genellikle direniş gösterirler. Emirleri ileri derecede tartışır, otoriteyi temsil edenleri eleştirir. Ancak bu işi dolaylı yoldan yapar, işi savsaklar, bilerek sonuçlandırmaz, unutur. Anlaşılamamaktan yakınır, kendisine haksız davranıldığını ileri sürer. Onlara göre boyun eğmek yenilmektir. Bir emir bir istek bile onlarda isyan duygusu yaratır. Ancak burada isyanın dışa vurumu pasif bir şekildedir. Ödevini niçin yapmadığı sorulduğunda “Unuttum.” diyen bir öğrenci, tahtaya

zorla kaldırıldığında problemi çözmemek için oyalanan öğrenci, sigara içerken yakalandığı için müdürün odasına ağır adımlarla giden öğrenci, annesi odasını toplamasını söyleyince eşyaları dolaba tıkan genç olarak karşımıza çıkarlar. Pasif-agresif kişilikler ile baş etmek için;

- Sevecen olmak,
- Mümkün olan her durumda onun görüşünü almak,
- Kendisini ifade etmesine yardımcı olmak,
- Ona oyunun kurallarını hatırlatmak,
- Size yapılan eleştiriyi görmezden gelmemek,
- Onu anne baba üslubuyla eleştirmemek,
- Sizinle inatlaşmasına izin vermemek gereklidir.

Yukarıda örneklerini gördüğümüz üzere, pek çok zor insan çeşidi vardır. Onları zor insan yapan taşıdıkları kalıtsal ve çevresel faktörlerdir. Zor insanlarla başa çıkabilmek için çeşitli ipuçlarından yararlanabiliriz. Ancak hayatımızda karşılaşacağımız insanlarla başa çıkmak için elimizdeki en büyük ipucunun "iletişim kurmak" olduğu unutulmamalıdır. Etkili bir iletişim becerisi sayesinde hem karşımızdaki insanlarla başa çıkabilir hem de onlara faydalı olabilecek bir yol geliştirebiliriz.

UYGULAMA FAALİYETİ 5.6.1

BİZ ASLINDA KİMİZ?

Amaç: Farklı kişilik tiplerini tanımak, Drama yöntemini kullanarak bu kişiliklerle tanışmak ve hatta kendimizin dahi fark etmediğimiz kişilik özelliklerimizi tanımak

Kullanılacak Araç Gereçler: Tahta, tahta kalemi, kişi sayısı kadar sandalye

Oyunun Aşamaları:

- Mekân drama çalışması için hazırlanır. Tahtanın önünde sandalyeler halka şeklinde dizilir.
- Drama lideri tahtaya alt alta şu sıfatları yazar: Çekingen, sosyal, çok akıllı, duygusal, boyun eğen, hükmeden, ihtiyatlı, coşkulu, vicdanlı, kuşkucu, pratik, rahat, gergin, pratik, hayalci, kırılgan, dayanıklı, güvenilir, hayalperest, soğukkanlı, kibar, kaba, açık sözlü.
- Drama lideri sıfatları yazdıktan sonra sıra ile her bir sıfat için "Sizce hangi arkadaşınız ya da arkadaşlarınız bu sıfata uygun özellikler taşıyor?" diyerek oyunu başlatır.
- Sıra ile söz hakkı verilir. Katılımcının önerdiği ad, sıfatın karşısına yazılır.
- Kişi ismi yazıldıktan sonra adı yazılan kişi ya da kişiler ismini veren kişilere niçin bu şekilde düşündüğünü sorar.
- Sıfatın karşısına adı yazılan kişi arkadaşlarının değerlendirmelerini dinledikten sonra kendisini bu yeni bakış açılarıyla değerlendirir ve açıklar.
- Yazılan sıfatlar tamamlanıncaya kadar oyun devam eder.

Dikkat: Bu oyunda amaç karşımızdaki kişilerin bizim hakkımızdaki izlenimlerini öğrenmek ve bizim kendimizi ve birbirimizi farklı açılardan görüp tanımamızı sağlamaktır. Sıfatlara yazılan isimlerin kendilerini gücenmiş hissetmemeleri için yaklaşımımızda nazik olmayı unutmamalıyız. Bizim için seçilen sıfatlar karşısında kendimizi kötü hissetmemeliyiz. Bu nedenle oluşacak itirazlar vb. için tartışmaya girmeyiniz.

UYGULAMA FAALİYETİ 5.6.2

ÖYKÜYÜ TAMAMLA

Amaç: Drama aracılığıyla dinleme ve iletişim yolu ile kaynaşmayı güçlendirmek, birlikte uyum içinde çalışabilmek

Kullanılacak araç gereçler: Kişi sayısı kadar sandalye, kâğıt ve kalem, fotokopi makinesi

Oyunun Aşamaları:

- Mekân drama çalışması için hazırlanır. Sandalyeler halka şeklinde dizilir.
- Katılımcılardan bir kişi yazman olarak seçilir.
- Drama lideri "Bir varmış bir yokmuş. Günün birinde bir okulda kendini çok ama çok yalnız hisseden bir çocuk varmış." diyerek oyunu başlatır.
- Katılımcılar sıra ile öyküyü bir -iki cümle ile devam ettirir.
- Öyküyü halka boyunca herkesin katkıda bulunduğu bir şekilde ilerletirler.
- Bu arada yazman seçilen katılımcı öyküyü kâğıda yazar.
- Öykü bittikten sonra yazman öyküyü okur. Drama lideri önderliğinde öykü üzerinde değerlendirmeler yapılır.
- Çalışma sonrasında yazman tarafından kâğıda aktarılan öykü katılımcılar tarafından paraflanır.
- Kâğıdın katılımcı sayısı kadar fotokopisi çekilir ve katılımcılara hatıra olarak dağıtılır.

Dikkat: Burada amaç, öykünün başlangıcına dikkat edilerek öykünün farklı kişilerce ilerletilmesidir. Empati kurarak, hayal gücünü kullanarak katkıda bulunmak, sulu şakalardan kaçınmak oyunun gidişatı için etkili olacaktır.

NOT: Öykünün başlangıcı çeşitli durumlara göre değiştirilebilir. "Bir varmış bir yokmuş. Günün birinde bir okulda çok ama çok korkak/çok ama çok sinirli/çok ama çok sosyal bir çocuk varmış." şeklinde örnekler kullanabilirsiniz.

UYGULAMA FAALİYETİ 5.6.3

KİM AKILLI KİM DELİ?

Teknik: Doğaçlama/Canlandırma

Amaç: Drama aracılığıyla kaynaşma yolu ile iletişimi güçlendirmek

Kullanılacak araç gereçler: Kâğıt ve kalem, gözlük, 2 adet boyna asılan isimlik, fular, mini not defteri ve kalem, beyaz önlük

Oyunun Aşamaları:

- Mekân drama çalışması için hazırlanır. Bu oyunda mekân için sınıfınızı kullanabilirsiniz.
- Bu çalışma canlandırma çalışmasıdır. Canlandırılacak karakterler; bir dedektif, bir psikolog, bir deli ve çeşitli kişilik özelliklerine sahip birçok karakterdir.
- Önce dedektif ve psikolog olacak kişiler belirlenir.
- Dedektif boynuna dedektif yazılı bir isimlik takar ve not defteri ve kalemi vardır.
- Psikolog ise gözlük takar, boyuna da psikolog yazılı isimliği asar ve fularını takar.
- Diğer katılımcılar için katılımcı sayısı kadar hazırlanmış ve katlanmış olan ve üzerinde çeşitli kişilik tipleri ile bir delinin yer verildiği not kâğıtlarını sıra ile gözü kapalı olarak seçer.
- Katılımcı seçtiği kâğıttaki kişilik tipine uygun role girer. Burada verilen rolleri biraz abartarak oynamak gereklidir.
- Yukarıdaki hazırlıklar tamamlandıktan sonra oyun başlar. Oyun yanlışlıkla tımarhaneden kaçıp okula saklanmış bir delinin bulunması konusu üzerinde ilerler.
- Dedektif ve psikolog her bir sırada tek tek oturan öğrencilerle teker teker görüşürler ve çeşitli sorular sorarak, hangisinin tımarhaneden kaçan deli olduğunu bulmaya çalışırlar.
- Dedektif ve psikolog rollerine uygun şekilde soruşturma yaparken, görüşmecinin rolüne uygun olarak sorulan sorulara cevap vermesi gereklidir.
- Dedektif ve psikolog çeşitli sorular sorsa da deliyi yakalamak için ellerinde bir ipucu vardır. Bu nedenle görüşmecilere en son şu soruyu sorarlar: “Sütü kim içti?”. Çünkü yalnızca deli bu soruyu “miyav” diyerek cevaplayacaktır.

Dikkat: Bu oyunda amaç çeşitli abartılı ve zor diye tanımlanan kişiler arasında gerçek deliyi bulmaktır. Oyun esnasında herkesin rolünü abartarak ama yine de gerçekçi bir şekilde oynaması gereklidir.

Dikkat: Not kâğıtları aşağıdaki örneklerdeki gibi drama lideri tarafından hazırlanır. Öğrendiğimiz zor kişilik tiplerini burada kullanabiliriz.

BAĞIMLI	A TİPİ	PASİF AGRESİF	DELİ
Özgüvensiz ve kendinden emin olmakta zorlanan birisin.	Aşırı titiz ve rekabetçi bir kişiliksin.	İsyankâr ve kaba konuşan bir kişiliksin.	Sürpriz! Deli’miz sensin. Kendini kedi sanıyorsun. Biri süt demediği sürece yakalanmazsın.

UYGULAMA FAALİYETİ 5.6.3

KÖR KAHRAMAN

Teknik: Konsantrasyon Oyunları

Amaç: Drama yöntemi ile bireysel konsantrasyonu ve grup içi güveni artırarak başarıya ulaşmak

Kullanılacak araç gereçler: 2 adet baston, 2 adet göz bandı, 2 adet kask, altın (başka bir renk de seçilebilir) rengi bir rozet, skor kaydetmek için tahta ve kalem

Oyunun Aşamaları:

- Mekân drama çalışması için hazırlanır. Bu oyunda mekân merdiven ve okulun çeşitli alanlarıdır.
- Drama grubu iki takım haline ayrılır.
- Her takım gruplarından birer kişi seçer.
- Grubun seçtiği kişiler "Kör Kahraman" olacaklardır. Kör kahramanlar göz bandını takarlar, başlarına kask geçirirler ve bastonu ellerine alırlar.
- Her grup merdiven başında yerlerini alır. Kör kahramanlar merdivenin ilk basamağına çıkarılır. Diğer grup üyeleri Kör Kahramanın arkasında yer alır.
- Drama lideri kör Kahramanlara gitmeleri gereken hedefi verir. "Evet, kahramanlar hedefiniz sınıfınız! Konsantre olun ve baston yardımıyla sınıfınıza kadar gidin ve kendi sıranıza oturun!" der.
- Kör Kahramanlar baston yardımıyla dikkatlice odaklanarak sınıfa ulaşmaya çalışır.
- Kör Kahramanın düşme, ayağı takılma vb. durumlarda arkasında onu bekleyen arkadaşlarının güvenini hisseder ve grubunun başarılı olması için dikkatini toplamaya ihtiyacı olduğunu bilir.
- İçgüdüleri, dikkati ve arkadaşlarına olan güveni sayesinde hedefe ilk varan kahraman bir yıldız kazanır.
- Oyunda takımın bütün oyuncularının Kör Kahraman rolüne girmesi gereklidir.
- Her değişen kahraman için varılacak hedef değiştirilebilir. Onlara lavaboya gidip ellerini yıkamaları, bahçeye gidip banka oturmaları ya da kantine gidip su almaları söylenebilir.
- Oyun sonunda en çok yıldızı alan grup rozeti kazanır.
- Oyun sonunda drama lideri önderliğinde oyunun değerlendirilmesi, duyguların paylaşılması oldukça faydalı olacaktır.

Dikkat: Bu oyunda oluşabilecek kazalarına karşı güvenlik önlemlerinin alınması gerekir. Oyunculara kask vb. takılmalıdır. Ayrıca grubun diğer üyeleri kör kahramanlarının kafasının karışmasına, telaşa kapılmasına izin vermemek için sakin ve sessiz olmalıdırlar.

NOT: Bu oyun ayrıca görme engelli bireylerle empati kurabilme becerisi yaratır. Oyunu oynarken bu empatiyi hissetmeye çalışınız.

SIRA SİZDE

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
		O				Ü	Ğ				Ş		L	N		Z

Yukarıda sayılarla tanımlanmış harfleri boş kutulara yerleştirdiğinizde karşınıza bir alıntı çıkacaktır. Tanımlanmamış harfleri de siz bulun. Etkinliği bitirdikten sonra alıntıyı yazın ve anlamını sınıfta tartışınız.

10	3	8	1	2	14	2	16

4	3	15	4	2	17	14	2	8	2	15

11	7	15	9	12	5	10	5	1

15	6	4	13	14

3	14	4	6

10	3	8	6	1

ÖLÇME DEĞERLENDİRME 5.6

A) Aşağıda verilen cümlelerin başındaki boşluğa cümle doğru ise (D) yanlış ise (Y) yazınız.

1. (____) Saplantılı kişilikler, çoğunlukla, sonucu etkileyecek kadar, ayrıntılara, prosedürlere, düzenlemelere ve sıralamalara aşırı derecede dikkat ederler.
2. (____) Narsist kişilikler, kendilerinin değersiz olduklarını düşünür.
3. (____) Oyuncu kişilikler başkalarının dikkatini çekmeye çalışır, bulunduğu ortamda ilgi odağı olmak ister.
4. (____) Kaygılı kişilikler kendileri ve yakınları için, günlük yaşamın tehlikelerine karşı çok yoğun ve sıkça endişe duyarlar.
5. (____) Zor kişilikli insanlar bazı karakter özellikleri çok belirgin ya da katılaşmış, durumlara uyum sağlayamayan, kendisi ya da başkaları için ya da her iki taraf için ıstıraba neden olan kişilerdir.
6. (____) Çevresel faktörler, bireyin doğuştan elde ettiği fiziki yapı, cinsiyet, güzellik, kas ve refleks kapasitesi, enerji düzeyi, biyolojik ritim gibi anne babadan devralınan biyolojik, fizyolojik ve psikolojik özelliklerdir.
7. (____) Kişilik, insanların kendilerini ve diğerlerini nasıl gördüklerini ve değerlendirdiklerini, diğerlerini nasıl etkilediklerini, iç ve dış ölçülebilir özelliklerinin neler olduğunu ve birey-durum etkileşiminin nasıl gerçekleştiğini açıklayan bir kavramdır.
8. (____) Bağımlı kişiliklere yardımcı olabilmek için onların girişimlerini desteklemek, başarısızlıklarını önemsememesi için ona yardım etmek gibi teknikleri kullanabiliriz.
9. (____) Pasif-agresif kişilikler ile baş etmek için; onun dikkatini olumlu şeylere yönlendirmek, neşeli etkinlikler düzenlemek, onu dikkate aldığını göstermek, onu azarlamamak gereklidir.
10. (____) A tipi özen ve kesinliğe düşkün, en basit oyunlar da dahi kendisini yarışmak zorunda hisseden rekabetçi kişiliktir.

ÖLÇME DEĞERLENDİRME 5.6

Aşağıda verilen açık uçlu soruları defterinize yazarak cevaplayınız.

1. Kişilik kavramını açıklayınız.
2. Kişiliği etkileyen faktörleri şema çizerek gösteriniz.
3. Zor kişilik ne demektir? Açıklayınız.
4. Kaygılı kişilik tiplerinin genel özellikleri nelerdir?
5. Oyuncu kişiliklerle nasıl baş edildiğini yazınız.
6. Saplantılı kişiliklerle nasıl baş edildiğini yazınız.
7. Narsist kişilik tipinin genel özellikleri nelerdir?
8. İçe kapanık kişilik tipinin genel özellikleri nelerdir?
9. A tipi kişilik tipinin genel özellikleri nelerdir?

ALINTILAR

- [1.1]. Işık, M. (2016). *Genel ve Teknik İletişim*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- [1.2]. Mısırlı, İ. (2017). *Genel ve Teknik İletişim*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [1.3]. Güven, B. (2016).*İletişim Kavramı ve İletişim Sürecinin Temel Öğeleri*. B. Güven(Ed.), *Etkili İletişim.* (2. Baskı). (s.23-51). Ankara: Pegem.
- [1.4]. Aziz, A. (2016). *İletişime Giriş.* (Genişletilmiş 5. Basım). İstanbul: Hiperlink.
- [1.5]. Zıllıoğlu, M. (2010). İletişim Nedir?. (4. Basım). İstanbul: Cem Yayınevi.
- [1.6]. Doğan, A. (2017).*İletişim Kavramı ve Süreci*. Doğan(Ed.), A. *İletişime giriş.* (s. 4-22). https://icerik.ataaof.edu.tr/?d=iletisimegiris (Erişim tarihi:11.05.2020- Saat: 10.00).
- [1.7]. Işık, M. (2018). İletişim Bilimine Giriş. (2. Baskı). Konya: Eğitim Yayınevi.
- [1.8]. Cüceloğlu, D. (2016). İnsan İnsana. (53. Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- [2.1]. Cihangir-Çankaya, Z. (2011). *Ki*şilerarası İletişimde Dinleme Becerisi. (2. Baskı).*(s.11-19).* Ankara: Nobel Kitap.
- [2.2]. Sezer, N. (2010). *Etkili İletişim Becerileri*. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.
- [2.3]. Gürüz, D. & Eğinli, A. (2008). *İletişim Becerileri*. (s.29). Ankara: Nobel.
- [2.4]. Cüceloğlu, D.(2002). *Yeniden İnsan İnsana.* (27. Baskı). (s.165, 169, 170). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- [2.5]. Voltan Acar, N. (2019). İnsan İlişkileri İletişim. (8. Baskı). (s.7). Ankara: Nobel.
- [2.6]. Gürgen, H. (1997). *Örgütlerde İletişim Kalitesi.* (s.139-140). İstanbul: Der Yayınları.
- [2.7]. Koç, S. (2004). İletişimde Ustalaşmak. (s.60-61). İstanbul: Kuraldışı Yayıncılık.
- [2.8]. Dökmen, Ü. (2005). İletişim Çatışmaları Ve Empati. (31. Baskı). (S.162).Sistem Yayıncılık.
- [2.9].(TDK,http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDKGTS.55ad25ee159fd7.27555211).
- [2.10]. Boztepe Taşkıran, H. (2016). *Algı Yönetimi.* (s.16-22.57-59). İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.
- [2.11]. Odabaşı, Y &B.F. (2005). Tüketici Davranışı. (5. Baskı). (s.128-129). İstanbul: Mediacat Kitapları.
- [2.12]. Eren, E. (2007). Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi. (10.Baskı). (s.69-71). İstanbul: Beta Basım.
- [2.13]. Topsümer, F., Elden, M. ve Yurdakul, N. (2009). *Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle*. (5. Baskı). (s.112-113). İstanbul: İletişim Yayınları.
- [2.14]. İnceoğlu, M. (2010). *Tutum Algı İletişim*. (5.Baskı). (s.79). İstanbul: Beykent Üniversitesi Yayınevi.
- [2.15]. Kılıç, S. (2016). İşim İletişim. (s. 58). Ankara: Gazi Kitabevi.
- [2.16]. Gordon, T. (2019). *Etkili Öğretmenlik Eğitimi.* (10. Baskı). İstanbul: Profil Kitap.
- [3.1]. Dökmen, Ü. (2005). *İletişim Çatışmaları ve Empati.* (31.Baskı). İstanbul. Sistem Yayıncılık.
- [3.2]. Işık, M. (2018). *İletişim Bilimine Giriş.* (2.Baskı). Konya: Eğitim Yayınevi.
- [3.3]. Aziz, A. (2016). *İletişime Giriş*. (5.Baskı). İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- [3.4]. Güngör, N. (2018). *İletişime Giriş.* (5.Baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- [3.5]. Akçagöz, H. (2017). *Çalışan Kadınların, Benlik Kavramı ile Depresyon Durumunun İncelenmesi Benlik Kavramı*

ve İdeal Benlik Kavramı Arasındaki Fark İle Depresyon Durumunun Değişkenler Açısından Belirlenmesi. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Klinik Psikoloji Anabilim Dalı (Yüksek Lisans). (Erişim adresi:https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp

- [3.6]. Kağıtçıbaşı, Ç., Cemalcılar, Z. (2014). *İnsan ve İnsanlar*. (16.Basım). İstanbul: Evrim Yay.
- [3.7]. Tekke, M., Coşkun, M. (2019). *Kendini Tanıma, Kendini Gerçekleştirme, Kendini Aşmışlık ve Potansiyelini Tam Kullanan Kişi: Kişilerarası İletişim*. Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 18. Sayı 70. (s.790-797). Elektronik Dergi. https://dergipark.org.tr/tr/pub/esosder/issue/43078/454355
- [3.8]. Karapınar, D. P. (2020). *İkna ve İkna Psikolojisi*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayını.
- [3.9]. Seki, Ö. (2017). *İkna Edici İletişim Açısından Korku Çekiciliği Kullanımı: Sağlık Bakanlığı Tarafından Yayınlanan Kamu Spotları Örneği.* Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı (Yüksek Lisans). Erişim adresi:https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp
- [3.10]. Kılınç, B., Eriş, U. (2018). *İletişim Bilgisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayını.
- [3.11]. Aktaş, M. (2013). *İletişimde Hedef Kitle*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayını.
- [3.12]. Erdoğan, İ., Korkmaz, A. (2002). *Öteki Kuram*. Ankara: Erk Yayınları.
- [3.13]. Işık, M. (2006). *Genel ve Teknik İletişim*. (5.Baskı). Konya: Eğitim Yayınevi.
- [3.14].www.trthaber.com/haber/dunya/dunyadaki-6-bin-dilin-yuzde-43u-yok-olma-tehlikesi-altinda-405699.html
- [3.15].İşcan, Ö.F. (2012). *Davranış Bilimleri*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayını.
- [3.16]. www.artvin.mem.gov.tr
- [3.17]. Türk, F. (2013). *Akran Arabuluculuk Eğitiminin Lise Öğrencilerinin Arabuluculuk Becerilerine Etkisinin İncelenmesi*: Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri ABD Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Programı (Doktora Tezi). Erişim adresi:https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp
- [3.18]. Can, N. (2012). *Sosyoloji*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayını.
- [3.19]. Ünlü, S. (2020). *Örgütsel İletişim*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayını.
- [4.1]. Zengin, H. (2020).Tüketici Davranışları. F. B. Çam (Ed.), *Tüketici davranışları*. (s.4-23) Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayını. https://icerik. ataaof.edu.t /?d= tuketicidavranislari
- [4.2]. Gültekin, B.,Kement, Ü. (2018). *Müşteri İlişkileri Yönetimi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- [4.3]. Geçikli, F. (2017). Halkla İlişkilerin Kavramsal Çerçevesi ve Kapsamı. F. Geçikli (Ed.), *Halkla ilişkiler*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını. https://icerik.ataaof.edu.tr/?d=halklailiskiler
- [5.1]. San, İ. (2018*), Yaratıcı Drama ve Müze Sanatlar Eğitimi*. İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- [5.2]. Adıgüzel, Ömer. (2018*), Eğitimde Yaratıcı Drama*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- [5.3]. Akoğuz, A., Akoğuz, M. (2016). *Yaratıcı Drama Etkinlikleri*. (4.Baskı). İstanbul: Final Kültür Sanat Yayınları.
- [5.4]. Sezgin, B. (2015). *Oyun-Tiyatro-Drama İlişkisi Kuram ve Uygulama*. İstanbul: Bgst Yayınları.
- [5.5]. Oruç, K. (2013). *Drama ve Okul Tiyatrosu-Okul Öncesinden Üniversiteye*. İstanbul: Mitos-Boyut Yayınları.
- [5.6]. Cüceloğlu, D. (2004*). İnsan ve Davranışı*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- [5.7]. Baltaş, Z., Baltaş, A. (2016). *Stres ve Başa Çıkma Yolları*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- [5.8]. Özer, A. K. (1994). *Sürekli Öfke ve Öfke İfade Tarzı Ölçekleri Ön Çalışması*. Türk Psikoloji Dergisi. 9 (31), 26-3.
- [5.9]. Soykan, Ç. (2003). *Öfke ve Öfke Yönetimi*. Kriz Dergisi. 11(2), 19-27.

- [5.10]. Şahin KıralpF.S. (2013). *Öfke Yönetimi Becerileri Programının İlköğretim 2.Kademe. Öğrencilerinin Öfke Düzeylerine Etkisi*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Programı Doktora Tezi.
- [5.11]. Borba, M. (2015). *Çocuk Terbiyesi-38 Zor Davranış ve Bunları Engellemenin Yolları*. Ankara: Hyb Yayıncılık.
- 5.12]. Güven, B. (2016). *Etkili İletişim*. Ankara: Pegem Akademi.
- [5.13]. Tezcan, M. (1982). *Sosyolojik Açıdan Boş Zamanların Değerlendirilmesi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları.
- [5.14]. Açıkalın, A. (1998). *Toplumsal, Kurumsal ve Teknik Yönleriyle Okul Yöneticiliği*. (4. Basım). Ankara: Pegem.
- [5.15]. Ardıç, C. (2010). *Zaman Yönetimi ve Zaman Yönetiminde Dönüştürücü Liderlerin Davranışlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma.* Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İnsan Kaynakları Yönetimi Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- [5.16]. Güçlü, N. (2001). *Zaman Yönetimi.* Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi. 106:25.
- [5.17]. Akgemci, T., Çelik, A., Aydoğan, E., Akatay, A. (2003). *Zaman Yönetimi ve Yönetsel Zamanda Etkinlik*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- [5.18]. Covey, S.R., Merrıll, R.R. ve Merrıll, A.R. (2017). *Önemli İşlere Öncelik*. İstanbul: Varlık Yayınları. [5.19].
- [5.19]. Lelord, F. ve Andre, C. (2019).*"Zor Kişilik" lerle Yaşamak.* İstanbul: İletişim Yayınları.

GENEL AĞ ADRESLERİ

- https://degerler.org/materyal/kanaatkarlik/lise-9-12/drama
- www.artvin.mem.gov.tr
- www.degerler.org
- www.dergipark.org.tr
- www.tdk.gov.tr
- www.trthaber.com/haber/dunya/dunyadaki-6-bin-dilin-yuzde-43u-yok-olma-tehlikesi altinda405699.html
- www.tuik.gov.tr
- Https://Degerler.Org/Materyal-İndir/Sevgi/Ortaokul-7-8/Calisma-Kagidi/Degerli-Bulmaca
- https://ets.anadolu.edu.tr/storage/nfs/ILT107U-Y/ebook/ILT107U-Y-16V1S1-8-0-0-SV1-ebook.pdf (Erişim tarihi: 11.05.2020- Saat: 11.00)
- https://ets.anadolu.edu.tr/storage/nfs/ILT107U-Y/ebook/ILT107U-Y-16V1S1-8-0-0-SV1-ebook.pdf (Erişim tarihi:11.05.2020- Saat: 12.00)
- https://mevlana-sozleri.de/ (Erişim tarihi:13.05.2020- Saat: 11.00)
- https://secmehikayeler.com/egitici-hikayeler/700-yillik-altin-ogut.html
- (Erişim tarihi:13.05.2020- Saat: 11.00)
- https://www.degerler.org/materyal-indir/hosgoru/lise-9-12/drama/otobuste-hosgoru (Erişim tarihi:12.05.2020- Saat: 11.00)
- www.artvin.mem.gov.trhttps://sozluk.gov.tr/ (Erişim tarihi : 12.05.2020- Saat: 11.00)

GENEL KAYNAKÇA

- Açıkalın, A. (1998). Toplumsal, Kurumsal ve Teknik Yönleriyle Okul Yöneticiliği. (4. Basım). Ankara: Pegem.
- Adıgüzel, Ömer. (2018). Eğitimde Yaratıcı Drama. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Akçagöz, H. (2017). Çalışan Kadınların, Benlik Kavramı ile Depresyon Durumunun İncelenmesi Benlik Kavramı ve İdeal Benlik Kavramı Arasındaki Fark ile Depresyon Durumunun Değişkenler Açısından Belirlenmesi. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Klinik Psikoloji Anabilim Dalı (Yüksek Lisans). (Erişim adresi:https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp)
- Akgemci, T., Çelik, A., Aydoğan, E. ve Akatay, A. (2003). Zaman Yönetimi ve Yönetsel Zamanda Etkinlik. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Akoğuz, A., Akoğuz,M. (2016). Yaratıcı Drama Etkinlikleri. (4.Baskı). İstanbul: Final Kültür Sanat Yayınları.
- Aktaş, M. (2013). İletişimde Hedef Kitle. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayını.
- Alkan, V. (2016). İletişim Türleri. B. Güven (Ed.), Etkili iletişim. (2. Baskı). (s.23-51). Ankara: Pegem.
- Ardıç, C. (2010). Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İnsan Kaynakları Yönetimi Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Arkonaç, S. (2005). Psikoloji Zihin Süreçleri Bilimi. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Ataner, Y. (2009). Etkili İletişim Eğitimi. İstanbul: Yıldırım Dil Yayımcılık.
- Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi. (2020). Çocuk ve Drama. Erişim adresi: https://icerik.ataaof.edu.tr/?d=cocukvedrama(Erişim tarihi: 30.06.2020 -Erişim saati: 10.46).
- Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi. (2020). Davranış Bilimleri. Erişim adresi: https://icerik.ataaof.edu.tr/?d=davranisbilimleri(Erişim tarihi: 30.06.2020-Erişim saati: 10.47).
- Atik, A. (2017). İletişime Giriş. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayını.
- Aziz, A. (1994). Araştırma Yöntemleri-Teknikleri ve İletişim. (Genişletilmiş 2.Baskı). Ankara: Turhan Kitabevi.
- Aziz, A. (2016). İletişime Giriş. (5.Baskı). İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Azizağaoğlu, A. (2020).Tüketici Yandaşlığı, Tüketici Hak ve Sorumluluğu. F. B. Çam(Ed.),Tüketici Davranışları. (s.251-274). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayını.
- Baltaş, Z.,Baltaş A. (2016). Stres Ve Başa Çıkma Yolları. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Barutçugil, İ. (2009). Müşteri İlişkileri ve Satış Yönetimi. İstanbul: Kariyer Yayıncılık.
- Borba, M. (2015). Çocuk Terbiyesi-38 Zor Davranış ve Bunları Engellemenin Yolları. Ankara: Hyb Yayıncılık.
- Boztepe Taşkıran, H. (2016). Algı Yönetimi. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi. Erişim Adresi:http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/kok/algiyonetimi.pdf (16-22,57-59).
- Burns, D. (2017). İyi Hissetmek-Yeni Duygudurum Tedavisi. İstanbul: Psikonet Yayınları.
- Can, N. (2012). Sosyoloji. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayını.
- Cihangir-Çankaya, Z. (2011). Kişilerarası İletişimde Dinleme Becerisi. (2. Baskı). Ankara: Nobel Kitap.
- Covey, S.R., Merrıll, R.R. ve Merrıll, A.R. (2017). Önemli İşlere Öncelik. İstanbul: Varlık Yayınları.
- Cüceloğlu, D. (2002). İletişim Donanımları. (2.Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Cüceloğlu, D. (2004). İnsan ve Davranışı. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Cüceloğlu, D. (2016). İnsan İnsana. (53. Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.

- Cüceloğlu, D. (2018). Öğretmenim Bir Bakar mısın?. (1. Baskı). İstanbul: Final Yayınları.
- Cüceloğlu, D. (2002). Yeniden İnsan İnsana. (27. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Demirel, Y. (2020). Müşterilerle İletişim ve Değer Yaratmak. S. Ünal (Ed.), Müşteri İlişkileri Yönetimi. (s.116-147). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayını. https://icerik.ataaof.edu.tr/?d=musteriliskileriyonetimi
- Demirel, Y. (2017). Müşteri İlişkileri Yönetimi. (3. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Doğan, A. (2017). İletişim Kavramı ve Süreci. A. Doğan (Ed.), İletişime Giriş (s.4-22). https://icerik.ataaof.edu.tr/?d=iletisimegiris (Erişim tarihi: 11.05.2020- Saat: 10.00).
- Dökmen, Ü. (2005). İletişim Çatışmaları ve Empati. (31. Baskı). Sistem Yayıncılık.
- Dökmen, Ü. (2008). Sanatta ve Günlük Yaşamda İletişim Çatışmaları ve Empati. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Erdal, G. (2015). İletişim ve Tipografi. (1. Baskı). İstanbul: Hayalperest Yayınevi.
- Erdem, O. (2013). Etkili ve Başarılı İletişimin Sırları. (30.Baskı). İstanbul: Yakamoz Kitap.
- Erdoğan, İ. (2011). İletişimi Anlamak. (4.Baskı). Ankara: Pozitif Matbaacılık.
- Erdoğan,İ. ,Korkmaz, A. (2002). Öteki Kuram. Ankara: Erk Yayınları.
- Eren, E. (2007). Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi. (10. Baskı). İstanbul: Beta Basım.
- Ergin, A. (2020). Eğitimde Etkili İletişim. (8.Baskı). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Eriş, U. (2018). Sözel İletişim. B. Kılıç ve U. Eriş (Ed.), İletişim bilgisi. (s. 19-38). Eskişehir: Açık öğretim Fakültesi Yayınlarıhttps://ets.anadolu.edu.tr/storage/nfs/ILT107U-Y/ebook/ILT107U-Y-16V1S1-8-0-0-SV1-ebook.pdf
- Eriş, U. (2018). Sözsüz İletişim. B. Kılıç ve U. Eriş (Ed.), İletişim Bilgisi. (s. 49-64). Eskişehir: Açık öğretim Fakültesi Yayınlarıhttps://ets.anadolu.edu.tr/storage/nfs/ILT107U-Y/ebook/ILT107U-Y-16V1S1-8-0-0-SV1-ebook.pdf
- Eriş, U. (2012). İletişim Bilgisi. E. N. Orhon(Ed.), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayını.
- Eroğlu, E. (2015). Etkili İletişim Teknikleri. Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi.
- Ertürk, Y.D. (2010). Davranış Bilimleri. (3. Baskı). İstanbul: Kutup Yıldızı Yayınları.
- Ertürk, Y. D. (2010). Kişiler Arası İletişim. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Lisans Programı. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.
- Geçikli, F. (2017). Halkla İlişkilerin Kavramsal Çerçevesi ve Kapsamı. Geçikli (Ed.), F. Halkla İlişkiler. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayını. https://icerik.ataaof.edu.tr/?d=halklailiskiler
- Gordon, T. (2019). Etkili Öğretmenlik Eğitimi. (10. Baskı). İstanbul: Profil Kitap.
- Gökdağ, R. (2016). Kişilerarası İletişim. Eskişehir: Sınırsız Kitap.
- Gökdağ, R. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Uyku Öncesi İçsel İletişim Konuları. 4(2), 32-43. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/
- Güçlü, N. (2001). Zaman Yönetimi. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi. 106(25), 87-100.
- Gültekin, B. ve Kement, Ü. (2018). Müşteri İlişkileri Yönetimi. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Güneş, A. (2013). Kil Tabletlerden Elektronik Tabletlere: İletişim Araçlarının Tarihsel Gelişim Süreci. DergiPark(277) https://dergipark.org.tr/tr/pub/nwsahuman/issue/19922/213212(Erişim tarihi:14.05.2020- Saat: 15.00).
- Güney, S. (2001). Yönetim ve Organizasyon. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Güngör, N. (2018). İletişime Giriş. (5.Baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Gürgen, H. (1997). Örgütlerde İletişim Kalitesi. İstanbul: Der Yayınları.

- Gürüz, D., Eğinli A. (2008). İletişim Becerileri. Ankara: Nobel.
- Güven, B. (2016). İletişim Kavramı ve İletişim Sürecinin Temel Öğeleri. Güven (Ed.), B. Etkili İletişim.(s. 23-51). (2. Baskı). Ankara: Pegem.
- Güven, B. (2016). Etkili İletişim. Ankara: Pegem Akademi.
- Güven, S. (1996). Toplumbiliminde Araştırma Yöntemleri. Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.
- Hukuk Uyuşmazlıklarında Arabuluculuk Kanunu Kanun Numarası: 6325 Madde 2-b
- Işık, M. (2016). Genel ve Teknik İletişim. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Işık, M. (2018). İletişim Bilimine Giriş. (2. Baskı). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Işık, M. (2018). İletişim ve Etik. (4. Baskı). Konya: Eğitim Yayınevi.
- İnceoğlu, M. (2010). Tutum Algı İletişim. (5.Baskı). İstanbul: Beykent Üniversitesi Yayınevi.
- İşcan, Ö.F. (2012). Davranış Bilimleri. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayını.
- Kağıtçıbaşı, Ç., Cemalcılar, Z. (2014). İnsan ve İnsanlar. (16.Basım). İstanbul: Evrim Yay.
- Karapınar, D. P. (2020). İkna ve İkna Psikolojisi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayını.
- Karcı, Y. (2011). İletişim Meslek Lisesi Öğrencilerinin Empatik İletişim Beceri Düzeylerinin İncelenmesi. (Ankara İl Örneği) Selçuk İletişim, 6 (2011): 156
- Kayador, V. (2000). Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Radyo ve Kamusal Radyoculuk. 11(11), 131-142. Erişim adresi: www.dergipark.org.tr
- Kazan, H. (2016). Bilimsel Araştırma Teknikleri. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.
- Kılıç, B. (2018). İletişime Giriş. B. Kılıç, ve U. Eriş (Ed.), İletişim Bilgisi. (s.58). https://ets.anadolu.edu.tr/storage/nfs/ILT107U-Y/ebook/ILT107U-Y-16V1S1-8-0-0-SV1-ebook.pdf (Erişim tarihi: 11.05.2020- saat: 11.00).
- Kılıç, S. (2016). İşim İletişim. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Kılınç, B., Eriş, U. (2018). İletişim Bilgisi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayını.
- Koç, S. (2004). İletişimde Ustalaşmak. İstanbul: Kuraldışı Yayıncılık
- Küçükalkan, Y. (2017). İletişim Türleri. A. Doğan (Ed.), İletişime giriş. (s. 57-63).https://icerik.ataaof.edu.tr/?d=iletisimegiris (Erişim tarihi: 11.05.2020- Saat: 10.00).
- Küçükaslan, N. (2014). Etkili İletişim Teknikleri. Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları.
- Küçükvardar, M. (2019). Bilişim Çağında Teknoloji Bağımlılığı ve Dijital İstila Üzerine Bir Araştırma. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Bilişim Bilim Dalı (Doktora Tezi). Erişim adresi: https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp
- Lelord, F., Andre, C. (2019). “Zor Kişilik” lerle Yaşamak. İstanbul: İletişim Yayınları.
- MEB 2020 Mesleki ve Teknik Ortaöğretim Kurumları Halkla İlişkiler ve İletişim Dersi Çerçeve Öğretim Programı
- Meyvacıoğlu, Y.K. (2019). Benlik Ve İdeal Benlik Kavramlarının "Tercih Edilen Meslek" Kavramı ile İlişkisi. 16(1), 1-10. Erişim adresi: www.dergipark.org.tr
- Mısırlı, İ. (2017). Genel ve Teknik İletişim. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Odabaşı, Y &B.F. (2005). Tüketici Davranışı. (5. Baskı). İstanbul: Mediacat Kitapları.
- Orta, Z. A. (2009). Etkili İletişim Sürecinde Kişiler Arası İletişim ve Yaratıcı Drama Uygulama Örneği. İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimle Enstitüsü İletişim Sanatları ABD (Yüksek Lisans) Erişim adresi: https://openaccess.iku.edu.tr/bitstream/handle/11413/515/

- Oruç, K. (2013). Drama ve Okul Tiyatrosu-Okul Öncesinden Üniversiteye. İstanbul: Mitos-Boyut Yayınları.
- Oskay, Ü. (2019). İletişimin ABC'si. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Özdemir, A. (2012). Beden Dili, Etkili İletişim, Etkili Konuşma. (3. Baskı). Ankara: Altınpost Yayınları.
- Özer, A. K. (1994). Sürekli Öfke ve Öfke İfade Tarzı Ölçekleri Ön Çalışması. Türk Psikoloji Dergisi. 9 (31), 26-3.
- Özer, K. (1995). İletişim-sizlik Becerisi. İstanbul: Varlık Yayınları.
- San, İ. (2018). Yaratıcı Drama ve Müze Sanatlar Eğitimi. İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- Seki, Ö. (2017). İkna Edici İletişim Açısından Korku Çekiciliği Kullanımı: Sağlık Bakanlığı Tarafından Yayınlanan Kamu Spotları Örneği. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı (Yüksek Lisans).
- Sezer, N. (2010). Etkili İletişim Becerileri. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.
- Sezgin, B. (2015). Oyun-Tiyatro-Drama İlişkisi Kuram ve Uygulama. İstanbul: Bgst Yayınları.
- Smith, H. W. (1998). Hayat ve Zamanı Yönetmenin 10 Doğal Yasası. (Çev. A. Çelebi). İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Soykan, Ç. (2003). Öfke ve Öfke Yönetimi. Kriz Dergisi. 11(2), 19-27.
- ŞahinKıralp, F.S. (2013).Öfke Yönetimi Becerileri Programının İlköğretim 2. kademe Öğrencilerinin Öfke Düzeylerine Etkisi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Programı. Doktora Tezi.
- Tarhan, O. (2012). İletişim Bilgisi. Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi.
- Tekerek, N. (2006). Oyun Kavramından Dramaya, Dramadan Dramatik Eğitime. Tiyatro Araştırmaları Dergisi. 22(2006), 47-73.
- Tekke, M. (2019). Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisinin En Son Düzeyleri: Kendini Gerçekleştirme ve Kendini Aşmışlık. 7(4), 1704-1712. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr
- Tekke, M., Coşkun, M. (2019). Kendini Tanıma, Kendini Gerçekleştirme, Kendini Aşmışlık ve Potansiyelini Tam Kullanan Kişi: Kişilerarası İletişim. Sosyal Bilimler Dergisi, 18(70), 790-797. Elektronik Dergi]. https://dergipark.org.tr/tr/pub/esosder/issue/43078/454355
- Tengilimoğlu, D. ve Öztürk, Y. (2016). İşletmelerde Halkla İlişkiler. (Genişletilmiş 4. Baskı). Ankara: Seçkin yayıncılık.
- Tezcan, M. (1982). Sosyolojik Açıdan Bos Zamanların Değerlendirilmesi. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları.
- Topsümer, F., Elden, M. ve Yurdakul,N. (2009). Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle. (5. Baskı). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Toy, B. (2006). Sanat Eğitimi Alan Ve Almayan 15-17 Yaş Grubundaki Ergenlerin Sosyal Uyumlarının ve Benlik Tasarım Düzeylerinin İncelenmesi. Ankara: Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Türe, G. (2013). Hazırlık Okulu Öğrencilerinin Zaman Yönetimi Becerileri ile Stres Yönetim Becerileri Arasındaki İlişkinin Araştırılması: Yeditepe üniversitesi örneği. İstanbul: T.C. Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Türk, F. (2013). Akran Arabuluculuk Eğitiminin Lise Öğrencilerinin Arabuluculuk Becerilerine Etkisinin İncelenmesi. Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri ABD Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Programı (Doktora Tezi). Erişim adresi: https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp
- Ünal, S. (2020). Müşteri İlişkileri Yönetimi Kavramı, Tanımı, Gelişimi ve Özellikleri. S. Ünal (Ed.), Müşteri ilişkileri yönetimi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayını. https://icerik.ataaof.edu.tr/?d=musteriiliskileriyonetimi
- Ünlü, S. (2020). Örgütsel İletişim. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayını.

- Varol, M. (1993). Örgüt Sosyolojisine Giriş. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.
- Voltan Acar, N. (2019). İnsan İlişkileri İletişim. (8. Baskı). Ankara: Nobel.
- Yaman, E. (2011). İnsan ve İletişim. (3. Baskı). Ankara: Akçağ Yayınları.
- Yeygel Çakır, S. ve Temel Eğinli, A. (2010).Memnun Çalışanlar Memnun Müşteriler. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldırım, A. (2005). Empati ve Çatışmalar. Ankara: Yargı Yayınevi.
- Yıldırım, A. (2009). Etkili İletişim Eğitimi. İstanbul: Yıldırım Dil Yayıncılık.
- Yüzer, T. V. (2003). Bir İletişim Ortamı Olarak İnternet.2(4), 114-120. Erişim Adresi: Dergipark
- Zengin, H. (2020). Tüketici Davranışları F. B. Çam (Ed), Tüketici Davranışları. (s.4-23). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayını. https://icerik. ataaof.edu.t /?d= tuketicidavranislari
- Zıllıoğlu, M. (2010).İletişim Nedir?. (4. Basım). İstanbul: Cem Yayınevi.

GÖRSEL KAYNAKÇA

Shutterstock Sitesinden Telif Hakkı Ödenerek Alınan Görseller

ÖĞRENME BİRİMİ 1

- Görsel kapak fotoğrafı (249160702)
- Görsel 1.1.(169600220)
- Görsel 1.2. (1199834041)
- Görsel 1.3.(210886180)
- Görsel 1.4.(144455317)
- Görsel 1.5.(1062454082)
- Görsel 1.6.(303306602)
- Görsel 1.7.(759521155)
- Görsel 1.8. (1608285571)
- Görsel 1.9. (214285048)
- Görsel 1.10. (1037055919)
- Görsel 1.11.(1309130209)
- Görsel 1.13.(768907138)
- Görsel 1.14.(763023493)
- Görsel 1.15. (796914754)
- Görsel 1.16.(1238592799) Düzenlenmiş

ÖĞRENME BİRİMİ 2

- Görsel kapak fotoğrafı (17792582)
- Görsel 2.1. (1468048367)
- Görsel 2.2.(286035203)
- Görsel 2.3.(778983088)
- Görsel 2.5. (597310217) Düzenlenmiş
- Görsel 2.6. (1106192102) Düzenlenmiş
- Görsel 2.8. (291453335)
- Görsel 2.9. (1710141808)
- Görsel 2.10. (1131766145)
- Görsel 2.11. (228308902) Düzenlenmiş
- Görsel 2.12. (608749820)
- Görsel 2.14. (769155340)
- Görsel 2.13.(608749820)
- Görsel 2.14. (786274258)
- Görsel 2.16. (206154178) Düzenlenmiş
- Görsel 2.21. (1403280500)
- Görsel 2.22. (1218277690)
- Görsel 2.23. (794806579) Düzenlenmiş
- Görsel 2.25. (505235149)
- Görsel 2.26 .1136001710)
- Görsel 2.28. (1360723175)

ÖĞRENME BİRİMİ 3

- Görsel kapak fotoğrafı (1595839021)
- Görsel:3.1. (1586536348)
- Görsel 3.2. (313506980)
- Görsel 3.3. (159003575)
- Görsel 3.4. (774250234)
- Görsel 3.5. (407475370)
- Görsel 3.6.(1446799157) Düzenlenmiş
- Görsel 3.7. (1419584837)
- Görsel 3.8. (1045610047)
- Görsel 3.9. (82284712)
- Görsel 3.10. (94855531)
- Görsel 3.11.(1016383906)
- Görsel 3.12. (766749757)
- Görsel 3.13. (662452171)
- Görsel 3.14. (1420023938)

- Görsel 3.15. (630867182)
- Görsel 3.16. (110678570)
- Görsel 3.17. (744456904)
- Görsel 3.18.(1157637115)
- Görsel 3.19. (291434984)
- Görsel 3.20. (209870068)
- Görsel 3.21. (70747558)
- Görsel 3.22. (655170568)
- Görsel 3.23. (127499045)
- Görsel 3.24. (1039493233)
- Görsel 3.26. (1081030592)
- Görsel 3.27. (82350643)
- Görsel 3.28. (1494208232)
- Görsel 3.29. (1299830239)

ÖĞRENME BİRİMİ 4

- Görsel Kapak Fotoğrafı (498357943)

- Görsel 4.1.(742045258) Düzenlenmiş
- Görsel 4.2.(326861369)
- Görsel 4.3.(251066056)
- Görsel 4.4. (623081225)
- Görsel 4.5. (96758698)
- Görsel4.6. (2706988835)
- Görsel 4.7. (352196849) Düzenlenmiş
- Görsel 4.8.(255574855)
- Görsel 4.9. (1010115928)
- Görsel 4.10. (785400415)
- Görsel 4.11. (305922410)
- Görsel 4.12. (302766350)
- Görsel 4.13.(229830439)

ÖĞRENME BİRİMİ 5

- Görsel kapak fotoğrafı 276182285

- Görsel 5.1.(723129694)
- Görsel 5.2. (576869956)
- Görsel 5.3. (747442021)
- Görsel 5.4. (1143852374)
- Görsel. 5.5. (163770281)
- Görsel 5.6. (1082116847)
- Görsel 5.8. (703581226)
- Görsel 5.9. (1283693257)
- Görsel 5.10. (1479978965)
- Görsel 5.11. (159935936)
- Görsel 5.12. (1537030940)
- Görsel 5.13. (1464394307)
- Görsel 5.14. (1082574695)
- Görsel 5.15. (1211284276)
- Görsel 5.16. (1194497332)

123 Rf Sitesinden Telif Hakkı Ödenerek Alınan Görseller

ÖĞRENME BİRİMİ 1

- Görsel 1.12. (101884384)

ÖĞRENME BİRİMİ 2

- Görsel 2.4 (100209100)
- Görsel 2.7 (36582855)
- Görsel 2.13(91819688) Düzenlenmiş
- Görsel 2.15 (17226016)
- Görsel 2.17 (39187114) Düzenlenmiş
- Görsel 2.18 (34052094)
- Görsel 2.19 (32381177) Düzenlenmiş
- Görsel 2.20 105831781) Düzenlenmiş
- Görsel 2.24 91186599
- Görsel 2.27 75474594

ÖĞRENME BİRİMİ 3

- Görsel 3.25. (58384907)

Tasarımda Kullanılan Görsellerin ID'leri

- Kitap Kapak Fotoğrafı 1604886502
- 1270496593
- 325728827
- 623952065
- 74440999
- 437364853
- 73286401
- 1381060919
- 736508632
- 732864013
- 599006429

Bu Kitap İçin Yazar Ve Tasarımcılar Tarafından Çizilen Şekiller

- Şekil 1.1: İletişim sürecinin temel ögeleri
- Şekil 1.2: İletişim sürecinin ikincil ögeleri
- Şekil 1.3:Ortak yaşam alanı
- Tablo 1.1: İletişim Sürecinde Kullanılan Kanal Çeşitleri
- Şekil 1.4: Geribildirim
- Şekil 1.5: Mesajın algılanmasına engel olan faktörler
- Tablo 1.2: Algılama farklılığına neden olan unsurlar
- Şekil 1.6: Ortamın etkileyen unsurlar
- Tablo 1.3: Dil ve Dil Ötesi İletişim
- Şekil 2.1 Dinleme süreci, Tarhan, O. (2012). İletişim bilgisi. Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi.
- Şekil 2.2 Algılama
- Şekil 3.1: Benlik için kendimize sorduğumuz sorular
- Şekil 3.2: Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi piramidi
- Şekil 3.3: Kişiler arası iletişimin temel unsurları
- Şekil 3.4: Kitle iletişim olgu ve süreci
- Şekil 3.5. Kitle iletişim araçları
- Şekil 3.6: Bireylerin bir gruba girme nedenleri
- Şekil 3.7: Örgütsel iletişim şeması
- Şekil 3.8: Örgütsel iletişim araçları
- Şekil 3.9: Örgütsel iletişim şeması
- Şekil 3.10. Örgütsel iletişim araçları
- Şekil 4.1: Müşteri ilişkileri yönetiminde ulaşılacak müşteri grupları.
- Tablo 5.7: Zaman Yönetim Süreci, AKGEMCİ, T., ÇELİK, A., AYDOĞAN, E. Ve AKATAY, A. (2003), Zaman Yönetimi ve Yönetsel Zamanda Etkinlik. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Tablo 5.11: COVEY, S.R., MERRILL R.R. ve MERRILL A.R. (2017), Önemli İşlere Öncelik. İstanbul: Varlık Yayınları,

Açık İzin Formu Alınarak Yayınlanan Görseller

- Görsel. 5.7:Drama çalışması için hazırlık yapan öğrenciler, İstanbul Vali Hayri Kozakçıoğlu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi,

1-1 ÖĞRENME BİRİMİ

- 1 D
- 2 Y
- 3 Y
- 4 D
- 1 Radyo-Televizyon
- 2 Enformasyon-Komünikasyon
- 3 Psikolojik
- 4 Yazıyı-alfabeyi
- 1 D
- 2 A
- 3 E
- 4 B
- 5 C
- 6 D

1-2 ÖĞRENME BİRİMİ

- 1 Y
- 2 Y
- 3 D
- 4 D
- 1 Kanal
- 2 Alıcı
- 3 Dil
- 4 Ortam
- 1 B
- 2 D
- 3 C
- 4 A
- 5 B
- 6 C
- 7 E

1-3 ÖĞRENME BİRİMİ

- 1 D
- 2 Y
- 3 D
- 1 Beden dili
- 2 Sözsüz iletişim
- 3 Yazılı
- 4 Sözsüz-sözlü
- 1 B
- 2 A
- 3 D
- 4 E
- 5 C
- 6 A

2-1 ÖĞRENME BİRİMİ

- 1 Y
- 2 D
- 3 Y
- 4 D
- 5 Y
- 6 D
- 7 Y
- 1 Dikkat-Anlama- Kabul etme
- 2 Aktif dinleme
- 3 Etkin dinleme
- 1 E
- 2 B
- 3 D
- 4 E
- 5 C

2-2 ÖĞRENME BİRİMİ

- 1 Doğallık
- 2 Empati
- 3 Doğallık-Saygı-Empati
- 4 Etkin
- 5 İletişim
- 1 E
- 2 E
- 3 A
- 4 B
- 5 C

2-3 ÖĞRENME BİRİMİ

- 1 D
- 2 Y
- 3 D
- 4 D
- 5 Y
- 6 Y
- 7 D
- 1 B
- 2 D
- 3 E
- 4 C
- 5 C
- 6 A
- 7 E
- 8 A

2-4 ÖĞRENME BİRİMİ

- 1 Y
- 2 D
- 3 Y
- 4 D
- 5 Y
- 6 D
- 7 Y
- 8 Y
- 1 Yanıt
- 2 Hayır
- 1 A
- 2 D
- 3 D
- 4 B
- 5 B

2-5 ÖĞRENME BİRİMİ

- 1 D
- 2 D
- 3 D
- 1 İletişim engelleri
- 2 Etkin iletişim
- 3 Sorunu
- 1 E
- 2 A
- 3 D
- 4 B
- 5 E
- 6 B
- 7 E
- 8 C
- 9 E

3-1 ÖĞRENME BİRİMİ

- 1 D
- 2 Y
- 3 D
- 4 D
- 5 Y
- 6 Y
- 1 Planlı-Plansız
- 2 Benlik saygısı
- 3 Kim olduğu/Yeterlilikleri
- 4 Abraham Maslow
- 1 C
- 2 E
- 3 A
- 4 D
- 5 B

3-2 ÖĞRENME BİRİMİ

- 1 D
- 2 Y
- 3 Y
- 4 D
- 5 Y
- 6 D
- 7 Y
- 8 D
- 9 D
- 10 D
- 1 D
- 2 B
- 3 C
- 4 A
- 5 E

3-3 ÖĞRENME BİRİMİ

- 1 Kaynak
- 2 Geribildirim
- 3 Tercüman-ı Ahval
- 4 Dergilerin
- 5 Radyonun
- 6 Televizyonun
- 7 Blaise Paskal
- 8 Bilişim Çağı
- 9 İnternet Gazeteciliği
- 1 A
- 2 E
- 3 C

3-4 ÖĞRENME BİRİMİ

- 1 Kalabalık
- 2 Yığın
- 3 Daha fazla
- 4 Küçük gruplar
- 5 Geçici gruplar
- 6 Referans grupları
- 7 Grup iletişimi
- 1 Merkezi model
- 2 Y modeli
- 3 Zincir modeli
- 4 Daire modeli
- 1 B
- 2 D
- 3 A
- 4 C
- 5 D
- 6 C

3-5 ÖĞRENME BİRİMİ

- 1 D
- 2 D
- 3 Y
- 4 D
- 5 Y
- 6 D
- 7 D
- 8 Y
- 9 Y
- 10 D
- 1 İletişimdir
- 2 Örgüt kültürü
- 3 Örgüt kimliği
- 4 Asma, Fısıltı Gazetesi
- 5 Çapraz
- 1 C
- 2 E

4-1 ÖĞRENME BİRİMİ

- 1 D
- 2 Y
- 3 Y
- 4 D
- 1 Geleneksel
- 2 Halkla ilişkiler
- 3 Tüketici
- 4 Bireysel tepki
- 1 C
- 2 A
- 3 B
- 4 E
- 5 D

4-2 ÖĞRENME BİRİMİ

- 1 D
- 2 Y
- 3 D
- 1 Hedef müşteri
- 2 Elinde tutabilme
- 3 Satış personeli
- 4 Hedef müşteri
- 1 E
- 2 B
- 3 A
- 4 C
- 5 D

3-1 SIRA SİZDE

- "BİR LİDER HER ŞEYDEN VAZGEÇEBİLİR SORUMLULUK HARİÇ"

John C. Maxwell

5-1 ÖĞRENME BİRİMİ

- 1 D
- 2 Y
- 3 D
- 4 D
- 1 Etkileşim
- 2 Drama
- 3 Yaratıcılık
- 4 Hazırlık, kuluçka, aydınlanma, gerçekleşme
- 5 Yaparak, yaşayarak
- 6 Drama lideri
- 7 Sınıf
- 8 Isınma
- 1 C
- 2 B
- 3 E

5-2 ÖĞRENME BİRİMİ

- 1 Y
- 2 D
- 3 D
- 4 Y
- 5 Y
- 6 D
- 7 D
- 8 D
- 1 C
- 2 D
- 3 A
- 4 B
- 5 C
- 6 D

5-3 ÖĞRENME BİRİMİ

- 1 D
- 2 Y
- 3 D
- 4 D
- 5 D
- 6 Y
- 7 Y
- 8 D
- 9 D
- 10 D
- 1 D
- 2 E
- 3 A
- 4 C
- 5 A

5-4 ÖĞRENME BİRİMİ

- 1 Kişiye
- 2 Motive
- 3 Kontrol altına
- 4 Güvenli
- 5 Isınma
- 6 Olumlu stres
- 7 Psikolojik
- 8 Fiziki egzersiz
- 9 Çevreden/alandan
- 10 Kontrol odağı
- 1 C
- 2 E
- 3 A
- 4 A
- 5 A
- 6 E

5-5 ÖĞRENME BİRİMİ

- 1 Y
- 2 Y
- 3 D
- 4 D
- 5 Y
- 6 D
- 7 Y
- 8 D
- 9 D
- 10 D
- 1 D
- 2 E
- 3 A
- 4 D

5-6 ÖĞRENME BİRİMİ

- 1 D
- 2 Y
- 3 D
- 4 D
- 5 D
- 6 Y
- 7 D
- 8 D
- 9 Y
- 10 D