

BÖLÜM 1

TEMEL

KAVRAMLAR

Öğr. Gör. Dr. Aslı YERLİKAYA
Öğr. Gör. Erdem KANIŞLI



Bir insan hiçbir zaman, nereye gittiğini bilmediği zamanki kadar uzun
yol gidemez.

Oliver Cromwell

1 TEMEL KAVRAMLAR

Kariyer planlaması, kariyer yollarından emin olmayan öğrenciler veya genç profesyonellerin çeşitli kariyer fırsatlarını fark edebilmesi için çok önemlidir. Kariyer planlamanın ilk adımı bireyin kendisi hakkında daha fazla şey öğrenmesi ile başlar (Chambers, 2005, s. 1). Kendisi hakkında bildikleri artan bir birey, kendisini nelerin mutlu edebileceğini, içsel güçlerini, becerilerini, ilgilerini belirginleştirir. Bireylerin sadece beceriler ve ilgiler değil aynı zamanda bireysel önceliklerini belirlemiş olması da ona bir seçenekler dizgisi sunabilir. Bu belirginlik ise daha güçlü ve doğru bir karar vermede faydalı olur.

Kariyer planlamada değişmez ve tek bir doğru seçim, tek bir hedef olmayabilir. Uzmanlık alan becerilerinin geliştirilebileceği bir ivmede yer almak istemek çok doğaldır. Bireylerin becerileri geliştikçe daha iyi bir konuma doğru ilerlemek kariyer planının bir parçası olabilir. Bunun yanı sıra bireyler farklı bir uzmanlık alanı becerisi edinmeye karar vermiş de olabilir. Farklı beceriler edinmek ve kendini daha çok tanımış olmak farklı bir sektörde kariyer planlaması yapmaya sebep olabilir. Kariyerde tam bir değişim de istenebilir ki bu da farklı beceriler geliştirmenin doğal bir uzantısıdır. Bu nedenle kariyer planlamada ilk aşama olan kendini tanıma oldukça önemlidir.

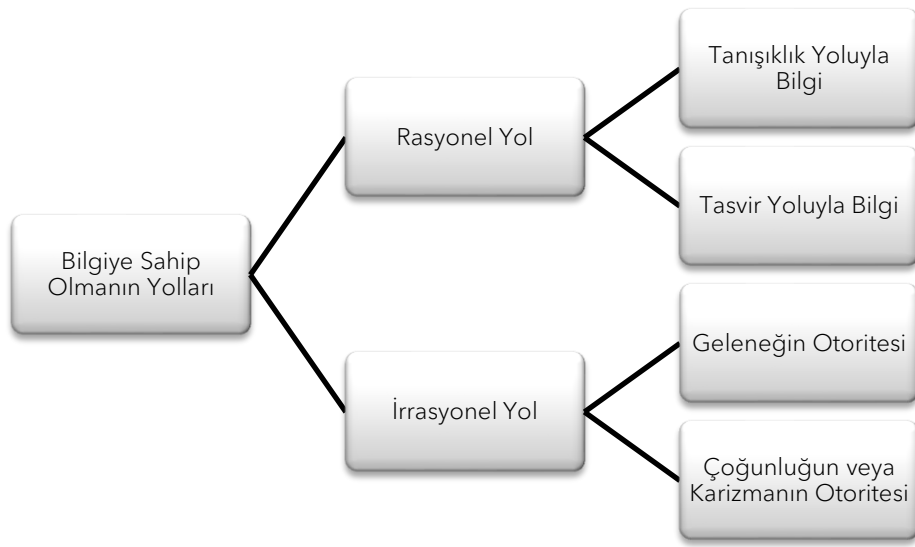
Bireyin kendini tanıması için bilgi, beceri, zekâ, yetenek gibi kavramlar kullanılır. Peki, nedir bu beceri, zekâ, yetenek, yetkinlik, hedef gibi temel kavramlar?

1.1 Bilgi

Bilgi yani “logos” felsefi temellere göre farklı tanımlanır. Örneğin diyalektik materyalizme göre bilgi doğa ile aklın etkileşimi sonucu oluşur (Ünal, 2014, s. 3). Pozitivist bakış açısına göre de bilgi duyu organlarıyla elde edildiğinde bir önermeye ulaşılması ile doğru bilgiye ulaşılmış olunur (Cevizci, 2010, s. 66). Pragmatizmde ise bilgi görelidir olduğu için salt bir doğru bilgi yoktur.

Türk Dil Kurumu sözlüğünde (TDK, 2020) bilgi; “İnsan aklının erebileceği olgu, gerçek ve ilkelerin bütünü, öğrenme, araştırma veya gözlem yolu ile elde edilen gerçek, malumat, vukuf” olarak tanımlanmaktadır. Türk Yeterlikler Çerçevesi’ne (TYÇ, 2021) göre bilgi; “bir çalışma veya öğrenme alanı ile ilgili gerçeklerin, ilkelerin, teorilerin ve uygulamaların anlaşılmasını içeren kuramsal ve/veya olgusal bilgi” olarak tanımlanmıştır.

Kendimizi ve çevremizi anlamak ve anlamlandırmak için bilgiye ulaşmanın iki ana yolu vardır. Şekil 1.1.'de bu yollar verilmiştir. Rasyonel yollar ile (deney, gözlem gibi) beş duyu organı kullanılarak elde edilen bilgi, tanışıklık yoluyla bilgi elde etmek; beş duyu organı ile tamamen tanımlamanın mümkün olmadığı durumlarda önermeler kullanarak elde edilen bilgiler ise tasvir (betimleme) yoluyla bilgi elde etmek olarak ifade edilir. Bunun yanı sıra irrasyonel yol olarak ifade edilen kültür, gelenek, karizma ya da çoğunluk görüşü ile de bilgiye sahip olunabilir (Cevizci, 2010, s. 45).

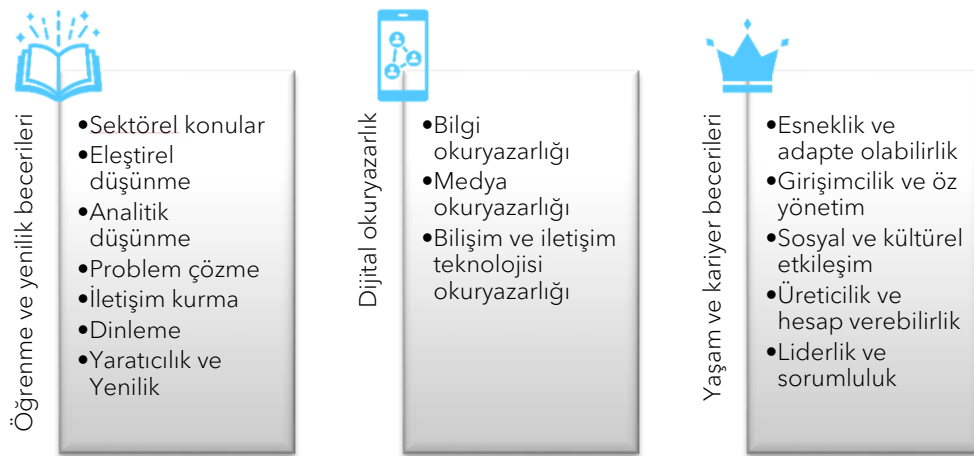


Şekil 1.1. Bilgiye sahip olma yolları

Bilgi kavramı kariyer planlamada önemlidir. Bireylerin kariyer alanlarına yönelik bilgileri oldukça derinlikli olabileceği gibi, kariyer alanının dışında da elde ettiği bilgiler de olabilir. Bu bilgilere ulaşmak ve hatta aktarmak bireylerin gelişimi için önemlidir. Bilgi öğrenilebilir ve aktarılabilir. İnsanı insan yapan en önemli unsur bilmek, öğrenmek ve bunu aktarmaktır. İçinde bulunulan çağda, tüm imkan ve gelişimler incelendiğinde muazzam bir bilgi birikimi olduğu görülmektedir. Bununla birlikte her şeyi bilmemiz de mümkün değildir. Dolayısıyla önemli olan nokta bu bilgi ile ne yapacağımızdır.

Sahip olunan bilgilerin kariyer planlamasında yönlendirici olduğu aşîkardır. Bu bilgilerin bireyleri hayallerine erişebilmesi için para kazanmaya, diğer insanlara faydalı olmaya ve işinde başarılı olmaya götürmesi gerekir. Ancak bu şartlar sağlandığında sahip olunan bilgiler hayatı iyi bir şekilde sürdürebilmek için yeterli olacaktır.

Kariyer ile ilgili temel kavramlardan biri de beceridir. TDK'ya (2020) göre beceri; "Kişinin yatkınlık ve öğrenime bağlı olarak bir işi başarma ve bir işlemi amaca uygun olarak sonuçlandırma yeteneği, maharet" olarak tanımlanmıştır. Beceri; zihinsel ve fiziksel olarak bir şeyi iyi yapabilmek anlamına da gelir (Attewell, 1990, s. 423). Beceriler öğrenilebilir, geliştirilebilir ve aktarılabilirler. TYÇ'ye (2021) göre beceri; "bir çalışma veya öğrenme alanında edinilen mantıksal, sezgisel ve yaratıcı düşünme ile el becerisi, yöntem, materyal, araç ve gereçleri kullanabilmeyi gerektiren bilgiyi kullanma ve problem çözme" olarak tanımlanmıştır.



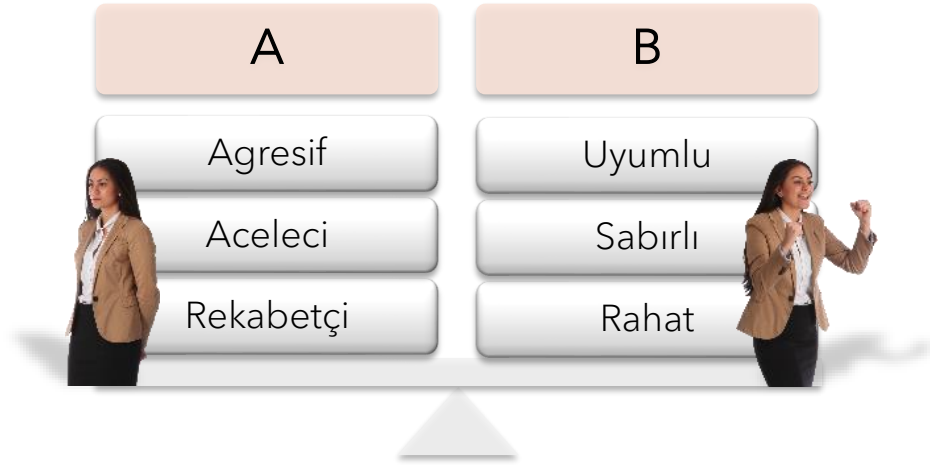
Şekil 1.2. 21. Yüzyıl becerilerinin sınıflandırılması

21. Yüzyıl Becerileri: Günümüzde değişen ve gelişen şartlar ile 21. Yüzyıl becerileri kavramı ortaya çıkmıştır. Bu becerilerin 20. Yüzyılda insanlardan sahip olmaları beklenen becerilerden farklılık gösterdiği söylenebilir. Kariyer gelişimi bağlamında bakıldığında 21. Yüzyıl becerileri, kariyer sürecinde başarılı olunabilmesi için geliştirilmesi gereken becerilerdir. Bu beceriler gerek 21. Yüzyıl toplumunda gerekse iş hayatında birçok sektör tarafından gerekli görülmektedir (Chu, Reynolds, Tavares, Notari ve Lee, 2017, s. 1). 21. Yüzyıl becerileri şekil 1.2.'de sınıflandırılmıştır.

Dünya Ekonomik Forumu'nun (DEF) 2020'de pandemi süreci sonrasında yayınladığı İşlerin Geleceği Raporu'nda işverenlerin 2025'e kadar ön plana çıkacağını öngördüğü en önemli becerilerin; eleştirel düşünme ve analizin yanı sıra problem çözme ve aktif öğrenme, stres toleransı, dayanıklılık ve esneklik gibi kendi kendini yönetme becerileri olduğu ifade edilmiştir (World Economic Forum, 2020, s. 35). Aynı rapora göre ortalama olarak şirketler, çalışanların yaklaşık %40'ının altı ay veya daha kısa bir süre için yeniden istihdam

gerektireceğini tahmin ediyor ve iş liderlerinin %94'ü, çalışanların işlerinde yeni beceriler kazanmalarını beklediklerini bildiriyor ki bu 2018 DEF raporunda belirtilmiş olan yüzdeye göre (%65) oldukça hızlı ve keskin bir artış gösteriyor.

1.3 Kişilik



Şekil 1.3. A ve B tipi kişilik

Friedman ve Rosenman insanların strese yönelik tepkilerine göre insanları "A Tipi" ve "B Tipi" kişilik olarak ayırmışlardır (Friedman ve Rosenman, 1974, s. 270). A tipi özellikleri ağır basan insanlar genelde aceleci, başarı odaklı, iktidar sahibi olmak isteği olan, rekabetten hoşlanan insanlardır. B tipi özellikleri ağır basan insanlar ise aceleci olmayan, kendilerini baskı altına sokmayan, kolay öfkelenmeyen ve rekabetçi olmayan insanlardır.

Bu stres kaynakları gündelik ve kişisel yaşantıdan kaynaklanabileceği gibi işyerindeki (örgüt) rol belirsizlikleri, fiziksel ve kişiler arası beklentiler, ücret yetersizliği, dedikodu gibi faktörler de stres oluşturabilir. Önemli olan hayatta her alanında çeşitli sebeplerden dolayı ortaya çıkabilecek olan stres faktörüne yönelik bireylerin tavrıdır. Elbette ki kişilik tipinin baskınlığı bireyleri etkileyecektir. Ancak stresle baş etme bir beceridir ve geliştirilebilir. Kitabın beşinci bölümünde bahsedilen hassas beceriler edinilerek karşılaşılan stres durumları ile daha kolaylıkla baş edilebilir.



A ve B Tipi Kişilik
Testine ulaşmak için
buraya tıklayınız ya
da kare kodu
okutunuz.

1.4 Zekâ

TDK'ye göre zekâ; "İnsanın düşünme, akıl yürütme, objektif gerçekleri algılama, yargılama ve sonuç çıkarma yeteneklerinin tamamı, anlık, dirayet, zeyreklik, feraset" anlamına gelir. Zekâ birçok bilim insanı tarafından araştırılmış ve bunun sonucu olarak zamanla farklı teoriler ortaya çıkmıştır (Pal, Pal ve Tourani, 2004, s. 182-184).

Fakülte Teorisi

- Beyin akıl yürütme, hayal gücü, hafıza gibi fakültelerden oluşur.
- Bu teoride fakülteler birbirinden bağımsızdır ancak eğitimler ile geliştirilebilir.

Tek Faktör Teorisi

- Tüm becerileri tek bir genel zeka veya "sağduyu" kapasitesine indirir.
- Bu teoride tüm beceriler mükemmel bir şekilde ilişkilidir.

Spearman'ın İki Faktör Teorisi (1904)

- Zeka, "G" olarak bilinen doğuştan gelip değiştirilemeyen bir genel yetenek veya ortak yetenek faktörü ile çevresel, geliştirilebilir "S" faktörü olarak bilinen spesifik yeteneklerden oluşan iki gruptan oluşur .

Thorndike'in Çok Faktör Teorisi

- Her zihinsel aktivite, bir dizi farklı yetenek gerektirir. Bunlar seviye, aralık, alan ve hızdır.

Thurstone Küme Etmen Kuramı

- Bu kuramda zekaya çok boyutlu bakılmış ve zekanın her bir parçası birbirinden bağımsız mozaik gibi ele alınmış ve altı adet birincil faktörden bahsedilmiştir: Sayısal yetenek, sözel yetenek, uzamsal yetenek, ezberleme yeteneği, konuşma yeteneği ve akıl yürütme yeteneği

Guilford Zekâ Kuramı

- Guilford zekâ kuramına göre "İçerik", "İşlem" ve "Ürün" şeklinde sıralı bir düzenleme bulunur. Zihinsel işlem yapabilmek için bir içerik olmalı ve bu içerik işleme konusunda ürün elde edilir.

Vernon'un Hiyerarşik Teorisi

- Vernon'a göre zekâ, çeşitli genellik seviyelerinde yetenekleri kapsayıcı olarak tanımlanabilir.

Gardner'ın Çoklu Zekâ Teorisi

- İnsan beyni sadece tek bir yönden değil birçok yönden gelişmiş ve aktif kullanılmaktadır.

Şekil 1.4. Zekâ teorilerinin tarihsel gelişimi (Pal, Pal, ve Tourani, 2004, s. 182-184)

Çoklu Zekâ: Çoklu zekâ kuramı Howard Gardner tarafından geliştirilmiş bir kuramdır.

Bu kurama göre insan beyni sadece tek bir yönden değil birçok yönden gelişmiş ve aktif kullanılmaktadır. Uzun süre zekâ seviyesi belirlemede kabul görmüş olan IQ (Intelligence Quotient) testlerinin, yerlerini çeşitli zekâ tiplerinin de dâhil edilmesi ile artık tek başına yeterli olmayacağı kabul edilmiştir. Bu zekâ tipleri sözel-dilsel zekâ, mantıksal-matematiksel zekâ, uzamsal-görsel zekâ, müzik-ritmik zekâ, bedensel-kinestetik zekâ, içsel-öze dönük zekâ, sosyal-kişilerarası zekâ, doğacı zekâ olarak belirlenmiştir (Altan, 1999, s. 3-5). Şekil 1.5.'te bu alanlar verilmiştir.



Şekil 1.5. Çoklu zekâ kuramına göre zekâ türleri

Kurama göre bir insanın Şekil 1.5.'te yer alan zekâ türlerinin tümüne sahip olduğunu ancak bazılarının daha baskın olarak gelişmiş olduğu kabul edilir. Örneğin, sahnede konser veren bir sanatçı müzik-ritmik zekâsını, şarkıları kendisi yazmışsa öze dönük ve sözel zekâsını, dans ederek şarkısını söylüyorsa bedensel-kinestetik zekâsını, sahnede dinleyiciler ile konuşuyorsa sosyal-bireyler arası zekâsını geliştirmiş olduğunu söyleyebiliriz. Bu nedenle her birey kendi zihinsel güç ve zayıflıkları ile kariyer ortamında bulunur. Yeterince eğitime ve desteğe ulaştığında zekâsını belirli bir seviyeye kadar geliştirebilir.

1.5 Yetenek

Bireylerin kariyer başarısına ulaşması için değer, ilgi, zekâ gibi kendi özelliklerini ortaya koyması önemlidir. Bu kavramlardan bir diğeri ise yetenektir. Türk Dil Kurumu sözlüğünde yetenek; “Bir kimsenin bir şeyi anlama veya yapabilme niteliği, istidat, kabiliyet, kudret” olarak tanımlanmıştır. Yetenek, nispeten değişmeyen, sabit bireysel özellik olarak da tanımlanabilir. Sabit özellikler olmasına rağmen; ekonomik ve kültürel ortamlar bazı yetenekleri etkilemektedir (Yıldırım, 2008, s. 17).

1.6 Duyuşsal Özellikler (İlgi ve Tutum)

Tutum, bir kişi (bu kişi çevresindeki birisi veya kendisi de olabilir), konu, olay ya da nesneye yönelik olarak zihinsel ve duyuşsal bir eğilimi ifade eder (İnceoğlu, 2000, s. 13). İlgi ise TDK'de (2020) “Belirli bir olay veya etkinliğe yakınlık duyma, ondan hoşlanma ve ona öncelik tanıma” olarak tanımlanmaktadır. Hem ilgi hem de tutum, arasında farklılık olmadığı için duyuşsal özellikler olarak ifade edilir (Bloom, 1979, s. 300).

Bu duyuşsal özelliklerin olumlu olmasının yanı sıra yaşamın değişikliklerine ayak uydurmak için hayat boyunca yeni beceriler öğrenmek, yeni bilgiler edinmek, yeni davranışlar geliştirmek gerekir. Kariyer planlamada yaratıcı ve proaktif bir tutum benimsemek başarının temel anahtarıdır (Blackford, 2013, s. 1).



Kişilik Tiplerine
Uygun Meslekleri
Belirleme
Envanterine erişmek
için buraya tıklayınız
ya da kare kodu
okutunuz.

1.7 Hedef Belirleme

Bireydeki başarı hissi, birey için anlamlı ve zorlayıcı hedefler belirlemesi ve gösterdiği çabalar sonucunda belirlemiş olduğu hedeflere ulaşması ile ortaya çıkar (Mavisu, 2010, s. 2). Bu nedenle hedef belirlemek ve bu amaca yönelik hareket etmek önemlidir. Hedeflerin tek olmak zorunda değildir. Kariyer hedefinizi bir ya da birden fazla olacak şekilde belirleyin (Chambers, 2005, s. 7). Böylelikle seçeneklerinizi daha iyi görür, süreci çok daha kontrollü yürütür, hedefinize ulaşmış olup olmadığınızı bilirsiniz. Tablo 1.1.'de verilen uygulama ile var olan durum belirlenebilir ve hedefler tespit edilebilir.

Tablo 1.1. Hedef belirleme ve geleceği planlama uygulaması

Bugün	5 Yıl Sonra	10 Yıl Sonra
Yaşım Hayalim	Neredeyim? Ne yapıyorum? Ne hissediyorum? Buraya ulaşmak için neler yapmam lazım	Neredeyim? Ne yapıyorum? Ne hissediyorum? Buraya ulaşmak için neler yapmam lazım

1.8 SMART Hedefler



Şekil 1.6. SMART'ın açılımı

Kariyer planlarında ilerlemeyi hedeflere göre belirlemek ve takip etmek amacıyla kullanılabilecek olan bir tekniktir. Smart kelimesi İngilizcede akılcı anlamına gelir ve hedeflerin akılcı olması önemlidir. Belirlenen hedeflerin belirli, ölçülebilir, ulaşılabilir, ilgili ve süreli olması gerekir. Burada özellikle süreyi doğru planlamak önemli bir etmendir (Callahan, 2018, s. 89). Şekil 1.7.'de bir hedef belirlerken gerekli olan ana etmenlerin neler olduğu belirtilmiştir.

Belirli	Belirli	Daha fit olmak için her akşam parkurda koşu yapacağım.
	Belirli değil	Zayıflayacağım.
Ölçülebilir	Ölçülebilir	Üç arkadaşınızdan kişisel markanız hakkında bilgi istemek.
	Ölçülebilir değil	Markanız hakkında bazı kişilerle konuşmak.
Ulaşılabilir	Ulaşılabilir	On kişiye kariyerleri için neyin önemli olduğunu sormak.
	Ulaşılabilir değil	Şehrinizdeki herkese kariyerleri için neyin önemli olduğunu sormak.
İlgili	İlgili	Bir profesyonel ile mesleki kariyeri hakkında konuşmak.
	İlgili değil	Bir akademisyen ile girişimcilik hakkında konuşmak.
Sürelî	Süresi belli	2022 yılı içerisinde doçent olacağım.
	Süresi belli değil	Doçent olacağım.

Şekil 1.7. SMART hedefler

1.9 SWOT / SCOT Analizi

SWOT/SCOT analizi bireysel veya kurumsal olarak karar verme süreçlerinde kullanılan, durumlara çok yönlü bakılmasını sağlayan bir araçtır (Callahan, I Inc Career Planning and Personal Entrepreneurship, 2018, s. 120; Chambers, 2005, s. 44). Bu aracı bireyler kendi başlarına, bir iş arkadaşıyla, bir grup meslektaş ile veya kariyer danışmanı ile birlikte çalışabilir. Bireysel performans analizi yapılırken güçlü ve zayıf yönler (SCOT analizinde zorluklar),



Şekil 1.8. SWOT/SCOT analizi

fırsatlar ve tehditler belirlemek gerekir (Şekil 1.8.). Şekil 1.9.'da ise SWOT/SCOT analizinin gerçekleştirebileceği tablo ve sorulabilecek bazı sorular yer almaktadır. Unutulmamalıdır ki bireyler kendilerini ne kadar iyi tanırlarsa, tabloda yer alan soruları o kadar net ve doğru cevaplayabilir. Bu analizde önemli olan noktalardan birisi de bahsi geçen dört alan ile ilgili bireylerin kendilerine sorulan sorulara içtenlikle ve güven ortamında cevap vermesidir.

	Olumlu	Olumsuz
Kurum içi	Strengths (Güçlü yönler) <ul style="list-style-type: none"> • Hangi alanlarda iyisin? • Seni diğerlerinden farklı kılan özelliklerin nelerdir? • Etrafındaki insanlar seni hangi anlamda güçlü buluyor? 	Weaknesses/ Challenges (Zayıf yönler/Zorluklar) <ul style="list-style-type: none"> • Kendine güven duymadığın işler nelerdir? • Etrafındaki insanlar seni hangi anlamda zayıf buluyor? • Sen kendini hangi alanlarda yetersiz hissediyorsun?
Kurum dışı	Opportunities (Fırsatlar) <ul style="list-style-type: none"> • Çalıştığın kurumda nasıl fırsatlar karşına çıkıyor? • Bu fırsatları nasıl değerlendiriyorsun? • Teknolojik gelişimler sana nasıl fırsatlar sunuyor? 	Threats (Tehditler) <ul style="list-style-type: none"> • Karşına çıkan engeller nelerdir? • Teknolojik gelişimler senin çalıştığın pozisyon için tehdit unsuru oluyor mu? • Sahip olduğun zayıf özelliklerin bir tehdit oluşturuyor mu?

Şekil 1.9. SWOT/SCOT analiz tablosu ve sorulabilecek bazı sorular

1.10 GROW Modeli

Hayatınızda değişiklik yapmak istediğinizde, karşınıza çıkacak doğru insanların önemi oldukça fazladır. Peki bunu kariyer hedefleriniz ile ilgili yapmanız gerekli ise ne olacak? Kariyer hedefleri ile ilgili bireye özgü (spesifik) bir çözüme götüren ve yansıtıcı bir alıştırma olan GROW modeli, kariyer planları yaparken bireylerin kendilerine doğru soruları yöneltmesine olanak sağlar. Bu model gerçekçi bir bakışla var olan durumu, seçenekleri ve bireyler için nelerin mümkün olabileceği konusunda net olmaya yardımcı olur. Sonrasında bireyler neyi, niçin, nerede, nasıl, ne zaman ve kiminle yapacağına kendileri karar verebilir. Bu alıştırmayı bireyler kendi başlarına veya bir kariyer danışmanı ile yapabilirler. Şekil 1.10.'da bu modeli uygularken gerekli olan basamaklar ve hangi soruların sorulabileceği verilmiştir.

Hayatta yapılmak istenilen değişimler genellikle bir problemi çözme isteğinden kaynaklansa da kariyer planlamada kullanılan bu alıştırma yapma sebebi bir sorun kaynaklı olmayabilir. Değişimin ibresini pozitif doğru çevirip hedef belirlemek belki de kariyer planlama için ilk adımları oluşturur. Belirlenen hedef çok büyük veya karmaşık olabilir. Bu noktada hedefin küçük bir bileşeniyle (belirli bir beceri veya özel ilgi geliştirmek gibi) başlamak gerekir.



şekil 1.10. GROW modeli (Chambers, 2005, s. 48)

GROW modelini uygularken:

- Kişisel gelişim planındaki tüm planlar ve değişiklikler kaydedilir.
- Eğitim ve gelişim ihtiyaçları vurgulanır.
- Bireysel eylem planı için zaman çizelgeleri eklenir.
- İlerlemenin nasıl değerlendirileceği dşnlmeli ve bu aktiviteler eklenmeli.
- Plan, bir kariyer danışmanı ile tartışılmalıdır.

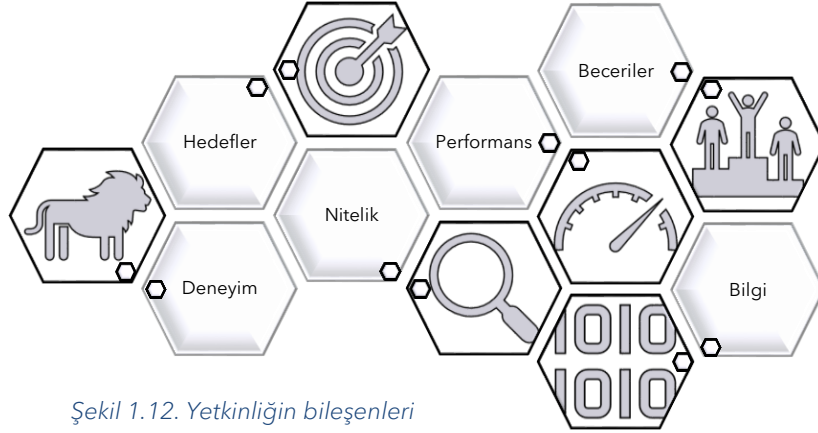
1.11 Yetkinlik

TDK (2020) sözlüğünde yetkinlik; "Yetkin olma durumu, olgunluk, kemal, mükemmeliyet" olarak tanımlanmıştır. TY (2021) kapsamında yetkinlik; "bilgi ve becerilerin bir çalışma veya öğrenme ortamında sorumluluk olarak ve/veya özerk çalışma göstererek kullanılması, öğrenme gereksinimlerinin belirlenmesi ve karşılanması, toplumsal ve etik meselelerin ve sorumlulukların dikkate alınması" olarak tanımlanmaktadır. Bilgi, beceri ve davranışların gerekli kurumlarca erevesi belirlenmiş ğretim programları vasıtasıyla kazandırılması hedeflenir. Yetkinlikler ise bu bilgi, beceri ve davranışlar arasındaki bağları kurar ve bütünlüğü oluşturur. Yetkinliği bu bölümde açıklanmış olan bilgi, beceri, tutum, deneyim, hedef, performans faktörlerini içerecek şekilde bir bütün olma durumu olarak tanımlanabilir. Bu bütünlük içerisinde bireysel, toplumsal, sosyal, akademik ve iş hayatında ihtiyaç duyulan yetkinlikler TY'de belirlenmiştir (Milli Eğitim Bakanlığı (MEB), 2018). MEB (2018) programlarında yer alan eğitim ğretim yetkinlikleri şekil 1.11.'de verilmiştir.

1	•Anadilde iletişim
2	•Yabancı dillerde iletişim
3	•Matematiksel yetkinlik ve bilim/teknolojide temel yetkinlikler
4	•Dijital yetkinlik
5	•Öğrenmeyi öğrenme
6	•Sosyal ve vatandaşlıkla ilgili yetkinlikler
7	•İnisiyatif alma ve girişimcilik
8	•Kültürel farkındalık ve ifade

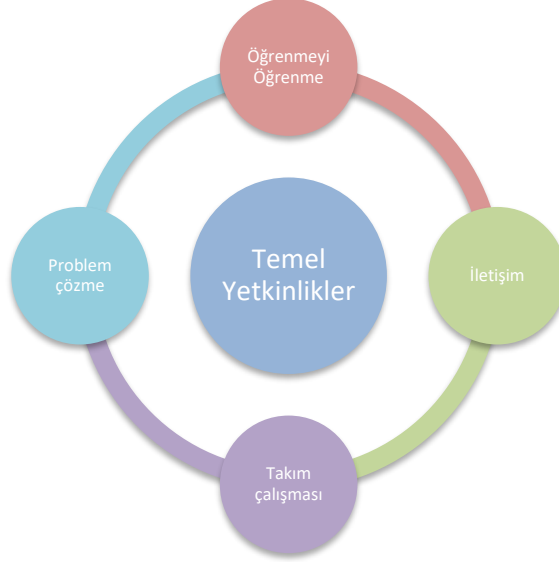
Şekil 1.11. Eğitim öğretim yetkinlikleri

Temel yetkinlikler, işverenler tarafından giderek daha çok değer gören ve aranan, bireyin istihdamında ve yaşamında başarılı olması için önemli olan yeteneklerdir (International Labour Organization (ILO) , 2015). Temel yetkinlikler için ülkelerde farklı terminolojiler kullanılır. Bununla birlikte tüm istihdam edilebilirlik becerileri bazı ortak unsurları paylaşır. Bu yetkinlik bileşenleri Şekil 1.12’de verilmiştir.



Şekil 1.12. Yetkinliğin bileşenleri

Şekil 1.13’te ifade edilen yetkinlikler başka bağlamlarda veya işlerde kullanılabilir olduğu için devredilebilir olarak nitelendirilirler (International Labour Organization (ILO) , 2015). Bu nedenle temel istihdam becerileri, devredilebilir yetkinlikler, istihdam edilebilirlik becerileri de aynı kavrama işaret eder. Bu beceriler; okuma ve yazma, belirli görevleri yerine getirmek için gereken teknik becerileri ve dürüstlük, güvenilirlik, dakiklik, katılım ve sadakat gibi profesyonel / kişisel nitelikleri edinme gibi temel eğitim yoluyla oluşturulur (ILO, 2015). Bu yetkinliklerin geliştirilmesi hem istihdam anlamında hem de bireysel anlamda önemlidir. Çünkü bu yetkinliklere sahip olmak bireyin kendini gerçekleştirmesini çok yönlü olarak sağlar ve bireyin yaşam boyu öğrenmesine olanak tanır.



Şekil 1.13. Temel yetkinlikler (Brewer, 2013)

BÖLÜM 2

KARİYER

Öğr. Gör. Celal ALTINTAŞ
Dr. Öğr. Üyesi Sertan TALAS
Dr. Öğr. Üyesi Muhammed AVŞAR
Öğr. Gör. Hakan SÖNMEZ



"Cehaletimizi kırabiliriz, becerilerimizi, yeteneklerimizi ve zekâmızı kullanarak kendimizi bulabilir, kendimiz olabiliriz.
En önemlisi, özgür olabiliriz! Uçmayı öğrenebiliriz!"

Martı Jonathan Livingston
Richard Bach

2 KARIYER

Kariyer kavramı, esas olarak 1970'li yıllarda incelemeye başlanmış ve iş dünyasında bir kavram olarak kullanılmaya başlanmıştır. Fakat kavramın tarihsel sürecine incelendiğinde, modern kamu hizmeti anlayışının gelişmeye başladığı yani devlet memurluğu kavramı ile 16. yüzyıldan başlayarak ortaya çıktığı ve gelişim gösterdiği anlaşılmaktadır (Erdoğan, 2009, s. 3). Kavram, 16. yüzyılda ortaya çıkmasına rağmen, iş hayatı için bilimsel olarak kullanılmaya başlanmasına ilk olarak, Anne Roe'nun 1956 yılında yazmış olduğu "Meslekler Psikolojisi" eserinde rastlanmıştır (Özgen, Öztürk ve Yalçın, 2010, s. 201). Kavram, Donald E. Super'in 1957 yılında yazdığı "Kariyer Psikolojisi" kitabında daha belirgin bir şekilde açıklanmıştır. 1963 yılında Tiedeman ve O'Hara'nın "Kariyer Gelişimi, Seçimi ve Uyarlaması ile Bireysel Kariyer Gelişim Teorisi" ve 1966 yılında John Holland'ın "Meslek Tercihi Psikolojisi" ile Borows'un 1964'te yazdığı "Endüstri Sosyolojisi" gibi kitaplar da kariyer kavramının gelişmesine önemli ölçüde katkıda bulunmuştur.

Zamanla iş dünyasında meydana gelen değişimler ve gelişimler sonrası bireycilik olgusu oldukça ön plana çıkmıştır. Bunun sonucu olarak da refah içinde bir yaşam güdüsü ile bireyler sürekli yükselme ve bir işe sadık kalmaktan ziyade değişik iş fırsatlarını kollamaya başlamıştır. Zamanla yaşanan bu dönüşüm kariyer kavramının önemini giderek arttırmış ve günümüze kadar taşınmasını sağlamıştır (Çelik, 2004, s. 5).

Kariyer kavramı, Fransızcada "Carrierre" ve İngilizcede "Career" kelimelerinden Türkçeye girmiştir. Kelimenin genel kullanım amaçları ise; hayat, ömür ve meslek olarak sıralanabilir.

Literatür incelendiğinde kariyer kavramının çeşitli anlamları da bulunmaktadır;

- "Kariyer, bir insanın çalışabileceği yıllar boyunca herhangi bir iş alanında adım adım ve sürekli olarak ilerlemesi, deneyim ve beceri kazanmasıdır" (Bayraktaroğlu, 2006, s. 137).
- "Kariyer, çalışanların iş yaşamları süresince yaptıkları işleri, iş yaşamındaki gelişme ve ilerlemeleri içeren bir kavramdır" (Bingöl, 2004, s. 245).
- "Kariyer, çok düzenli, uzun dönemde planlanmış, personelin sadece işini değil aynı zamanda ailesini, boş zaman uğraşlarını ve toplumsal etkilerini de kapsayan bir süreçtir (Ataol, 1989, s. 2)".
- "Kariyer, ilerlemedir. Bir örgütte ya da profesyonel hiyerarşide, genellikle yukarı doğru olan, hareketlilik olarak açıklanmaktadır (Klatt, Murdick, ve Schuster, 1985, s. 380).

- "Kariyer, kişinin yaşamı boyunca iş ile ilgili edindiği tecrübelerdir" (Cenzo ve Robbins, 1994, s. 266).
- "Kariyer, bir kişinin karşılanabilecek olan olanakları, görkemi, psikolojik ödülleri ve daha iyi bir yaşam biçimini açıklar" (Aytaç, 1997, s. 20).

Kariyer kelimesi günümüzde, iş ve meslek hayatında ilerleme kaydetmek, başarı veya başarılar elde etmek ve bireyin tüm bu yaşantısı süresince üstlendiği tüm rolleri ile ilgili tecrübelerinin tümü olarak tanımlanabilir (Taşlıyan, Arı, ve Duzman, 2011, s. 233).

2.1 Kariyer Geliştirme

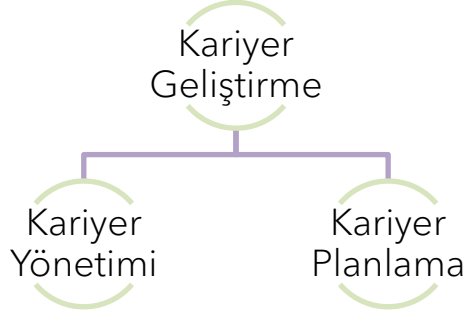
Kariyer geliştirme, örgüt ve bireylerin çeşitli iç ve dış etkenler nedeniyle sürekli değişen istek ve ihtiyaçlarına cevap verme gayretinde olan dinamik bir yapı olarak tanımlanabilir (Budak, 2008, s. 274).

Kariyer geliştirme süreci birey ve örgüt açısından büyük önem arz etmektedir. Kariyer geliştirmenin önemini Tablo 2.1.'de başlıklar altında inceleyebiliriz.

Tablo 2.1. Kariyer geliştirmenin birey ve örgüt açısından önemi (Tunç ve Uygur, 2001, s. 97) (Aytaç, 1997, s. 129-131)

Birey Açısından	Bireyin amaçlarına ulaşması için örgüt tarafından gerekli eğitimlerin verilmesi kişiyi psikolojik olarak tatmin edecektir.
	Bireylere gelişme ve ilerleme fırsatı veren kariyer geliştirme süreci birey üzerindeki stresi azaltacaktır.
	Bireylerin iş değiştirmelerinin önüne geçmekle birlikte bireyler arasında eşitliği de sağlayacaktır.
Örgüt Açısından	Birey üzerinde geleceğe yönelik yapılan planlar örgütün stratejik hedeflerinin belirlenmesi ve belirlenen hedeflere ulaşmasında önem arz etmektedir.
	Kariyer geliştirme süreçlerinin belirlenmesi sonucu doğru bireyin doğru pozisyona yerleştirilmesi kendisine gelecek olan kadro taleplerinin karşılanması noktasında destek sağlayacaktır.

Kariyer geliştirme aşaması iki temel süreçten oluşmaktadır. Bu süreçler aşağıda Şekil 2.1.'de açıklanmıştır;



Şekil 2.1. Kariyer geliştirme aşamaları

2.2 Kariyer Yönetimi

Kariyer yönetimi, örgütlerin çalışan kabiliyetlerini, ilgi alanlarını ve çıkarlarını analiz etmelerine destek olması ve kariyer geliştirme faaliyetlerinin belirli bir plan dahilinde olması olarak ifade edilebilir (Şimşek ve Çelik, 2004, s. 44).

Literatürde birçok kariyer yönetimi tanımı yapılmıştır. Bunlardan birkaçı;

- "Kariyer yönetimi, bireysel ve örgütsel amaçları uyumlaştırmak amacıyla yapılan faaliyetlerdir" (Mosley, Megginson, ve Pietri, 1991, s. 601).
- "Kariyer yönetimi, birey ile örgüt uyumunu sağlayan yönetsel bir uygulamadır" (Çetin, 1996, s. 124).
- "Kariyer yönetimi, personelin bireysel kariyer planlarını örgütün desteklemesi ve uyumlaştırmasını içermektedir" (Aytaç, 1997, s. 107).

Kariyer yönetimi özellikle büyük ölçekli örgüt yapılarının etkin şekilde yönetilmesiyle ilgili bir süreçtir. Bu süre zarfında kariyerler beşeri ve çeşitli sermaye kaynaklarının verimli olmasının temininde örgütler tarafından yönetilmektedir (Şimşek ve Çelik, 2004, s. 45).

Kariyer yönetiminin amacı, bireylerin örgüt içerisindeki ilgi ve kabiliyetleri ile örtüşen işlerde istihdam edilmesine imkan oluşturmaktır. Böylece bireysel ihtiyaç ve amaçlar ile örgütsel ihtiyaç ve amaçların bütünleştirilmesi yoluyla çalışanlarda iş tatminin, örgütte ise etkinliğin ve verimliliğin artması sağlanmaktadır (Erdoğan, 2003, s. 16).

Kariyer yönetimin amaçları genel amaçlar ve özel amaçlar olmak üzere iki başlık altında incelenebilir (Tunç ve Uygur, 2001, s. 41). Genel ve özel kariyer yönetimi amaçları Tablo 2.2.'de açıklanmıştır.

Tablo 2.2. Kariyer yönetimin genel ve özel amaçları (Armstrong, 1991, s. 471)'dan aktaran (Tunç ve Uygur, 2001, s. 41)

Genel Amaçlar	Yönetim başarısını tatmin etmek için, örgüt gereksinimlerini karşılamak.
	Kavrama gücü olan bireylere, herhangi bir sorumluluk düzeyinde eğitim vermek.
	Bireyler, yetenek ve isteklerini örgüt ile uyum içinde tutarak ve görevlerini yerine getirerek başarılı bir kariyer yapmayı düşünürlerse, gereksinim duydukları rehberlik ve teşvik gücünü onlara vermek.
Özel Amaçlar	Gerek mevcut gerekse gelecek işlerde gereksinim duyulan beceri ve nitelikleri tanımlamak için personele yardım etmek.
	Örgütsel amaçlar ile bireysel istekleri bütünleştirmek ve düzene sokmak.
	Kariyerlerinde durgunluk dönemi geçiren personeli yeniden canlandırmak.
	Personellere kariyerlerini ve kendilerini geliştirecek fırsatı sağlamak.
	Öncesinde sayılan özel amaçlara dayanarak, gerek örgüt gerekse bireyler için karşılıklı yararları sağlamak.

2.3 Kariyer Planlama

Kariyer planlaması, örgütün ilerdeki hedefleriyle bireyin kişisel hedefleri arasında uyumluluk sağlayarak, bireyin ileriki zamanlarda üstleneceği pozisyonların gerekli kıldığı yeterliliklerle donatılması çabaları olarak tanımlanabilir (Şimşek ve Çelik, 2004, s. 90).

Literatür de kariyer planlamasına ilişkin birçok tanım yer almaktadır. Bunlardan bazıları;

- "Kariyer planlaması, örgütte kendisine bir kariyer yolu seçerek bu yolda ilerlemeye başlayan bireyin amaçlarını ve bu amaçları gerçekleştireceği araçları belirleme sürecidir" (Özgen, Öztürk, ve Yalçın, 2002, s. 180).
- "Kariyer planlaması, kişinin kariyer planlarını ve hedeflerini ortaya koyması ve hedefe ulaşabilmesi için gerçekleştirmesi gereken amaçlardır" (Çelebi, 1997, s. 76).
- "Kariyer planlaması, iş görenin sahip olduğu bilgi, yetenek, beceri ve güdülerin geliştirilmesiyle, çalışmakta olduğu organizasyon içindeki ilerleyişinin, yükselişinin planlanmasıdır" (Ergül, 1996, s. 75).

2.3.1 Kariyer Planlaması Türleri

Kariyer planlaması, bireysel kariyer planlaması ve örgütsel kariyer planlaması olmak üzere iki başlık altında incelenebilir.

Bireysel Kariyer Planlaması: Bireysel kariyer planlaması, “personelin kariyer amaçlarını bireysel olarak planlama sürecidir” şeklinde ifade edilebilir (Carrell, Kuzmits, ve Elbert, 1992, s. 360)’dan aktaran (Tunç ve Uygur, 2001, s. 62). Bireysel kariyer planlaması dört temel aşamadan oluşmaktadır. Bunlar (Tunç ve Uygur, 2001, s. 72);

- **Kendi Kendini Değerlendirme:** Kariyer planlamasının başlangıç noktasıdır. Birey kendini gerçekleştirme düşüncesi ile hangi becerilerinin önemli olduğuna ve kendini anlamaya karar verir.
- **Fırsatları Tanımlama:** Bireyin kendi ilgi alanlarına göre iş imkanlarını tanımlaması aşamadır.
- **Amaçları Belirleme:** Bireyin güçlü ve zayıf yönlerini belirledikten sonra, kendi yeteneklerine uygun şekilde karar vererek kariyer amaçlarını belirlediği aşamadır. Bu aşamada bireyin kariyer planı hakkında ayrıntılı bilgi toplaması gerekmektedir. Çünkü kariyer alanı ile ilgili toplanan bilgiler ne derece sağlıklı ve güvenilir ise verilen kararlar da o denli doğru kararlar olacaktır.
- **Plan Hazırlama:** Bireyin hedeflerine ulaşmak amacıyla planlamış olduğu kariyer kararını uygulamaya geçtiği aşamadır. Bu aşamada planın uygulanabilir olması için içinde bulunduğu durumun ümit verici ve destekleyici nitelikte olması gerekir. Hazırlanacak planlar ilgili kariyer hedefindeki tüm faaliyetleri kapsar nitelikte olmalıdır.

Örgütsel Kariyer Planlaması: Örgütsel kariyer planlaması “personelin kariyer amaçlarının örgüt yönetimi tarafından planlanması sürecidir” şeklinde ifade edilebilir (Carrell, Kuzmits, ve Elbert, 1992, s. 360)’dan aktaran (Tunç ve Uygur, 2001, s. 63).

Örgütlerin kariyer planlaması, personelin kariyer planlarını yönetmesine yardımcı olmak üzere, kariyer olanakları ve kaynakları yönlü bilgi sağlayarak personele destek olması şeklindedir. Çünkü bireysel kariyer planlamasının başarısı örgütün bireye desteğe bağlıdır (Aytaç, 1997, s. 188).

2.3.2 Kariyer Planlamasının Amacı ve Önemi

Kariyer planlamasının amaçları bireysel kariyer planlamasını içeren bireysel amaçlar ve örgütsel kariyer planlamasını içeren örgütsel amaçlar olmak üzere iki başlık altında incelenebilir (Tunç ve Uygur, 2001, s. 62). Bu amaçlar aşağıda Tablo 2.3.'te sıralanmıştır;

Tablo 2.3. Kariyer planlamasının bireysel ve örgütsel amaçları (Aytaç, 1997, s. 167-168)'den aktaran (Tunç ve Uygur, 2001, s. 62-63)

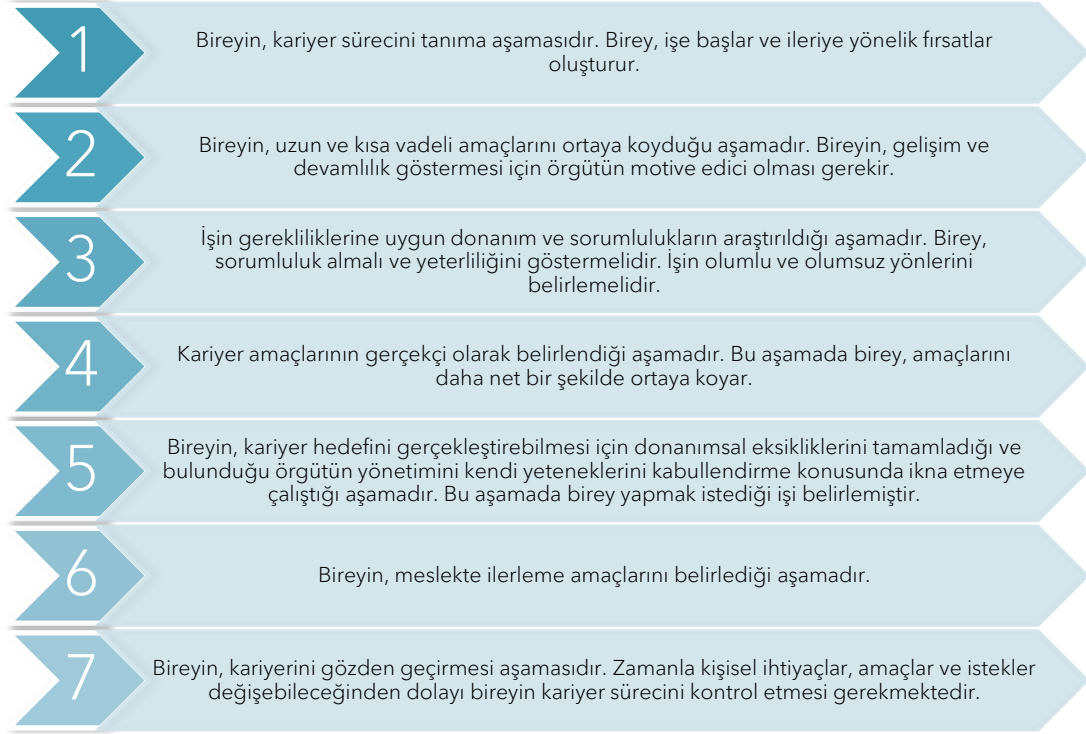
Bireysel Amaçları	Bireylerin kariyer hedeflerine ulaşmasını sağlamak
	İnsan kaynaklarını daha etkin kullanmak
	Personelin geliştirilmesini sağlamak
	İş performansının yükseltilmesini sağlamak
	Bireyin kendine güvenini arttırmak
	Bireysel eğitim ihtiyaçlarının belirlenmesine katkı sağlamak
	İş güvenliğini sağlamak
Örgütsel Amaçları	Personelin tam kapasitede çalışmasını sağlayarak örgütün amaçlarına ulaşmasını sağlamak
	Personelin iş tatminini ve huzurunu sağlamak
	Personel devrini ve maliyetlerini azaltmak
	Örgütsel sadakat sağlayarak, örgüt aidiyet duygusunu arttırmak
	İnsan kaynaklarından en üst seviyede faydalanılmasını sağlamak
	Personel potansiyelini arttırmak
	Dezavantajlı grupların kariyer gelişiminde destek olmak

Kariyer planlamasında birey başarı ya da başarısızlık elde ettiğinde kendi kariyer yolunu çizmektedir. Bireyin kariyer planı konusunda örgüt, iş hayatının kalitesini artırmaya çalışır. Kariyer planlamasının birey ve örgüt için en önemli unsuru motivasyondur (Aytaç, 1997, s. 165-166)'dan aktaran (Tunç ve Uygur, 2001, s. 64).

2.3.3 Kariyer Planlamasının Aşamaları

Kariyer planlaması birçok aşamayı içinde barındıran uzun vadeli bir süreçtir. Kariyer planlaması aşamaları Tablo 2.4'te açıklanmıştır.

Tablo 2.4. Kariyer planlamasının aşamaları (Aytaç, 1997, s. 173-176), (Siegel ve Myrtle, 1985, s. 158-159), (Plunkett ve Attner, 1992, s. 617)'dan aktaran (Tunç ve Uygur, 2001, s. 64-66).



2.4 Kariyer Patikası

Kariyer yolu olarak da anılan kariyer patikası kavramı, bireylerin ilerleyen zamanlarda iş ile ilgili sorumluluklarını ve ilerlemelerini karşılamak amacıyla bireysel tecrübelerini, eğitimlerini ve tecrübelerini planlama sürecidir. Bir başka ifadeyle bireylerin şahsi hedeflerini gerçekleştirmek amacıyla meslekte ve örgütte ilerlenen basamaklarını ifade eder. Bireylerin kariyer patikalarının belirlenmesinde örgütlerin büyük görevler üstlenmesi gerekir. Örgüt, yol gösterici rol üstlenerek bireylerin hedeflerine ulaşmasında bireye açık bilgiler sağlamış olacaktır. Böylelikle bireylerin örgüte olan bağlılığı üst düzeylere çıkarılacak ve aynı zamanda bireylerin iş tatmini de sağlanacaktır (Ekmen, 2014, s. 7).

2.5 Kariyer Platosu

Plato Türkçede “düzleşme” anlamına gelmektedir. Kariyer platosu ise “bireyin daha üst seviyedeki pozisyonlara yükselme imkanlarının zayıf olduğu noktalar” olarak tanımlanabilir (Tunç ve Uygur, 2001, s. 29). Bu kavram bireylerin uzunca bir süre kabiliyetlerindeki noksanlıklar veya başka etkenler nedeniyle kariyer yolunda ileriye doğru adım atamayacak durumunda olduğunu belirtmektedir. Diğer bir ifadeyle bireyin kariyer platosunda bulunmasına sebep kendi yetkinlikleri olabileceği gibi, örgüt yapısında yükselme olanaklarının bulunmaması da önemli etkenlerden bir tanesidir.

Yönetim pozisyonuna sahip kurum yapılarında meydana gelen azalma, bireylerin kariyerinde daha fazla ilerleme kaydedemeyeceği bir hal almasına neden olmaktadır. Bu durum örgütlerde bireylerin kariyer platosuna girmesini kaçınılmaz kılmaktadır. Zaten kariyer gelişimi daima yukarı yönlü olmak zorunda da değildir (Tunç ve Uygur, 2001, s. 28).

Örgüt içi veya dış kaynaklı farklı problemlerle karşılaşan ve bunları aşamayan, geleceğe dair çeşitli beklentiler noktasında ümitsizliğe kapılan örgüt bireylerini yönetmek zor bir hal alır. Bunun sonucu olarak da kariyer platosuna giren çalışanın verimliliği düşecek, öğrenme ve gelişim süreçlerinin dışında kalacaktır (Şimşek ve Çelik, 2004, s. 23). Bu noktada önemli olan, örgüt yönetiminin plato durumundaki bireyleri tespit ederek kendilerini bu durumdan kurtarabilmeleri için gereken önlemleri almalarıdır.

Birey iş yaşamı boyunca bulunduğu pozisyonda uzun süre kalabilir ki bu durumu kariyer platosu olarak adlandırılmaktadır. Kariyer platosunda bulunan bireyin ise doğal olarak işine karşı ilgi ve alakasında azalma olasılığı vardır. Çünkü aynı pozisyonda geçirilen süre zarfında yapılan iş, birey için sıradan ve can sıkıcı bir hâl almaktadır. Bunun sonucu olarak bireyde hata yapma olasılığında artış, işe devamsızlık, kişi üretkenliğinde azalma ve öz güven kaybı gibi etkiler görülebilmektedir (Ay ve Soybalı, 2019, s. 1892); (İshakoğlu, 1993, s. 66). Bir başka ifadeyle kariyer platosu; örgüte bağlılığında azalma, başka bir örgüte geçme oranında artış; çalışma isteğinde azalma şeklinde kendini gösterebilmektedir (Çelik ve Soysal, 2004, s. 44).

2.6 Kariyer apası

Kariyer apası bireylerin yetenek, değer ve gereksinimlerini yansıtan özellikleri olarak tanımlanmaktadır (Schein, 1996, s. 82)'den aktaran (Olca ve Düzgün, 2016, s. 1129). Kariyer apaları sekiz kategoriden oluşmaktadır. Bunlar (Olca ve Düzgün, 2016, s. 1129);

- **Teknik ve Fonksiyonel Yetkinlik:** İş ile ilgili teknik yetkinlik gerektiren görevlere yatkın olunması bu kariyer apasının etkin olduğu bireylerde rastlanmaktadır. Bu bireylerde bir üst kademeye geçmektense uzmanlaşmaları ve bireysel gelişimleri daha büyük önem taşımaktadır. Bir başka ifadeyle bu bireyler için işin kendisi diğer tüm faktörlerden daha büyük önem taşımaktadır.
- **Yönetmel Yetkinlik:** Bu kariyer çapası insanları yönetme çabası daha baskın olan bireylerde görülür. Bu apanın baskın olduğu kimselerde en büyük hedef yönetim kademesinin en üstünde olmaktır.
- **İstikrar:** Bu kariyer çapası ise, çalıştığı işin kendisini güvende hissettirecek ve ekonomik olarak tatmin edecek düzeyde olması gerektiğini düşünen bireylerde görülür. Bu bireyler kendilerini ekonomik olarak güvende hissettirecek imkanların varlığından emin olmak isterler.
- **Girişimcilik:** Bu kariyer apasının etkin olduğu bireylerde yeni projeler geliştirmek, yeni bir ürün ortaya koymak eğilimleri görölmektedir. Ayrıca bu bireyler daima kendi işlerini kurma fikri etkindir. Bu bireylerin en büyük özelliği ise sürekli risk alma istekleridir.
- **Bağımsızlık:** Bu kariyer apasının etkin olduğu bireylerde, örgüt içinde kısıtlamalardan rahatsızlık duyma güdüsü vardır.
- **Meydan Okuma:** Bu kariyer apasının etkin olduğu bireylerin krizleri aşma noktasında bireysel motivasyonları oldukça yüksek seviyededir. Bu bireylerin sürekli başarılı olma arzusu vardır.
- **Adanmışlık:** Bu kariyer çapasına sahip olan bireyler, yapmış olduğu çalışmaların ve kariyer patikalarının topluma hizmet etmesini ve topluma faydalı olmasını arzu ederler. Örgüt içerisinde gerçekleşen problemlere karşı duyarlı davranırlar.
- **Yaşam Tarzı:** Bu kariyer apasının hakim olduğu bireyler ise, kişisel ve ailevi ihtiyaçlarını ön planda tutmaktadırlar. Öncelikli olan husus bireysel kariyerleridir. Çalışma koşullarının kendi yaşam standartlarını olumsuz etkilemesini istemezler.

2.7 Kariyer Merkezleri

Üniversitelerden mezun olan birey sayısındaki artış, rekabeti arttırmaktadır. Sınırlı iş imkanlarına yönelik rekabeti artırabilmek için mezunlar ve öğrenciler bireysel çabaları ile çeşitli kurs, seminer veya eğitimlere katılmalıdırlar. İş yaşamında da bireylerin daha katılımcı çalışanlar olması ve çeşitli becerilere sahip olması bir gereklilik olarak görülmektedir (Kara, Güler, Tuna ve Hitay, 2016, s. 245). Bu becerilere sahip olmanın yanı sıra bireylerin kariyer hedeflerini belirlemeleri, kariyer planı oluşturmaları ve kariyer gelişimlerini sağlamaları oldukça önemlidir (Yerlikaya, Kanışlı ve Bozdoğan, 2020, s. 16). Günümüz koşullarında bu süreci yaygın ve etkin hale getirebilecek kurumlardan biri olan üniversiteler kendi mezun ettiği ya da hali hazırda var olan öğrencilerini rekabet ortamında desteklemek adına kariyer merkezleri oluşumuna girmiştir.

Kariyer kavramının 16. yüzyılda devlet memurluğu ile geliştiği ve bilimsel olarak 1970'li yıllarda incelenmeye başlandığı ifade edilmiştir (Erdoğan H. T., 2009, s. 3). Türk Dil Kurumu'na göre kariyer "Bir meslekte zaman ve çalışmayla elde edilen aşama, başarı ve uzmanlık" olarak ifade edilmiştir (TDK, 2020). Bireylerin kariyerlerine yön verebilmeleri için iş hayatına girmeden evvel kariyer süreçlerinin başladığını fark etmeleri gerekir. Bu farkındalığı kazandırmak ve bireylere kapsamlı bir danışmanlık hizmeti vermek amacıyla kurulan kariyer merkezlerine ihtiyaç ortaya çıkmıştır (Smith, 1978, s. 6). Bir kavram olarak Kariyer Merkezi'nin ilk kez ne zaman kullanıldığına yönelik alan yazında bir kaynağa rastlanmamıştır (Demir, 2017, s. 288). Kariyer merkezleri, bireylerin kendi potansiyellerini ve kariyer olanaklarını fark etmeleri, kariyer planlamaları yapmaları ve bu planları gerçekleştirebilmelerini sağlayan yerlerdendir (Yerlikaya, Kanışlı ve Bozdoğan, 2020, s. 17). Çeşitli söyleşiler, fuarlar, eğitimler ve iş gezileri gibi faaliyetler ile bireylerin farkındalığını arttırarak, kariyerlerine yön vermeyi amaçlarlar. Bu merkezler aynı zamanda iş dünyasıyla bağlantılar kurarak arz ve talepleri buluşturma noktasında bireylere ve örgütlere destek olabilirler.

2.7.1 Kariyer Merkezlerinin Vizyon, Misyon ve Temel Değerleri

Kariyer Merkezlerinin vizyonu, Türkiye geneli ve ilgili coğrafyalarda en üst düzeyde kilit paydaş iş birlikleri oluşturarak öğrenciler ve mezunlar için kaliteli, yenilikçi kariyer rehberliği hizmetleri sağlayan lider kurum olmaktır. Bu vizyona sahip olan Kariyer Merkezleri, öğrenci ve mezunlarımızın günümüz iş dünyası şartlarına ve eğilimlerine uygun kariyer planı yapabilmeleri ve kariyer planlarını hayata geçirebilmek için ihtiyaç duyacakları nitelikleri kazanabilmeleri konusunda onlara yardımcı olur.

Kariyer Merkezleri ayrıca öğrenciler/mezunların iş dünyası ile kendi networklerini, staj ve iş olanaklarını artırmaları için bir köprü vazifesi görür. Kariyer merkezlerinin temel değerleri ise aşağıdaki gibi sıralanabilir;

Millilik: Toplumumuzun tarihi mirasından gelen milli kültürüne, yaygın örf, ananelerine sahip çıkmak ve yaşatılması için çaba göstermek.

Standart: Kariyer hizmetlerini sistematik olarak iyileştirmek ve ortak bir Web Portalı aracılığıyla kariyer merkezi hizmetlerine ulaşım kolaylığı sağlamak ve standart oluşturmak.

Erişilebilirlik: Web tabanlı mesleki rehberlik hizmetlerini; iletişim kurma ve istihdam kaynaklarına erişim imkanını tüm coğrafyalardaki öğrencilerin ve mezunların erişimine sunmak.

Geliştirme: Öğrencilere, mezunlara, işverenlere ve diğer paydaşlara kariyer yönetimi süreçlerinde yardımcı olmak ve Kariyer Merkezi personelinin mesleki gelişimini desteklemek için kapsamlı programlar ve hizmetler sunmak.

İş Birliği ve Ortaklıklar: Profesyonel hizmetlerini verirken iç ve dış, tüm paydaşları ile açık ve dürüst iletişim biçimini benimsemek. Bu şekilde geniş paydaş ağı oluşturmak ve söz konusu paydaşların verilen hizmetlere aktif katılımını sağlamak.

Öğrencileri Mezunları ve İşverenleri Hizmetlerin Merkezine Koymak: Kariyer Merkezlerinin odak noktasının, öğrenciler, mezunlar ve işverenler olduğu bilinci ile onlara hak ettikleri saygıyı göstermek ve en iyi hizmeti sunmak.

Bütünlük: Ahlaki yaklaşımın önemini yansıtan kurum kültürünü teşvik etmek profesyonellik gerekleri ve saygı çerçevesinde her düzeyde erişilebilir olmak.

Şeffaflık: Sürekli gelişim sağlamak için kariyer hizmetlerinin çıktılarını değerlendirmek ve paylaşmak.

2.7.2 Kariyer Merkezi Hizmetleri

Bu bölüm kariyer danışmanlığı ve eğitim hizmetleri ile bilgi ve sosyal medya yönetimi faaliyetleri hakkında bilgileri içermektedir.

Kariyer Rehberliği ve Danışmanlığı: Kariyer rehberliği ve danışmanlığının temel amacı öğrencilerinin ve mezunlarının kariyer yönetimi ve iş arama süreçlerinde ihtiyaç duydukları profesyonel desteği sağlamak, gelişimlerini desteklemektir. Bu bağlamda, kariyer rehberliği ve danışmanlığının hedefleri aşağıda belirtilmiştir.

- Öğrencilerin/mezunların eğitim ve mesleki seçenekleri arasında doğru yönde seçim yapmalarına yardımcı olmak.
- Öğrencileri ve mezunları kariyer hizmetleri konusunda bilinçlendirmek.
- Öğrencilerin/mezunların, kariyer odaklı problemlerine yardımcı olabilmek için onları anlamak ve onlar hakkında bilgi sahibi olmak.
- Öğrencilerin/mezunların kendi farkındalıklarını arttırmalarına, becerilerini, değerlerini ve ilgi alanlarını anlamalarına yardımcı olmak.
- Öğrencileri/mezunları kariyer planlarını yapmaları için teşvik etmek.
- Danışmanlık oturumları, istihdam edilebilirlik eğitimleri, istihdam edilebilirlik becerileri hakkında kaynaklar ve araçlar hazırlama yoluyla öğrencilerin/mezunların becerilerinin geliştirilmelerine destek olmak.
- Öğrencilerin kariyer alternatifleri ve çalışma hayatı hakkında gerçekçi algılara sahip olmalarını sağlamak.
- Yapılandırılmış bir iş veya staj arayışında öğrencilere rehberlik etmek.

Bireysel Rehberlik ve Danışmanlık: Bireysel rehberlik ve danışmanlık, öğrenciler ve mezunlarla gerçekleştirilen 30 ile 60 dakika arasında süren oturumlardan oluşur. Bireysel danışmanlık için hedef gruplar üniversite öğrencileri ve mezunlarıdır. Mezuniyetlerine 6-12 ay kalmış öğrenciler ise öncelikli olarak hedeflenmiştir. Bir öğrenci/mezun Yetenek Kapısı'na kendi hesabı ile giriş yaparak sistemde belirlenmiş olan kariyer danışmanından randevu alabilir.

Çevrimiçi Rehberlik: Üniversitelerin birden fazla bölgede kampüsü bulunurken kariyer merkezleri çoğunlukla merkez kampüslerde konumlanmaktadır. Bu durum merkez kampüs dışında öğrenimine devam eden öğrencilerin kariyer hizmetlerinden yeterince yararlanamayarak dezavantajlı konuma düşmelerine neden olabilir. Kariyer danışmanlığı hizmetini çevrimiçi oturumlar aracılığıyla sunmak hem söz konusu öğrencilerin hem de hali hazırda kampüslerde bulunmayan mezunların danışmanlık ve rehberlik hizmetlerinden yararlanmasını sağlar. Çevrimiçi rehberlik oturumu, öğrencilerin veya mezunların ihtiyaçlarına bağlı olarak 20 ile 45 dakika arasında sürebilir. Ağırlıklı olarak bireysel oturumlar düzenlenir. Danışmanını yüz yüze görüşmenin daha faydalı olacağını düşündüğü durumlarda danışman sonraki oturum için danışanları yüz yüze görüşmeye davet edebilir.

Bilgi ve Sosyal Medya Yönetimi: Çevrimiçi kariyer hizmetlerinin ve kariyer merkezi hizmetlerinin tümünün çevrimiçi platformlar aracılığıyla duyurulmasının yönetimini kapsayan bu işlev, kariyer merkezinin hizmetlerini çok daha etkin ve verimli şekilde sunulması için altyapı sağlar. Çevrimiçi toplulukları yönetmek ve iyileştirmek yoluyla kariyer hizmetlerine erişimi kolaylaştırır, artırır. Böylece kariyer merkezlerinin erişim alanını genişletir.

2.8 Üniversitelerin Diğer Birimleri

Bireylerin kendi potansiyellerini ve kariyer olanaklarını fark etmeleri, kariyer planlamaları yapmaları ve bu planları gerçekleştirebilmelerini sağlayan yerlerden olan Kariyer Merkezlerinin yanı sıra Üniversitelerde farklı birimlerden de faydalanılabilir. Bu bölümde Üniversiteler bünyesinde bulunan ve kariyer anlamında yararlanılabilecek birimlerden olan Türkçe Öğretim Merkezi ve Sürekli Eğitim Merkezleri (farklı üniversitelerde uygulama ve araştırma merkezi veya koordinatörlük olarak yer alabilir) ile ilgili ayrıntılı bilgi verilmiştir. Bununla birlikte uluslararası ilişkiler biriminden de faydalanılabilir. Ancak uluslararası ilişkiler bölümünden nasıl faydalanılabileceği üçüncü bölümde ayrıntılı şekilde verilmiştir.

2.8.1 Türkçe Öğretim Merkezi (TÖMER)

Türkçenin yabancı dil olarak öğretimi esasında çok eski zamandan beri devam eden bir süreçtir. Ancak sistemli ve kurumsal bir çerçevede öğretim çalışmaları son 70 yıllık zaman dilimini kapsamaktadır. Ülkemize yurt dışından öğrenim görmek için gelen öğrencilere üniversitelerde Türkçe öğretilmesi 1958 yılında Boğaziçi Üniversitesi ile başlamıştır. Daha sonra İstanbul Üniversitesi'nde 1974 yılında Yabancı Diller Bölümü altında yabancılara Türkçe öğretim faaliyetleri başlamıştır. Ancak Türkçenin yabancı dil olarak öğretilmesi 1984 yılında Ankara Üniversitesi çatısı altında kurulan Türkçe Öğretim Merkezi (TÖMER) ile tamamen kurumsal bir kimlik almıştır.

Günümüzde hemen her üniversitede Türkçenin yabancı dil olarak öğretilmesi faaliyetlerini yürüten 85 TÖMER mevcuttur. Bu kurumların temel misyonu Türkiye'yi ve Türk kültürünü tanıtmak, yurt içi ve yurt dışındaki çeşitli kurum ve kuruluşlarla ortak çalışmalar yapmak, ilgili kamu kurum ve kuruluşlarıyla ortak eğitim-öğretim, araştırma, uygulama ve yayın faaliyetlerinde bulunmak; Türkçe öğretim yöntemleri konusunda araştırma ve uygulamalar yapmak; yapılmakta olan çalışmalara destek vermektir. Bu çerçevede TÖMER bir dil öğretim merkezi olmasının ötesinde bir kültür ve gelenek taşıyıcısıdır. Yurt dışından ülkemize gelen öğrenciler sadece Türk dilini öğrenmemektedirler, aynı zamanda Türk insanını ve Türk insanının yaşam tarzını ve kültürünü de öğrenmektedirler. Böylece Türkiye'de eğitim aldıktan sonra ülkesine dönen yabancı bir öğrenci, kendi ülkesinde Türkiye'nin tanıtımında önemli bir role sahip olurlar.

TÖMER'lerde Türk dilinin öğretimi temel olarak altı dil düzeyinde gerçekleştirilir. Başlangıç düzeyinden başlayarak "A1, A2, B1, B2, C1 ve C2" kurlarında eğitim verilir. Bu dil düzeyleri Avrupa Ortak Çerçeve Metni'ne bağlı olarak oluşturulur. Yabancı öğrencilerin dil düzeylerinin belirlenmesi için TÖMER'lerde ilk olarak "Düzy Belirleme Sınavı" yapılır.

Öğrencilerin, bu sınavdan aldıkları puana göre düzeyleri belirlenir ve kurlara yerleştirilir. Her kur sonunda dört temel dil becerisini kapsayan "kur bitirme sınavı" yapılır. Bunlar; "okuma, dinleme, yazma ve konuşma" becerileridir. Yabancı bir öğrencinin kur sınavında başarılı olabilmesi için dört becerinin hepsinden başarılı olması gerekmektedir. Öğrenci yeterli düzeye geldikten sonra TÖMER'den dil sertifikasını alarak üniversitede kayıt yaptırdığı bölümde eğitimine başlamaktadır.

Türkçenin yabancı dil olarak öğretimine son dönemlerde gerek üniversiteler bünyesinde gerekse çeşitli kurum ve kuruluşlarda büyük önem verilmekte ve bu alanda önemli çalışmalar yapılmaktadır. TÖMER'ler gün geçtikçe daha sistemli ve etkili çalışmalar yaparak Türkçenin bir dünya dili olması yönünde çaba sarf etmektedirler. Bu çalışmalar gelecekte Türkiye'nin uluslararası arenada daha çok tanınmasına vesile olacak ve Türk dili ile kültürünün yabancı ülkelerde popülerleşmesini sağlayacaktır.

2.8.2 Sürekli Eğitim Merkezleri

Yirmi birinci yüzyıl insanlık tarihi içerisinde bilim ve teknolojide en hızlı ve sürekli değişimin yaşandığı dönem olarak dikkat çekmektedir. İçinde bulunduğumuz bu süreçte bilim ve teknolojide gerçekleşen bu olağanüstü değişim ve gelişim insan kaynaklarında, meslek ve iş tanımlarında ihtiyaç duyulan bir takım bilgi ve beceriler noktasında da kendini göstermektedir. Birçok alanda yaşanan bu değişimler ve ihtiyaç duyulan mesleki beceriler, insan kaynakları açısından da aranan insan niteliklerinin sürekli bir biçimde kendini yenilemesini gerekli kılmıştır. Kısacası günümüz toplumsal yaşamı içerisinde insanlar, kendine yer edinebilmek için sürekli olarak kendini geliştiren ve hayat boyu öğrenen bireyler olmak durumundadır. Günümüz sürekli değişen ve gelişen dünyasında toplumlarının ihtiyaç duyduğu sürekli kendini yenileyen, hayat boyu gelişimlerine devam etmeleri noktasında sürekli eğitim merkezlerinin önemi gün yüzüne çıkmaktadır. Bu bağlamda özel sektörde ve devlet sektöründe kariyer planlaması yapmakta olan bireylerin almış oldukları temel lisans ve ön lisans eğitimlerinin yanı sıra rakiplerine fark yaratabilmeleri, onlardan bir adım önde olabilmeleri için kendilerini geliştirmeleri ve uzmanlık alanlarında da derinlemesine ve güncel mesleki bilgi ve becerilerle kendilerini donatmaları gerekmektedir. İş hayatının getirmiş olduğu bu rekabetçi ortamda mesleki becerilerin geliştirilmesi ve derinleştirilmesine katkı sağlayan kurumların başında da ülkemizde üniversiteler bünyesinde kurulan sürekli eğitim araştırma ve uygulama merkezleri gelmektedir.

Kısa adı ile sürekli eğitim merkezleri bulundukları bölgeler üniversite sanayi ve toplum iş birliğinin birer örneği olarak, bölge sanayisinin ve toplumu oluşturan bireylerin ihtiyaç duyduğu derinlemesine eğitim faaliyetlerinin bireylerle ve kurumlarla buluştuğu

merkezlerdir. Sürekli eēitim merkezleri ve kariyer gelişimi birlikte dřnldēēnde mesleki eēitim becerilerinin arttırılması, kişisel gelişimin desteklenmesi, hobi edinme eēitimleri, vb. birēok bireysel ve kurumsal eēitim etkinlikleri akla gelmektedir. Bu aēıdan sürekli eēitim merkezlerinin kariyer gelişimi aēısından vazgeēilmez kurumlardan bir tanesi olduēu ifade edilebilir.

BÖLÜM 3

ÖĞRENCİ DEĞİŞİM

PROGRAMLARI ve

BURSLAR

Dr. Öğr. Üyesi Fehim KURULOĞLU
Edanur BÜLBÜL



Kendin için neyin doğru ya da yanlış olduğunu bilecek yetenek sende var. Karar verdiğin yönde bir yaşam gücü oluşturma gücü sende var. Diğer insanlar senin desteğin olacaklardır. Düşün, taşın, araştır, ne yapacağına karar ver, kolları sıva, giriş, nasıl ve nerede sana yardım edeceğimizi söyle, yardım edelim. Önemli olan senin girişimin. Ancak sen girişirsen sana yardımcı olabiliriz.

Doğan Cüceloğlu

3 DEĞİŞİM PROGRAMLARI / BURSLAR

Değişimler ve destekler bir öğrencinin kariyer basamaklarında çeşitli fırsatlar yaratması açısından önem arz eder. Bu bölümde şartlarını sağladığınızda erişebileceğiniz desteklerden ve değişim programlarından bahsedilecektir.

3.1 Değişim Programları

Değişim programları denildiğinde öğrencilerin ilk aklına gelen genellikle Avrupa Birliği (AB) tarafından finanse edilen Erasmus+ programıdır. Ancak bu tür programlar yalnız Erasmus+'la sınırlı değildir. Bu bölümde başta Erasmus+ olmak üzere, Mevlana ve Farabi değişim programlarıyla beraber üniversiteler arası ikili iş birliği anlaşmaları sonucu doğan değişim imkânlarından da bahsedilecektir.

Değişim programları öğrencilere hem eğitim-öğretim yönünden hem de kariyer olanakları açısından önemli bir çıkış kapısı sağlamaktadır. Değişim programlarına katılan öğrenciler üzerinde yapılan araştırmalar, bu programlara katılan öğrencilerin;

- Kendilerine saygı ve özgüvenlerinin arttığını,
- Kendilerini daha iyi tanıdıklarını,
- Gelecek kaygılarında azalma olduğunu,
- Sorumluluk ve sorunlarla tek başına başa çıkma yetisi kazandıklarını,
- Farklılıklara saygılı olmayı öğrendiklerini,
- Dini, siyasi ve kültürel önyargılardan sıyrılmalarını kolaylaştırdıklarını ortaya koymaktadır.

Yukarıda sayılan ve daha da uzatılabilecek kazanımların elde edilmesine olanak sağlayan değişim programlarına katılım öğrencilere mezuniyet sonrası iş bulma konusunda da mühim etkilere sahiptir.

3.1.1 Erasmus Değişim Programı

Erasmus programı adını 15. ve 16.yy'da yaşamış olan Hollandalı filozof Desiderius Erasmus'tan almaktadır. Programın başlangıç tarihi pilot uygulamaların yapıldığı 1981 yılına gitmekle beraber resmen başlaması 1987 yılını buldu. Üniversite öğrencilerinin hareketliliği için Avrupa Topluluğu Eylem Programı adıyla başlayan program 1987 yılında 11 ülkeyi (Belçika, Danimarka, Almanya, Yunanistan, Fransa, İrlanda, İtalya, Hollanda, Portekiz, İspanya ve Birleşik Krallık) içine alarak "Erasmus Programı" adıyla uygulanmaya başlandı.

Başlangıçta yükseköğretim öğrencilerini hedefleyen program zamanla mesleki eğitim, okul eğitimi, yetişkin eğitimi, gençlik ve spor alanlarını kapsayacak şekilde genişledi. AB genişleme süreçleriyle yararlanıcı ülke sayısı artan programda AB üyesi olmayan Türkiye, Makedonya, İzlanda, Norveç ve Lihtenştayn'ın da katılımıyla 33 ülke yer almaktadır. Erasmus programı başladığı günden bu yana 10 milyon insana yurtdışında eğitim, öğretim, gönüllülük ya da mesleki deneyim kazanma şansı vererek hayal edilmesi güç noktalara ulaşmıştır.

Tasarlandığı ilk günden bu yana sürekli değişim ve gelişim halinde olan Erasmus programı için en önemli atılımlardan biri "Leonardo da Vinci, Erasmus Mundus, Comenius, Jean Monnet" gibi girişimlerin 2014 yılında aynı çatı altında Erasmus+ adıyla birleştirilmesi oldu. Yeni dönemle birlikte birçok yeniliği de beraberinde getiren program, yukarıda sayılan AB ülkeleri ve aday ülkelerin haricinde dünyanın dört bir yanına açılarak proje tabanlı değişim uygulamasına gidildi. Avrupa üniversitelerinin dünya çapında iş birliklerini geliştirmek, Avrupa değerlerinin yaygınlaşmasını sağlamak ve Avrupa'yı üniversite dünyasının merkezi haline getirmek projenin amaçları arasında sayılabilir.

Erasmus+ değişim temelinde sunduğu gönüllük, staj, spor, eğitim-öğretim imkanları sayesinde gençlere yeni dünyaların kapılarını aralarken, kişisel gelişimlerini tamamlamalarına büyük bir fırsat sunmaktadır. Yalnızca öğrenciler değil, akademisyenler, öğretmenler, kamu idarecileri, memurlar ve sivil toplum kuruluşları da bu imkanlardan yararlanarak kendi kurumlarını geliştirme şansı elde etmektedirler.

Erasmus+ programının katılımcılara sağladığı yararlar özetle aşağıdaki şekilde sıralanabilir;



*Erasmus ile ilgili
ayrıntılı bilgiye
ulaşabileceğiniz
Türkiye Ulusal Ajansı
web sayfası için
buraya tıklayınız ya
da kare kodu
okutunuz.*

17 Haziran 1987
11 ülke arasında Erasmus Programının başlaması
1988
Lüksemburg ile ilk değişim
1992
6 EFTA ülkesi ile ilk değişim (Avusturya, Finlandiya, İzlanda, Norveç, İsveç ve İsviçre)
1994
Lihtenştayn ile ilk değişim
1998
6 Orta ve Doğu Avrupa ülkesi ile ilk değişim (GKRY, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Polonya, Romanya ve Slovakya)
1999
5 Orta ve Doğu Avrupa ülkesi ile ilk değişim (Bulgaristan, Estonya, Letonya, Litvanya ve Slovenya)
2000
Malta ile ilk değişim
2002
1 milyonuncu Erasmus Öğrencisi
2004
Türkiye ile ilk değişim
2009
Hırvatistan ile ilk değişim ve 2 milyonuncu Erasmus Öğrencisi
2012/2013
3 milyonuncu Erasmus öğrencisi
2014
Yeni ERASMUS+ Programı'nın başlaması ve Makedonya ile ilk değişim

- Gençlerin istihdam edilebilirliğine,
- Aktif vatandaşlık niteliği kazanabilmelerine,
- Dezavantajlı grupların sosyal kabullerinin arttırılmasına,
- Uluslararası iş birliğinin geliştirilmesine,
- Kültürlerarası hoşgörü ve anlayışın arttırılmasına,
- Dil becerilerinin geliştirilmesine,
- Eğitim-öğretim kalitesinin arttırılması ve standardizasyonuna,
- Sürdürülebilir kalkınmaya önemli katkılar sunmuştur.

2004 yılından bu yana Türkiye'nin dahil olduğu bu programdan 500 binden fazla öğrenci, öğretmen, akademisyen ve profesyonel faydalanmıştır. Bu değişim hareketlilikleri için Türkiye'ye aktarılan hibe miktarı ise 1 milyar avrodan fazladır.

Tablo 3.1. Hareketlilikte misafir olunan ülkeler

	Hareketlilikte Misafir Olunan Ülkeler	Aylık Hibe
1. ve 2. Grup Program Ülkeleri	Birleşik Krallık, Danimarka, Finlandiya, İrlanda, İsveç, İzlanda, Lihtenştayn, Lüksemburg, Norveç, Almanya, Avusturya, Belçika, Fransa, Hollanda, İspanya, İtalya, Malta, Portekiz, Yunanistan,	500 avro
3. Grup Program Ülkeleri	Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti, Estonya, Hırvatistan, Letonya, Litvanya, Macaristan, Makedonya, Polonya, Romanya, Slovakya, Slovenya, Sırbistan	300 avro

Erasmus+ programı kapsamında öğrenim hareketliliği ve staj hareketliliğine başvurmak isteyen öğrencilerin üniversitelerinin Erasmus Ofislerine uğramaları veya web sayfalarını ziyaret etmeleri gerekmektedir. Üniversiteler senenin belirli zamanlarında Erasmus ilanına çıkarak Ulusal Ajans tarafından hazırlanan Erasmus El Kitabında çizilen çerçeve dahilinde başta akademik başarı ve dil yeterliliği gibi kriterler ile şeffaf bir şekilde öğrenci seçim sürecini yönetirler. Değişim programından yararlanmaya hak kazanan öğrenciler en fazla 12 ay hibeli şekilde yurtdışında eğitim ve staj imkânına kavuşurlar. Bu ülkeler Tablo 3.1'de verilmiştir.

3.1.2 Farabi Değişim Programı

Öğrenci değişim programlarının üniversite öğrencilerinin kariyer planlarına ve kişisel gelişimlerine olan katkılarının somut çıktılarının gözle görülür hale gelmesi dünyanın dört bir yanındaki yükseköğretim kurumlarının bu tür programlara ilgisini arttırdığı bilinen bir gerçektir. Türkiye bu konudaki aktif tutumunu ilan ettiği iki değişim programıyla tüm dünyaya gösterdi. Bunlardan biri olan Farabi programı 2009 yılında başlatıldı. Farabi programı kısaca Türkiye'deki üniversite öğrencilerinin ülke içinde başka bir üniversitede öğrenim görmelerini sağlayan bir programdır.

Ön lisans, lisans ve lisansüstü seviyede eğitim-öğretim yapan yükseköğretim kurumları arasında öğrenci ve öğretim üyesi değişimini amaçlayan bu programda, öğrenci veya öğretim üyelerinin bir veya iki yarıyıl süresince kendi kurumlarının dışında bir yükseköğretim kurumunda eğitim ve öğretim faaliyetlerine devam etmeleri amaçlanmaktadır. Katılan öğrencilere ve öğretim üyelerine hibe desteği sağlayan Farabi programının uygulanmasına ilişkin ilkeler, yönetmelik ile esas ve usuller Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK) tarafından ayrıntılarıyla belirlenmiştir.

Avrupa yükseköğrenim alanını değişim etkinlikleri temelinde birleştiren programının isim babası olarak Avrupa değerlerini ve bilimini temsil eden Erasmus'un seçilmesi gibi, Farabi programının isim babası da İslam bilim tarihinin sembol bilim insanlarından el-Farabi olmuştur. IX. ve X. yüzyıllarda yaşayan Türkistanlı alim felsefe, matematik, mantık, siyaset bilimi ve musiki alanında devrinin ötesinde eserler ortaya koymuştur.

Farabi Değişim Programı'nda bir yükseköğretim kurumunun program kapsamında öğrenci değişimine ortak olabilmesi için diğer yükseköğretim kurumlarıyla protokol imzalaması gereklidir. Değişimin kapsamı, karşılıklı olarak mevcut olan programlarla sınırlıdır.

Değişim programı, yurtiçinde bir yükseköğretim kurumuna kayıtlı olan öğrencinin, bir (güz) veya iki (güz ve bahar) yarıyıl süresince kendi kurumu dışında bir yükseköğretim kurumunda eğitim ve öğretim faaliyetlerine devam etme imkânı sağlamaktadır.



*Farabi Değişim
Programı hakkında
detaylı bilgi almak
için buraya tıklayınız
ya da kare kodu
okutunuz.*

3.1.3 Mevlana Değişim Programı

Mevlana Değişim Programı 23 Ağustos 2011 tarihinde 28034 sayı numarasıyla Resmi Gazete’de yayınlanarak faaliyetine başlamış YÖK’e ait bir programdır. Bu program vasıtasıyla yurtiçindeki yükseköğretim kurumlarıyla yurtdışındaki yükseköğretim kurumları arasında öğrenci ve akademik personel değişimi gerçekleştirilmektedir. Mevlana Değişim Programı’nın diğer programlardan en önemli farkı dünya üzerinden hiçbir bölgesel farklılık gözetmeksizin tüm ülkelerin yükseköğretim kurumlarıyla öğrenci ve öğretim elemanı değişimine açık olmasıdır. Mevlana Değişim Programı’na katılmak isteyen öğrenciler asgari bir, azami iki yarıyıl eğitim dönemi için faaliyetten yararlanabilirler. Öğretim elemanları ise; asgari bir hafta, azami üç ay süreyle değişim programından faydalanabilirler. Aynı süreler geçerli olmak üzere yurtdışından da öğrenci ve akademisyenler programdan yararlanabilirler.



Mevlana Değişim Programı hakkında detaylı bilgi almak için buraya tıklayınız ya da kare kodu okutunuz.

Mevlana Değişim Programı’ndan yararlanılabilmesi için öncelikle ilgili yükseköğretim kurumunun bulunduğu ülkenin YÖK Mevlana Değişim Programı listesinde yer alması gerekmektedir. YÖK’e bağlı yükseköğretim kurumlarıyla, ilgili listede yer almayan ülkelerin yükseköğretim kurumları arasında Mevlana Değişim Programı Protokolü imzalanamaz. Yükseköğretim kurumlarımız protokol imzalamak istedikleri yabancı yükseköğretim kurumunun bilgilerini YÖK’e sunarak izin talebinde bulunurlar. YÖK’ün izin vermesi durumunda karşı üniversitelerle protokol imzalanarak Mevlana Değişim Programı’yla ilgili çalışmalar başlatılmış olur. Protokolün süresi imzalandıktan itibaren beş yıldır.

Akademik personelin değişim programı süresince akademik faaliyetleri haftalık altı saatin altına düşemez. Bu altı saatlik faaliyet süresi akademisyenlerin verdikleri ders saati üzerinden hesaplanmaktadır. Haftalık altı saatlik dersin sağlanamadığı durumlarda gerçekleştirilecek olan panel, seminer, konferans ve söyleşiler bu şartı sağlamaya yeterli kabul edilmektedir. İçinde öğretim elemanları için ders verme hareketliliği bulunmayan akademik faaliyetler Mevlana Değişim Programı’nın içeriğinde bulunmamaktadır. Bu tarz programların Mevlana Değişim Programı üzerinden yapılmasına YÖK tarafından izin verilmemektedir. Değişim programından faydalanmak isteyen Türk vatandaşı öğretim elemanları proje üzerinden başvuru yapabilmektedirler. Projenin değerlendirilmesi YÖK tarafından yapılmaktadır. Öğrenciler aşağıdaki şartları sağlamak koşuluyla hareketlilik için aday olabilmektedirler:

- Öğrencinin, örgün eğitime sahip yükseköğretim programlarında ön lisans, lisans, yüksek lisans veya doktora öğrencisi olması,
- Ön lisans ve lisans seviyesindeki öğrencilerin genel akademik ortalamasının dört (4) üzerinden en az iki buçuk (2,5) olması,
- Yüksek lisans ve doktora öğrencilerinin genel akademik ortalamasının dört (4) üzerinden en az üç (3) olması gerekmektedir.
- YÖK'e bağlı yükseköğretim kurumunun yapacağı Mevlana Değişim Programı dil yeterlilik sınavında belirlenen puan ve üzeri not almış olmak. (Yurtdışındaki üniversitelerin kendi öğrencileri için vereceği dil yeterlilik belgesi programa adaylık için yeterli kabul edilmektedir.)
- Programdan yararlanmak isteyen aday öğrencilerin dil puanlarının %50'si ile akademik not ortalamalarının %50'si alınarak en yüksek nottan en düşüğüne doğru tüm puanlar sıralanır. Sonuçlar YÖK'e bildirilerek kazanan öğrencilerin onayı istenir.
- Ön lisans ve lisans programlarının hazırlık ve birinci sınıfında, yüksek lisans ve doktora programlarının hazırlık ve bilimsel hazırlık dönemlerinde okuyan öğrenciler eğitime başladıkları ilk yarıyıl için bu programdan faydalanamazlar.

YÖK, Mevlâna Değişim Programı vesilesiyle;

- Yükseköğretim öğrenci ve öğretim elemanlarının uluslararası bakış açısına sahip olmalarına destek olmayı,
- Türkiye'yi yükseköğretim açısından uluslararası bir merkez haline getirmeyi,
- Üniversitelerimizin akademik zenginlik ve kabiliyetlerini artırmayı,
- Türkiye'nin kadim ve zengin tarihi-kültürel yapısını uluslararası akademik çevreler üzerinden dünyaya tanıtmayı,
- Farklı kültürlerin birbirlerini tanımasıyla akademik bilgi birikiminin aktarılması ve gelişiminin sağlanmasını amaçlamaktadır.

3.1.4 İkili İş Birliği Anlaşmaları ve Değişim Programları

Yukarıda zikredilen değişim programlarının yanı sıra üniversiteler arası ikili iş birliği ve iyi niyet anlaşmaları (Memorandum of Understanding-MoU) kapsamında da öğrenci ve personel değişim programları organize edilebilmektedir. Değişim programları konusunda en önemli nokta finansman kaynağıdır. Erasmus programının finansmanı Avrupa Birliği, Mevlana ve Farabi programlarının ise Yüksek Öğrenim Kurumu (YÖK) tarafından sağlanmaktadır. Genellikle üniversiteler arası proje odaklı yapılan bu değişimlerde finansman ve organizasyon desteği diğer programlara nazaran daha azdır. İki üniversite ve ülke arasındaki ilişkileri geliştirmek ve derinleştirmek amaçlı bu programlar ileriki aşamada ortak lisans ve lisansüstü programların açılmasına olanak sağlayabilmektedir.

3.2 Destek Programları

Her öğrenim seviyesindeki öğrencinin finansal desteğe ihtiyacı olabilir. Bu finansal ihtiyacınızı karşılamak için çeşitli özel kuruluşlardan bireysel çabalarınızda destek bulabileceğiniz gibi Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), MEB ve YÖK gibi kamu kuruluşlarından da gerekli şartları sağlayarak destek alabilirsiniz.

3.2.1 TÜBİTAK Destekleri

Tüm destekler, belirlenen kriterler çerçevesinde öğrencileri desteklemek amacıyla TÜBİTAK tarafından verilir. Bu destekler lisans öğrencilerine, lisansüstü öğrencilerine, doktora sonrasına ve yabancılara yöneliktir (TÜBİTAK, 2021). Bu desteklerden faydalanabilmek için adayların Bilim İnsanı Destekleme Daire Başkanlığı'na (BİDEB) başvuru yapması gerekir.



BİDEB'e ulaşmak için
buraya tıklayınız ya
da kare kodu
okutunuz.

3.2.2 Milli Eğitim Bakanlığı Destekleri

Bu bölümde MEB tarafından belirlenen kriterler çerçevesinde öğrencileri desteklemek amacıyla verilen bir destekten bahsedilecektir. Bu destek lisansüstü öğrencilerine yöneliktir.

YLSY Burs Programı: Yurt Dışına Lisansüstü Öğrenim Amacıyla Gönderilecek Öğrencileri Seçme ve Yerleştirme (YLSY) Bursu, Millî Eğitim Bakanlığı tarafından yürütülen, kamu kuruluşlarının ve üniversitelerin yetişmiş insan kaynağı gereksiniminin giderilmesi amacıyla zorunlu hizmet karşılığında yurtdışı lisansüstü öğrenim bursluluk programıdır. 1416 sayılı Kanuna istinaden Millî Eğitim Bakanlığı tarafından, lisansüstü öğrenim görmek amacıyla yurtdışına gitmek isteyen öğrencilere verilen burstur (Millî Eğitim Bakanlığı (MEB), 2020).

YLSY kapsamında hem yüksek lisans hem de doktora öğreniminizi tamamlayabilirken, sadece yüksek lisans veya sadece doktora öğrenimi de görebilirsiniz. Yurtdışı yüksek öğrenimleri süresince burs için gerekli şartları sağlayan ve not ortalaması 2,50 üzerinde olan öğrencilere verilmektedir. Bu bursun asıl amacı etkin bir iş gücü sağlamaktır. YLSY bursu, yurtdışındaki eğitimlerin bitmesinin ardından Ölçme, Seçme ve Yerleştirme Merkezi (ÖSYM), MEB, Devlet Su İşleri, Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü, Çölleşme ve Erozyonla Mücadele Genel Müdürlüğü, Orman Genel

Müdürlüğü gibi devlet kurumlarında çalışması karşılığında veya belirlenmiş olan ücreti ödeme karşılığında verilmektedir. YLSY ile gidebileceğiniz ülkeler her sene yayınlanan kılavuzlarda yer almaktadır.

3.2.3 Yüksek Öğretim Kurulu (YÖK) Destekleri

YÖK hem lisans hem de lisansüstü öğrencilerine çeşitli burslar sağlayarak destek olmaktadır. Bu desteklerin arasında yabancı uyruklu öğrencilere sağlanan burs desteği de yer almaktadır (YÖK, 2018).

Yükseköğretim Kurumlarındaki Lisans Programlarına Kayıtlı Öğrencilere Verilen Burslar: YÖK tarafından belirlenen devlet üniversitelerindeki lisans programlarına ilk üç sırada yerleşen ve kayıt yaptıran lisans öğrencilerine Yükseköğretim Kurulunca belirlenen miktarda ve sürede aylık destek verilmektedir.

100/200 YÖK Doktora Bursu: YÖK tarafından belirlenmiş alanlarda öğrenim gören doktora öğrencilerinin desteklendiği YÖK tarafından belirlenen miktarda ve sürede verilen aylık destektir.



YÖK Destekleri hakkında detaylı bilgi almak için buraya tıklayınız ya da kare kodu okutunuz.

Yükseköğretim Kurulu Tarafından Yurtdışından Gelecek Yabancı Uyruklu Öğrencilere Sağlanan Destekler: Bir yıl içerisinde en fazla 200 yabancı uyruklu öğrencinin faydalanabileceği destek programıdır. Bu destek öğrenim ücreti, Türkçe dili eğitim giderini, genel sağlık sigortası primini, Yükseköğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumu'na bağlı yurtlarda barınmaları şartıyla yurt ücretinin karşılanmasıdır.



MEB YLSY hakkında detaylı bilgi almak için buraya tıklayınız ya da kare kodu okutunuz.



TÜBİTAK Lisansüstü Bursları hakkında detaylı bilgi almak için buraya tıklayınız ya da kare kodu okutunuz.



TÜBİTAK Lisans Bursları hakkında detaylı bilgi almak için buraya tıklayınız ya da kare kodu okutunuz.

BÖLÜM 4

İLETİŞİM

Öğr. Gör. Hıdır POLAT
Öğr. Gör. Aslı ÖZTÜRK TERZİ
Öğr. Gör. Mehmet CARLIK



"Davranış, herkesin kendi yüzünü gösterdiği bir aynadır."

Johann Wolfgang von Goethe

4 TEMEL İLETİŞİM BECERİLERİ

İnsanlık tarihi kadar eskilere giden iletişim, beklenildiği ya da sanıldığı kadar kolay tanımlanabilir bir olgu değildir. Tarihsel ilerleyişi içerisinde farklı disiplinler, farklı yaklaşımlar çerçevesinde tanımlanmaya çalışılmıştır. İşin en ilginç yanı yapılan tüm tanımların doğru olmasıdır. Çünkü iletişime her disiplin kendi kullanım alanı çerçevesinde yaklaşmış ve tanımlamıştır (Aziz, 2016, s. 25).

İletişim nedir? denildiğinde ilk kısa tanımlama karşılıklı konuşmak şeklindedir. Genellikle eğitim sürecinde öğrencilere bu soru yöneltildiğinde verilen cevaplar; "iki kişinin birbiri ile sohbet etmesi", "birine soru sormak ve yanıt almak", "biriyle bir konuyu tartışmak" vb. şekilde gerçekleşir (Güngör, İletişim: Kuramlar ve Yaklaşımlar, 2011b, s. 36). İnsanlar "nedir?" sorusuna karşılık tek cümlelik bir tanım beklerler. Hâlbuki dünyada tek cümle ile tanımlanamayacak çok şey vardır. İletişim kavramı da bunlardan bir tanesidir. Çünkü iletişim; insanın her anıyla iç içe geçmiştir, insanın kendini yeniden üretebilmesi için olmazsa olmazdır; insana dair her şeyi kapsamaktadır (Erdoğan İ. , 2011, s. 37). "İletişim yüz yüze konuşmadır, televizyondur, enformasyon yaymadır, saç biçimimizdir, edebi eleştiridir" (Fiske, 2014, s. 71).

Dolayısıyla iletişim olgusunun tek bir tanımı yoktur. Çok sayıda tanımı söz konusudur. (Aziz, 2016, s. 28), 1970'li yıllarda iletişim üzerine yapılan araştırmalarda 126 farklı tanıma rastlanıldığından bahsederken, (Zillioğlu, 2003, s. 4) yazılı kaynakların taranması neticesinde kelimenin 4560 kullanımından söz etmektedir. Çok farklı araştırmacılar farklı tanımlamalar gerçekleştirmiştir. Bunlardan bazıları şunlardır:

"İletişim mesajlar aracılığıyla gerçekleştirilen toplumsal etkileşimdir".

"İletişim, katılanların bilgi yaratıp, karşılıklı bir anlamaya ulaşmak amacıyla bu bilgiyi birbirleriyle paylaştıkları bir süreçtir".

"İletişim, bilginin, fikirlerin, duyguların, becerilerin vb. simgeler kullanılarak iletilmesidir".

İletişim semboller (simgeler), işaret, resim, plastik, sözel veya herhangi bir şekilde yapılan bir değiş tokuştur" (Aziz, 2016, s. 28-29).

Tanımlardan hareketle iletişimin; insanlar arasında gerçekleşen, anlamların paylaşılmasını içeren ve aktarım sürecinde simgelerin ve sembollerin devreye girdiği bir olgu olduğu görülmektedir. Nitekim denilebilir ki insanlar iletişimi kullanarak diğer

insanlarla bir bağ kurmakta onları etkilemekte, onlardan etkilenmekte, nihayetinde toplumsal bir varlık olarak kendisini gerçekleştirebilmektedir. Çünkü insan, toplumsal ve kültürel bir varlıktır. İçine doğduğu toplum ve kültür bağlamında düşüncelerini, duygularını, isteklerini iletmek; başkalarının duygularını, düşüncelerini ve isteklerini anlamak için iletişime ihtiyaç duymaktadır (Doğan A. , 2017, s. 10). Hatta varlığın devamlılığı için insanı oluşturan tüm alt sistemlerin de birbiri ile iletişim içerisinde olduğunu göz önünde bulundurursak, insan için hayatidir. Yani canlının olduğu her yerde bir yaşam, yaşamın olduğu her yerde muhakkak iletişim vardır. Çünkü iletişim canlıların yaşamlarının ve ilişkilerinin var olmasında ve sürdürülmesinde temel olandır (Erdoğan İ. , 2011, s. 38).

4.1 İletişimin Özellikleri

İletişimin birtakım özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler tek bir kaynaktan derli toplu olarak verilmemektedir. Genellikle iletişim ile ilgili yazılı kaynakların derlenmesi neticesinde ortaya çıkmaktadır ve burada verilen özellikleri ile sınırlı değildir.

İletişim Evrenselidir: İnsanın olduğu her yerde iletişim vardır. İnsan bir toplumsal varlıktır ve toplumsal etkileşimler muhakkak iletişimseldir (Hartley, 2010, s. 34). Yani iletişim bir ulusa, bir bölgeye, bir dile özgü değildir. Evrensel bir olgudur.

İletişim Toplumsal Bir Olgudur: İletişim için en az iki kişi gereklidir. Kişinin düşündüklerini, hissettiklerini, isteklerini iletmesi ve karşı tarafından benzer durumlara ilişkin iletebileceklerini anlaması için iletişim şarttır. İletişim her şeyden soyutlanarak üretilen bir olgu değildir. Deneyimler, sosyalleşme süreçlerinde elde edilen tecrübeler, bilgiler iletişim sürecinin biçimini ve süreçte kullanılacak sembolleri ve simgeleri belirler (Aziz, 2016, s. 37).

İletişim Kültürelidir: İletişim toplumsal bir olgudur. Birey de belirli bir toplum ve kültür içinde doğar, büyür ve gelişir. Bu süreçte bu kültürün tüm maddi ve manevi değerlerini öğrenmekte ve kendisinde pekiştirmektedir. Dolayısıyla yaptığı ve yapacağı her şeyde bu kültürün etkisi olacaktır. İletişim süreci de bu kültürün bir parçası olarak düzenlenmektedir (Aziz, 2016, s. 37).

İletişim Semboliktir/Simgeseldir: İletişimin temelinde dil vardır ve dilin işleyişi sembollere bağlıdır. Zaman içerisinde dilin özelliğine bağlı olarak gelişen semboller dili oluşturur. Sözlü iletişim sürecinde sesler olurken; sözsüz iletişim sürecinde kültürden kültüre farklılık gösteren işaretler olmaktadır. Buradaki kritik husus, iletişim sürecinde kullanılan sembollerin iletişimin iki tarafı için ortak simgeler ve semboller olması zorunluluğudur. Aksi takdirde iletişimin ilk koşulu gerçekleşmez ve iletişim başlamadan sona erer (Aziz, 2016, s. 36). Çünkü iletişim için ortak sembollere ihtiyaç vardır. İletişim sürecinde

bu semboller kullanılarak anlam üretilmektedir. İletişim semboliktir denildiğinde; sözlü, yazılı, görüntülü semboller kullanılarak anlamların yaratılması, çıkartılması ve paylaşılması anlaşılmalıdır (Erdoğan İ. , 2011, s. 75).

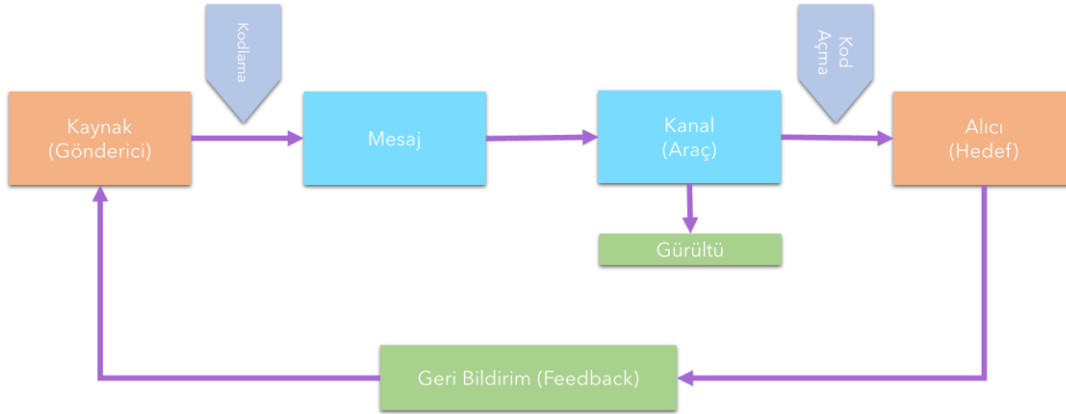
İletişim Bir Süreçtir: İletişimi salt bir mesajın iletilmesi ve alınması olarak tanımlamak doğru değildir. Her iletişimsel eylem, kendisinden önce gerçekleşmiş iletişim olayının bir devamı niteliğindedir. Tek başına oluşan, diğerlerinden kopuk bir şey değildir (Geçikli, 2008, s. 259).

İletişim Geri Dönüşümsüzdür: İletişim süreci gerçekleştikten sonra ifadeleri geri almak mümkün değildir. Özellikle de sözel iletişim için daha da geçerlidir. Sözler ve eylemler hafızalara kazınır ve onları silmek mümkün değildir (Geçikli, 2008, s. 259). Bu durumu atasözümüz olan “bin düşün bir söyle” çok net özetler niteliktedir.

İletişim Kaçınılmazdır: İletişim kaçınılmaz bir olgudur. Sessiz kaldığımızı düşündüğümüz anlarda bile iletişimin varlığından bahsedilmektedir. Yüz ifademiz, duruşumuz, el kol hareketlerimiz, giyim tarzımız vb. her şey iletişim sürecine ilişkin sinyaller taşımaktadır. Hatta iletişimin olduğu bir ortamı iletişime katılmadan terk etmek dahi karşı tarafa bir iletişimsel mesaj gönderir. Yani temel gerçek “iletişimsiz olunmayacağı”dır (Geçikli, 2008, s. 258).

4.2 İletişim Süreci ve Unsurları

İletişim bir süreçtir. İletişim bireyin geçmişi ve gelecek beklentilerinden bağımsız değildir. Bir iletişimsel eylem söz konusu ise, bu iletişimsel süreç içerisinde bireyin geçmişte yaşadıkları, birikimleri, başarıları, yanılgıları ile gelecek beklentileri, kaygıları ve umutları da devrededir. Yani iletişim her defasında sıfırdan oluşturulan bir süreci temsil etmez. Aksine geçmişten geleceğe uzanan ve zaman içinde gelişen ve dönüşen sürekliliği olan bir olgudur (Zillioğlu, 2003, s. 95). Süreç içerisinde farklı toplumlarda ve kültürlerde farklı semboller çerçevesinde gerçekleşse de değişmeyen temel unsurlara sahiptir. İletişim etkisine (olumlu/olumsuz), yönüne (tek yönlü-çift yönlü), iletişimde kullanılan kodlama sistemine (sözlü-sözsüz), ilişki yapısına (kişilerarası-grup-kitle iletişimi), bireyin konumuna (yatay-dikey), zamana ve mekâna (yüz yüze-uzaktan) göre değişmeden bütün iletişim sürecinde kaynak (gönderici), kodlama, mesaj (ileti), kanal (araç), kod açma ve alıcı (hedef) temel unsurları vardır. İletişim türüne göre eğer çift yönlü ise bir de geri bildirim unsuru temel öğeler arasındaki yerini almaktadır (Doğan A. , 2017, s. 12). Bunlara gürültü unsuru da eklenmektedir.



Şekil 4.1. İletişimin süreci ve temel unsurları

Kaynak ve Alıcı: İletişim süreci içerisinde bulunan kişilerin temel iki rolü vardır. Süreç içerisinde kişiler kaynak (gönderici) ya da alıcı (hedef) rollerine sahiptir. Kaynak mesaj gönderiminde etkili olan kişi ya da kişiler iken; alıcı ise mesajın yönlendirildiği kişi ya da kişilerdir (Pearson ve Nelson, 1997, s. 9). Kaynak süreç içerisinde karar alıcı konumdadır. Hangi mesajın gönderileceğine kaynak karar verir (Fiske, 2014, s. 79). Yani iletişim sürecini başlatan, mesajları seçip kodlayan kişi ya da gruplardır (Geçikli, 2008, s. 271-272). Alıcı (hedef) ise kaynak tarafından gönderilen mesajları belirli sosyo-psikolojik ve biyolojik süreçlerden geçirerek anlamlandıran ve mesaja çeşitli şekillerde (sözlü, sözsüz vb.) tepki veren kişi, grup ya da kitlelerdir (Zıllıoğlu, 2003, s. 98). Buradaki temel husus kaynak ile alıcının birbirinden ayrılmasının zorluğudur. Çünkü iletişim süreci içerisindeki hareketleri birbirine bağlı iki rol söz konusudur. Roller sabit değildir. Bir taraftan mesajı gönderen kaynak konumundaki kişi, aynı zamanda mesajı alan hedef rolüne bürünebilir. Birbirinin yerine geçen rollerdir. Bu durum genellikle yüz yüze ya da eş zamanlı iletişim için geçerlidir (Pearson ve Nelson, 1997, s. 9).

Mesaj (İleti): Bu kavram iletişimin özü olarak tanımlanabilir. İletişim süreci içerisinde kaynak tarafından alıcıda belirli tutum, düşünce ve davranış değişikliği yaratmak için tasarlanmış ve kodlanmış semboller bütünüdür. Mesajın iletişim sürecinde sözlü ya da sözsüz sembollerden oluşmaktadır (Pearson ve Nelson, 1997, s. 10). Yani mesaj kaynak tarafından üretilerek alıcıda uyaran işlevi görmesini beklediği sözlü, sözsüz ve görsel sinyallerdir. Mesajda; mesajın içeriği ve dili büyük bir önem taşımaktadır. Mesajın dili alıcı tarafından kolay anlaşılabilir şekilde açık, net bir yapıya sahip olmalıdır. Mesaj içeriği ise aktarılmak istenen duygu, düşünce ve davranışlarla alakalıdır. Dolayısıyla mesaj içeriği bunların doğru şekilde anlaşılmasını sağlayacak şekilde hazırlanmalıdır. Bir mesajda; anlamlılık, doğruluk, gerçekçilik ve açıklık/anlaşıla bilirlilik özellikleri olmalıdır (Geçikli, 2008, s. 271-272).

Kod-Kodlama ve Kod Açma: Kod ortak bir anlam sistemini ifade eder. Kültürün bir parçası niteliğindedir. Yani belirli bir kültürün  yeleri tarafından kabul görmüş ve paylaşılan anlam sistemleridir ve sembollerin kullanım yapısını, iletilerin nasıl bir araya getirileceklerini belirleyen kurallardan oluşmaktadır (Fiske, 2014, s. 95). Kısaca kod, sözlü-sözsüz mesajların işaret haline dönüştürülmesidir. Kodlama ise; kişilerin duygularını, düşüncelerini, fikirlerini vb. iletişim araçlarının özelliklerine uygun şekilde simgelerle (görsel ya da sessel) sinyalleştirmesidir. Kod açma iletilen mesajların alıcının duyu organları vasıtasıyla alınması, yorumlanması ve anlamlandırılması sürecidir (Geçikli, 2008, s. 264). Kodlama ve kod açma işlemleri kaynak ve alıcı tarafından gerçekleştirilir. Kaynak ve alıcı rolleri sabit olmadığından kaynak bazen kodlama yaparken bazen de kod açma işlemini gerçekleştiren kişi, grup ya da kitleler olabilmektedir.

Kanal ve Araç: Birbirinin yerine kullanılan ve birbiri ile sık sık karıştırılan iletişim öğeleridir. Kanal tanımlanması kolay olandır. En basit şekilde sinyallerin aktarıldığı fiziksel araçlar olarak tanımlanabilir. Işık dalgaları, ses dalgaları, radyo dalgaları, telefon kabloları vb. kanala örnek olarak verilebilir. Araç ise iletinin ya da mesajın kanal aracılığıyla aktarılabilmesi için sinyalleştiren teknik ya da fiziksel nesnelerdir. Yani mesajları sinyale dönüştürür (Fiske, 2014, s. 92). İletişim sürecinde karıştırılan kavramlardır ve birbirinden ayırmak için net çizgiler yoktur. Aralarında en net ayırıcı çizgi iletinin taşınması ve oluşturulmasında kendisini göstermektedir.  rnek olarak telefonu vermek gerekirse; telefon iletiyi taşır. Telefonda taşınan ise söz d r. Yani telefon kanal, söz ise iletişim aracıdır (Güngör, 2011a, s. 28).

Geri Bildirim-Besleme (Feedback): Geri bildirim unsurunun olmadığı bir iletişimin tam olarak oluştuğunu söylemek zordur. Diğ r unsurlar iletişimin oluşması için zorunlu iken, geri bildirim iletişimin etkinliği ve tam oluşması için gereklidir. Geri bildirim unsurunun iletişim sürecinde yer alamaması demek, iletişimin tek yönlü gerçekleşmesi demektir. Buradan hareketle geri besleme iletişim sürecinde kaynak tarafından gönderilen mesajların alıcı tarafından alınıp alınmadığı, alındı ise ne derecede alındığı, alıcının mesaja yönelik tepkisinin öğrenildiği aşamadır (Aziz, 2016, s. 32). Geri besleme ile kaynak iletiyi alıcının gereksinimlerine ve tepkisine göre yeniden düzenleme şansına sahiptir. Böylece iletinin aktarım süreci daha da kaliteli hale gelmektedir (Fiske, 2014, s. 98). Aziz (2016, s. 32-33) geri beslemenin dört farklı türü olduğundan bahsetmektedir. Bunlar:

a. Olumlu-olumsuz geri bildirim: Alıcının mesajı kabul ettiği, onayladığı geri bildirim olumlu iken; mesajın alıcı tarafından reddedildiği ya da kısmen kabul edildiği geri bildirim türü ise olumsuz geri bildirim olarak tanımlanmaktadır.

b. Hemen-gecikmiş geri bildirim: Alıcı tarafından alınan mesaja hızlı geri dönüşlerin yapıldığı geri bildirim hemen olarak tanımlanırken; alıcıdan mesajın alınmasına ilişkin geri bildirimin yapılmadığı, iletişimin koptuğu ve tek yönlü bir boyut kazandığı geri bildirim gecikmiş geri bildirim olarak tanımlanmaktadır.

c. Eleştirel-destekleyici geri bildirim: Geri bildirim sürecinde kaynağın beklentisi mesajın alıcı tarafından alınması ve kabul edilmesidir. Böyle durumlarda ortaya çıkan geri bildirimler destekleyici geri bildirim olarak tanımlanmaktadır. Fakat bazen de alıcı iletiyi kabul etmekle birlikte eleştirel bir tutum gösterebilmektedir. Bu durum olumsuz geri bildirimin bir adım öncesi olarak da kabul edilmektedir. Alıcının bu şekilde gerçekleştirdiği geri bildirimler eleştirel olarak tanımlanmaktadır.

d. İleri bildirim: İleri geri bildirimin en temel özelliği iletişimi kolaylaştırması ve iletişim sürecinin önünü açmasıdır. Bu tür geri bildirimlerde alıcılar gelen mesajdan sonra gelecek olan mesajında nasıl olacağını öngörmektedir. Dolayısıyla bir sonraki gelen mesaja alıcının eleştirel bir tutum sergilemesi, mesajı reddetmesi söz konusu değildir.

Gürültü: İletişim sürecinde kaynak, alıcı kanal, araç ve geri bildirim unsurları olmasına rağmen, sonuç olarak iletişim gerçekleşmemişse, iletişimi bozan bir faktör olarak gürültü unsuru karşımıza çıkmaktadır (Aziz, 2016, s. 38). Gürültü kaynağın kontrolü dışında kanal ile alıcı arasındaki sinyale eklenen her şeydir. Sesteki bozulmalar, hışırtılar, sinyallerdeki parazitlenmeler, televizyon ekranındaki bozulmalar vb. her şey gürültüye örnek olarak gösterilebilir (Fiske, 2014, s. 80). Gürültü unsuru iletişim sürecinin doğruluğunu ve güvenilirliğini etkilemektedir. İletişim sürecini etkileyerek, kaynaktan alıcıya yönlendirilen mesajın doğru şekilde alınmasını ve yorumlanmasını engeller. Dolayısıyla mesaj alıcı tarafından farklı şekillerde anlaşılabilir (Geçikli, 2008, s. 277). Kısaca gürültü "bir iletişim sisteminde alınan mesajın iletilen mesaj olmaması durumu" olarak tanımlanmaktadır (Mutlu, 2004, s. 121). Gürültünün üç türü Tablo 4.1'de verilmiştir.

Tablo 4.1. Gürültü türleri

Fiziksel Gürültü	Psikolojik Gürültü	Anlamsal Gürültü
Mesajın sinyal durumuna ya da fiziksel iletilme sürecine etki eden unsurlar olarak tanımlanabilir. Araba gürültüsü, bilgisayarların çalışırken çıkardığı sesler vb.	Mesajın alınmasını zorlaştıran psikolojik faktörler olarak tanımlanabilir. Kaynak ve alıcılarda mesajın işleme ve alınma sürecine etki eden ön yargılar.	Kaynak tarafından iletilen mesajın alıcı tarafından beklenen çerçevede anlaşılmaması olarak tanımlanabilir. Özellikle farklı kültürlerin dillerini konuşanlar arasında görülmektedir.

4.3 İletişim Bağlamına Göre İletişim Türleri

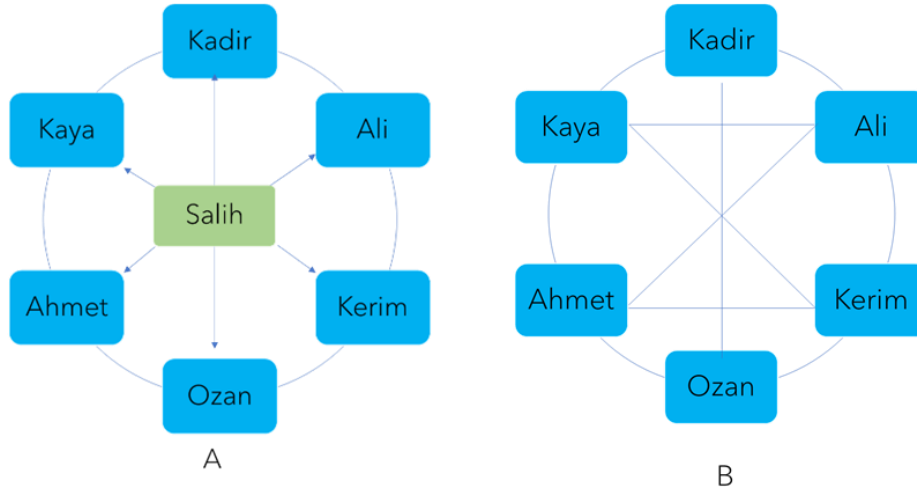
İletişim tarafların bulundukları ortamlara, kullandıkları kanallara ve araçlara, kaynak ve alıcıların konumlarına, sayılarına ve iletişim amaçlarına göre sözlü-yazılı-sözsüz iletişim, görsel-sessel iletişim ve yüz yüze-uzaktan iletişim türlerine ayrılmaktadır (Aziz, 2016, s. 59). Çeşitli özelliklere göre iletişim türlerinin haricinde bir de iletişim bağlamına göre iletişim türleri bulunmaktadır. Bunlara iletişim boyutları da denilmektedir. Rosengren iletişim boyutlarını bireysel ve toplumsal olarak iki kategoride ele almaktadır. Bireysel iletişim boyutları; içsel iletişim, kişilerarası iletişim, grup iletişimi ve örgütsel iletişim olarak üzere dört türe ayrılmaktadır. Toplumsal iletişim boyutları ise; kitle iletişimi, uluslararası iletişim ve kültürlerarası iletişim olarak üç türe ayrılmaktadır (Güngör, İletişim: Kuramlar ve Yaklaşımlar, 2011b, s. 47).

İçsel İletişim: Kişinin kendi kendine düşünmesi, tartışması, çatışması, karar alması durumları içsel iletişim olarak tanımlanmaktadır. İçsel iletişim bütün iletişim boyutlarında vardır. Çünkü kişi bir iletişim sürecine başlamadan önce onu kendi zihninde önce tasarlamaktadır (Güngör, 2011b, s. 47). İçsel iletişim bireyin geçmiş yaşantılarından ve içinde bulunduğu kültürden bağımsız değildir. Genellikle bireyin yaşadığı kültürün, sosyal deneyimlerinin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır (Aziz, 2016, s. 66).

Kişilerarası İletişim: Bireyin kendi kendine gerçekleştirdiği içsel iletişimden farklı olarak sürece bir başka kişinin katılımıyla birlikte gerçekleştirdiği iletişim türüdür. Kişilerarası iletişim sürecinde bir kaynak ve alıcıya ihtiyaç duyulmaktadır. Belirli bir mekân ve zamanda gerçekleştirilen ve süreç içerisinde kaynak ve alıcı arasında birinin diğerini etkilediği ya da diğerinden etkilendiği bir süreci ifade etmektedir. Yani kişilerarası iletişim sürecinde taraflarda tutum, düşünce ve davranış değişikliği karşılıklı etkileşim sonrasında ortaya çıkabilmektedir (Çamdereli, 2015, s. 88). Kendiliğinden ve teklifsiz şekilde gerçekleştirilen bu iletişim türünde geri bildirim hat safhadadır (Mutlu, 2004, s. 174). Bu tür iletişim sürecinde iletişimin başarısı ortak sembollerin kullanılmasına bağlıdır (Aziz, 2016, s. 67). Genel olarak yüz yüze gerçekleştirilen kişilerarası iletişim, uzaktan (telefon, mektup, internet vb.) da gerçekleştirilebilir. Kişilerarası iletişim hiyerarşik, yatay, resmi ya da gayri resmi biçimlerde gerçekleştirilebilir. Kişilerarası iletişim sürecindeki katılımcıların sayısı önemlidir. Genellikle iki ile beş kişinin katılım gösterdiği görülmektedir. Daha fazlası grup iletişimine girmektedir (Güngör, 2011b, s. 48).

Grup İletişimi: En az üç kişinin bulunduğu gruplarda, kişilerarası iletişimde olduğu gibi hiyerarşik, yatay, resmi ve gayri resmi şekillerde gerçekleştirilebilmektedir (Güngör, 2011b, s. 48). Kişilerarası iletişimin bir adım ötesi olarak kabul edilmektedir. Grup

iletişiminden, bir araya gelmiş heterojen insanlar topluluğu anlaşılmamalıdır. Sayısal olarak çok kalabalık olmayan ve genellikle homojen yapılar gösteren bir özelliğe sahiptir (Çamdereli, 2015, s. 94-95). Kişilerarası iletişim ile örgütsel iletişim arasında yer almaktadır. Her iki gruba da dâhil edilebilmektedir. Kişilerarası iletişimden iletişim sürecine katılanların sayıca fazla olması sebebiyle ayrılırken; örgütsel iletişimden örgütsel iletişimde olduğu gibi sistemli ve kurallı olmaması açısından ayrılmaktadır (Aziz, 2016, s. 68). Grup iletişimde merkezi ve merkezi olmayan iletişim şekilleri söz konusudur. Merkezi iletişim sisteminde, bir kişi iletişim sürecinde distribütör gibi ağın neresinde olursa olsun mesajın gönderilmesinde ve alınmasında etkindir. Merkezi olmayan iletişim türünde ise tek kişinin iletişim sürecini kontrol etmesi söz konusu değildir. Dolayısıyla mesaj ağlar vasıtasıyla grup üyeleri arasında serbestçe dolaşıma girmektedir (Tutar ve Yılmaz, 2003, s. 129-130). Merkezi ve merkezi olmayan grup iletişimi örneği Şekil 4.2’de verilmiştir.



Şekil 4.2. Merkezi (A) ve merkezi olmayan (B) grup iletişim örneği (Tutar ve Yılmaz, 2003, s. 129)

Örgütsel İletişim: Planlı ve çoğu zaman da resmi gerçekleştirilen örgütsel iletişim, belirli bir amacı gerçekleştirmek için bir araya gelmiş kişilerin örgütsel düzeyde gerçekleştirdikleri iletişim türüdür. Dolayısıyla planlı, programlı ve kuralları olan bir özelliğe sahiptir (Güngör, 2011b, s. 48). Örgütsel düzeyde gündelik planların gerçekleştirilmesi ve örgütün iç ve dış çevresi ile bilgi ve düşünce alışverişi gerçekleştirmesidir. Günümüzde örgütlerin sahip olduğu dinamik yapı, örgütleri açık sistem olarak örgütlenmeye zorlanmaktadır. Açık sisteme sahip örgütler için ise, çevreyle iletişim kurmak hayati bir öneme sahiptir. İletişim bu süreçte örgütsel sisteminin unsurlarının işleyişi ve koordinasyonu için olmazsa olmazdır (Tutar ve Yılmaz, 2003, s. 131).

Uluslararası İletişim: Devlet adamları ve ticari faaliyetler içerisinde bulunan kişilerin amaçlar doğrultusunda uluslararası düzeyde kurdukları iletişim türü olarak tanımlanabilir. İletişim genel kurallarının geçerli olduğu bu iletişim türünde temel farklılık, uluslararası iletişime özgü konu, amaç ve yazılı ve sözlü bir dilin kullanılıyor olmasıdır (Aziz, 2016, s. 71). Yani ulusal sınırların ötesinde işleyen bir iletişim türüdür. Kitle iletişim araçları ile etkisini genişleten uluslararası iletişim kapsamında, "diplomatik ilişkiler, anlaşmalar, sözleşmeler, politik ve ekonomik etkileşim, savaşlar, barışlar vb." yer almaktadır (Güngör, 2011b, s. 49).

Kültürlerarası İletişim: Bu tür iletişimde kaynak ve alıcı aynı kültürden değil, farklı kültürlerden insanlardan oluşmaktadır. Dolayısıyla kullanılan dil ve dildeki semboller birbirinden farklıdır (Doruk, 2017, s. 60). Kültürlerarası iletişim uzamsal ve zamansal olmak üzere iki boyutta işlemektedir. Kitle iletişim araçları ile kuşaklara kültürel aktarımın gerçekleşmesi zamansal boyutu; ulaşım imkânlarının gelişmesi ile kültürlerarası iletişimin uzamsal boyutu ortaya çıkmıştır (Güngör, 2011b, s. 50).

Kitle İletişimi: İlk kez Harold Laswell tarafından 1940 yılında siyasal erk ve propaganda üzerine gerçekleştirdiği çalışmalarda kullanılan kitle iletişim kavramı, kitle iletişim araçlarıyla dolaylanılmış iletişim biçimini ifade etmektedir (Mutlu, 2004, s. 177). Yani iletişimin kitle iletişim araçları kullanılarak gerçekleştirilen türüdür. Kitle iletişim araçları yani medya kullanılarak diğer iletişim türlerinde ulaşılamayacak kadar geniş kitlelere mesajların aktarılmasıdır. Kitle iletişim sürecinde kaynak bir kurum ya da kurumsallaşmış bir kişilik iken alıcı geniş bir hedef kitledir. Hedef kitle heterojendir ve anonim bir özelliğe sahiptir (Aziz, 2016, s. 69). Kitle iletişimini diğer iletişim türlerinden ayıran nokta kitle kavramında saklıdır. Çünkü kitle kavramı niceliksel anlamda çokluğu ifade ederken, niteliksel anlamda belirsizliği ifade etmektedir. Dolayısıyla kitle iletişimi sayıca oldukça çok ve dağınık halde olan belirsiz yığınlarla kitle iletişim araçları kullanılarak gerçekleştirilen iletişimdir. Kitle iletişim sürecinde kitle iletişim araçlarının kullanılması şöyle ifade edilmektedir: "kitle iletişim araçları; bilgi, görüş ve düşüncelerin paylaşılmasını sağlayan; sosyal örgütlenmeyi güçlendiren, kamuoyu oluşturan; insanların anlama, anlatma, öğrenme ve eğitim gibi çeşitli ihtiyaçlarını karşılayan; insan ilişkileri değiştirip geliştiren, yeni davranış ve tutum kalıplarını, görüş ve düşünce akımlarını yaygınlaştıran en etkili iletişim araçlarıdır" (Gencer, 2013, s. 194-195).

Kitle iletişim sürecince kullanılan iletişim araçları kitle iletişim araçları olarak tanımlanmaktadır. Televizyon, radyo ve gazete gibi geleneksel medya (geleneksel kitle iletişim araçları) yaygın olarak kullanılmakla birlikte, günümüzde kitle iletişim sürecinde özellikle yeni medya araçları kullanılmaktadır. Dolayısıyla kitle iletişim araçları geleneksel medya ve yeni medya açısından ele alınmaktadır. Bu çalışmada geleneksel medyadan ziyade yeni medya ele alınmaktadır.

4.4 İletişim Sürecinde Yeni Medyanın Kullanılması

Web 2.0 temelli internet uygulamalarına verilen genel bir ifade olarak karşımıza çıkan yeni medya olgusu; cep telefonlarını, bilgisayarları, tabletleri, dijitalleşen her türlü nesne ve olguyu içerisine almaktadır. Küreselleşmenin ciddi etkisinin olduğu yeni medya, medya literatüründe oldukça yenidir. Yeni bir olgu olmasına karşın siyasal, sosyal, ekonomik ve kültürel yaşama doğrudan büyük etkileri olmuştur (Çomu ve Binark, 2013, s. 199). Kısaca dijital olan her şey yeni medya çatısı altında yer almaktadır ve medya literatürüne giren bu yeni iletişim araçları yaşamı kökten bir değişime sevk etmiştir (Binark, 2007, s. 21).

Özellikle “www” olarak bildiğimiz “World Wide Web” aracılığıyla bilginin insanoğlunun kullanımına sunulmasının bu köktenci değişimde büyük etkisi vardır (Kara T. , 2009, s. 2). “World Wide Web” tarihsel süreçte öncelikle 1991 yılında Tim Berners-Lee tarafından “www” protokolü altında kullanılmaya başlanmıştır. Bu süreçte Web 1.0 olarak adlandırılan internet teknolojileri, 2004 yılına gelindiğinde O'Reilly tarafından geliştirilen interaktif özelliği ile birlikte Web 2.0 görünümünü elde etmiştir (Sayımer, 2012, s. 27-28). Web 2.0'in varlığı yeni medya araçlarının dünyadaki etkisini daha da arttırmıştır. Web 1.0 ile kullanıcılara sadece bilgilere ilişkin yazılar, görüntüler ve sesler sunulmuştur. Yani web 1.0 geleneksel medya sürecindeki tek yönlülüğü çok kıramamıştır. Fakat Web 2.0'in interaktif karakteri ile iletişim sürecinde büyük bir dönüşüm yaşanmıştır. Geleneksel medyadan gelen ve Web 1.0 ile devam eden pasif alıcı rolüne sahip kullanıcılar, Web 2.0 ile üreten aktif kullanıcılara dönüşmüştür (Güçdemir, 2015, s. 30-31). Yani Web'in tarihsel gelişim seyri içerisinde kullanıcılar edilgen kimliklerini bırakarak, aktif kimliklere sahip olmuştur (O'Reilly, 2010, s. 225-227). Web'in gelişimi, 1.0 ya da 2.0 ile sınırlı değildir. Süreç ilerledikçe 3.0 ve 4.0 kavramlar ortaya çıkmaya başlamıştır. Web 3.0 ile birlikte de semantik (anlamsal) web kavramı doğmuştur. Web 3.0 ile büyük veriyi kullanan, işleyen ve kullanıcılarına bireyselleştirilmiş içerikler sunabilen web, 4.0 ile artık yapay zekâları kullanan, sanal işletim sistemlerini devreye sokan, insan zihniyle bağlantı kuran bir aşamaya evrilmiştir (Nedeva ve Dineva, 2012, s. 316-317).

Dolayısıyla bilgi iletişim teknolojilerindeki bu denli büyük değişimler, iletişim sürecinde etkinliği kanıtlanmış olan kitle iletişim araçlarını da değiştirmiştir. Yeni medya olarak tanımlanan bu kitle iletişim araçları; radyodan, televizyondan, gazeteden oldukça farklı özelliklere sahiptir (Couldry, 2012, s. 2). Artık günümüzde geleneksel medyadan ziyade yeni medya konuşulur hale gelmiştir. Kullanıcıların geleneksel medyadan yeni medya doğru kaymalarının zemininde zaman ve mekana bağlılıktan kurtulmanın büyük etkisi vardır. Kullanıcılar yeni medya ile birlikte sürekli çevrimiçi ve interaktif olabilme imkanını elde ettiklerinden (Yengin, 2015, s. 50), iletişim de dijital bir zeminde simetrik bir

şekilde gerçekleştirilmektedir (Tilly, 2014, s. 158). Artık düz çizgisel bir iletişim akışından ziyade hipermetinsel (metinler arası) bir iletişimsel süreç var olmaktadır (Binark, 2007, s. 21).

Yeni medya araçları, özellikle de web 2.0 doğasına sahip sosyal medya, geleneksel medya araçlarından bir hayli farklılaşmaktadır. Bu kadar farklı olmalarının temelinde rol alan farklı özellikleri söz konusudur. Alanın öncü isimlerinden biri olan Lev Manovich'e göre yeni medya araçları beş temel özelliğe sahiptir (Manovich, 2002, s. 27-49). Bunlar sayısal temsil, modülerlik, otomasyon, değişkenlik ve kod çevrimidir. Bununla birlikte bu araçların en temelde ise üç özelliği bulunmaktadır. Bunlar (Rogers, 1986, s. 4-5):

- **Kitlesizleştirme:** İletişim içeriklerinin herhangi bir kişiden milyonlarca insana ya da milyonlarca insan arasından sadece birine gönderilebilmesini ifade etmektedir.
- **Eş Zamansızlık:** Kullanıcıların herhangi bir zaman ya da mekâna bağlı kalmadan iletişim sürecini devam ettirebilmelerini ifade etmektedir.
- **Etkileşim:** En temel özelliklerinden biridir. İletişim sürecinde karşılıklı etkileşim seviyesini arttırmaktadır.

4.5 Sosyal Ağlar

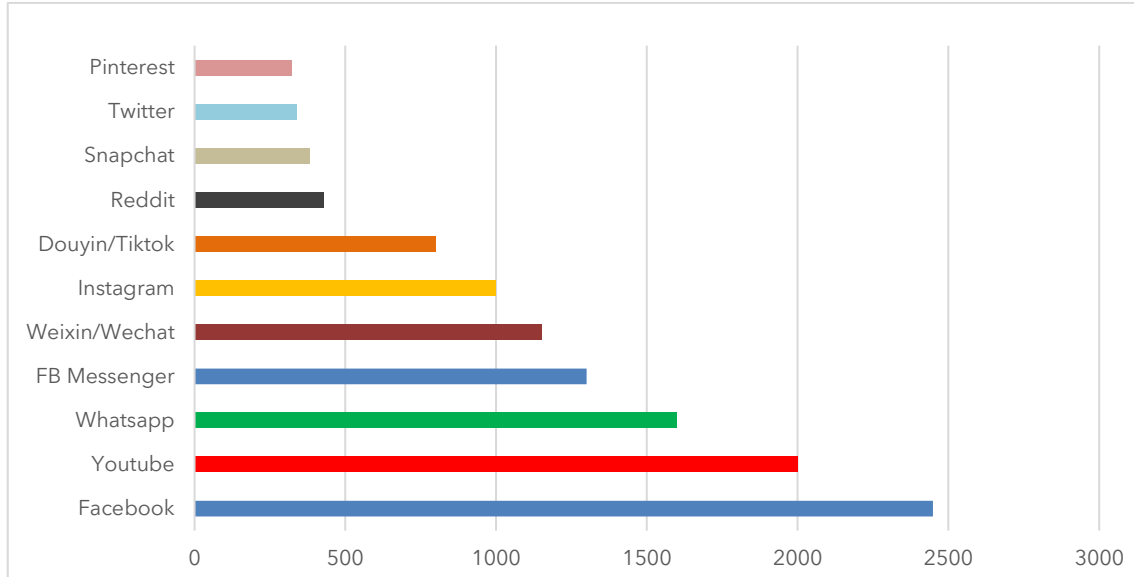
Yeni medya içerisinde özellikle Web 2.0 doğasına sahip sosyal ağlar ön plana çıkmaktadır. Dünya genelinde kullanıcılar etkileşim amacıyla sosyal ağları etkin bir şekilde kullanmaktadır. Sadece bireysel kullanıcılar değil, kurum ve markalar da sosyal ağları paydaşlarıyla etkileşim kurmak için aktif bir şekilde kullanmaktadır (Güçdemir, 2017, s. 14). We are Social tarafından gerçekleştirilen "Digital Around the World in 2020" raporuna göre bugün dünyada 4.5 milyardan fazla internet kullanıcısı bulunmaktadır. Sosyal medyayı kullananların sayısı ise 3.8 milyarın üzerindedir. Bu da demek oluyor ki dünya nüfusunun %60'ı internet kullanıcısıdır ve dünya genelinde bir kullanıcı ortalama sosyal ağlar üzerinde günde 6 saat 43 dakika zaman geçirmektedir. Basit bir hesaplama ile gün 24 saat, uyku miktarının 8 saat olduğu varsayıldığında, kişinin 16 saatlik zaman diliminin %40'ını sosyal ağlarda geçirilen zaman oluşturmaktadır (Kemp, 2020).

Sosyal ağların ve internetin bu denli yoğun kullanımı biriken veri sayılarını da her geçen gün arttırmaktadır. 2017 yılında biriken veri sayısı 2.7 Zettabayt iken; 2022 yılında saniyelik veri akışının 150 terabayt olması beklenmektedir (Çavuşoğlu, 2020, s. 10-12). Rakamları zihinlerde oturtmak için dosya boyutu birim tablosunu gösteren Tablo 4.2.'nin incelenmesinde fayda vardır.

Tablo 4.2. Dosya boyutu birim tablosu (Çavuşoğlu, 2020, s. 12)

Boyut	Sembol	Byte Boyutu
Byte	B	1 Byte
Kilobyte	KB	1 000 Byte
Megabyte	MB	1 000 000 Byte
Gigabyte	GB	1 000 000 000 Byte
Terabyte	TB	1 000 000 000 000 Byte
Petabyte	PB	1 000 000 000 000 000 Byte
Exabyte	EB	1 000 000 000 000 000 000 Byte
Zetabyte	ZB	1 000 000 000 000 000 000 000 Byte
Yottabyte	YB	1 000 000 000 000 000 000 000 000 Byte
Brontobyte	BB	1 000 000 000 000 000 000 000 000 000 Byte
Geopbyte	GB	1 000 000 000 000 000 000 000 000 000 000 Byte

Verinin bu denli hızlı artmasında sosyal ağların kullanımlarının yaygınlaşmasının büyük etkisi vardır. Dünyada en çok ziyaret edilen 10 sitenin 7 tanesi sosyal ağ siteleridir (Ancu ve Cozma, 2009, s. 568). We are Social raporlarına göre sosyal ağlar içerisinde ön plana çıkanlar Facebook, Youtube, Whatsapp, FB Messenger, Instagram, Tiktok şeklinde devam etmektedir. Şekil 4.3'te sosyal ağların aylık aktif kullanıcı sayıları görülmektedir.



Şekil 4.3. Dünyada en çok kullanılan sosyal ağların aylık aktif kullanıcı sayıları (Kaynak: <https://wearesocial.com/digital-2020>: s.95)

Şekil 4.3 incelendiğinde Facebook'un aylık kullanıcı sayısının 2,449 milyar olduğu görülmektedir. Youtube 2 milyar aktif kullanıcı sayısına sahipken; sırasıyla Whatsapp 1,6 milyar, FB Messenger 1,3 milyar, Wechat 1,151 milyar şeklinde inanılmaz rakamlar karşımıza çıkmaktadır. Bugün dünya nüfusu 7 milyar 845 milyon civarındadır. Facebook kullanıcıları bu nüfusun %31 civarındadır ve bu rakam her geçen gün artmaktadır. Sosyal ağlara bu denli rağbet gösterilmesindeki temel sebep; kullanıcıların kendilerini görünür kılmalarına imkân sağlamasıdır. Artık kullanıcılar düşüncelerini, duygularını ifade edecek araçlara sahiptir (Boyd ve Ellison, 2008, s. 211). Bunun yanı sıra sosyal ağlar önemli bir güçtür. Mısır Devrimi sürecinde sosyal ağlar içerisinde özellikle Facebook ve Twitter'ın etkinliği bu gücü resmileştirmiştir. Dolayısıyla sosyal ağlar sadece bireyler tarafından iletişim ya da içerik üretme amaçlı kullanılmamaktadır. Kurumlar ve markalar açısından da hedef kitleleriyle iletişim başlatmaları ve sürdürmeleri için etkin kanallara dönüşmüştür. Bunun yanı sıra kurumlara; markalarına ilişkin farkındalık düzeylerinin yükseltilmesinde, müşteri analizlerine ilişkin daha çok veri elde etmelerinde, iletilerini daha geniş kitlelere viral şekilde ulaştırmalarında, daha az maliyetle ve daha kısa sürede pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirmelerinde uygun zemin ve stratejiler sunmaktadır (McLennan ve Howell, s. 13).

İletişim insan doğasının ayrılmaz bir parçasıdır. Hava gibi, nefes gibi insanın yaşamında hayati bir öneme sahiptir. Bir süreç özelliğine sahip olan iletişimin farklı disiplinler, yaklaşımlar çerçevesinde tanımlanmış olması oldukça doğaldır. Hatta yapılan bütün tanımlamaların doğru olması da birçok kavram için geçerli olmayan bir durumdur. Fakat iletişim insanın içinde olduğu bütün disiplinlerde kendi alanlarındaki kullanımları çerçevesinde tanımlandığı için bütün tanımlar birbirinden farklı olmasına karşın doğrudur. Kaynak, alıcı, mesaj, kanal, geri bildirim öğelerine sahip olması gereken iletişim süreci zaman içerisinde değişen ve dönüşen dünyada oldukça farklılaşmıştır. Her ne kadar iletişim unsurları değişmese de unsurların konumları ve önemleri değişmiştir. İçsel iletişim sürecinden başlayarak, kişilerarası iletişim, grup iletişimi, örgütsel iletişim, kitle iletişim, uluslararası iletişim ve kültürlerarası iletişim gibi farklı iletişim boyutları küreselleşme başta olmak üzere bilgi iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle yeni boyutlar kazanmıştır. Özellikle de kitle iletişimi bu süreçte büyük bir dönüşüm yaşamıştır.

Kitle iletişim sürecinde, kitle iletişim araçlarının etkinliği göz önünde bulundurulduğunda internet tabanlı iletişim araçlarının kullanılmaya başlanması yukarıda da vurgulandığı gibi iletişim unsurlarının konumlarını ve rollerini bir hayli dönüştürmüştür. Geleneksel medyanın etkin olduğu süreçte pasif alıcı konumunda olan kitleler özellikle web 2.0 teknolojisi ile aktif, üreten kullanıcılara dönüşmüşlerdir. Artık zaman ve mekâna bağlı kalmaksızın içerik üretebilmekte ve iletişim kurabilmektedir. Öyle ki bugün dünyanın %60'ından fazlası internet kullanıcısıdır. En basitinden Facebook bir sosyal ağ olarak bugün

2,5 milyardan fazla aktif kullanıcı sayısına sahiptir. Artan kullanıcı sayıları iletişim sürecinde verinin önemini de bir hayli arttırmıştır. Kullanıcıların ayak izlerinden oluşan veriler bugün dünyada tüm örgütlenmeler için hayatidir. Unutulmaması gereken sürecin en temel dinamiğinin iletişim olduğu gerçektir.

4.6 Diksiyon

Diksiyon, güzel konuşma sanatıdır. “Seslerin, sözlerin, vurguların, anlam ve heyecan duraklarını kurallarına uygun olarak söyleme biçimi” (Türk Dil Kurumu, 2019) olan diksiyon, insanın duygu ve düşüncelerini etrafına aktarmak için önemli bir işleve sahiptir.

İnsanın konuşma becerisini geliştirmesi için oldukça yoğun bir çaba içine girmesi gerekir. Bu çabalara başlarken üç temel alanda eğitim alması önemlidir: Konuşma eğitimi, kişiler arası iletişimde görüşmenin incelikleri (danışma, müzakere), dinleyicilere bilgi vermenin püf noktaları. Konuşma eğitimi alan bir birey, kullandığı dil ile konuşma işini çok rahat yapabilir. Ayrıca toplumsal düzeyde sosyal yaşamın içinde etkili iletişim kurabilir ve müzakere gerçekleştirebilir (Topçuoğlu ve Özden, 2012, s. 2). Bu kişiler, güzel konuşmalarıyla hakim oldukları konular üzerinde düşüncelerini, duygularını düzgün cümlelerle ifade ederek etkili iletişim kurabilir (Şenbay, 2011).

4.6.1 Nefes

Günlük hayatımızın önemli bir parçası olan nefes alma işlemi, konuşmamızı ve sesimizi de etkileyen önemli bir fonksiyondur. Nefes alma işlemi, akciğerlerle gerçekleşir. Nefes alma eylemi, genellikle yanlış yapılır. Yanlış alınan nefes, ciğerlerimizin sadece üçte birinin dolmasını sağlar. Bu açıdan doğru nefes alma tekniklerinin bilinmesi gerekir. Doğru nefes alma işlemlerinin başında diyafram nefesi gelir.

Diyafram Nefesi: Diyafram, vücudumuzda yer alan bir kas yapısıdır. Göğüs ve karın boşluğunu birbirinden ayıran karın kasıdır. Soluk alıp verirken farklı fonksiyonlara sahiptir. Soluk verirken; diyafram kası yukarı doğru genişler, göğüs kafesi hafif de olsa içeri doğru çekilir, vücut içinde basınç artar. Soluk alırken; diyafram kası düzleşir, göğüs boşluğu genişler ve akciğer hava ile dolar (Kalkan, 2014, s. 66).

Diyafram Nefesi Nasıl Alınır? Diyafram nefesi almanın farklı yöntemleri bulunur. En başta yapılması gereken nefesin burundan alınıp ağızdan verilmesidir. En kolay yöntem, sırt üstü yere uzanarak nefes alınmasıdır. Yattığımız yerde bir elimizi

Diyafram nefesi çalışmaları, diyafram kasının gelişmesine yardımcı olmaktadır. Bu çalışmalar sürekli yapıldığı takdirde, ayakta diyafram nefesi almak oldukça kolay hale gelecektir.

karnımıza, bir elimizi göğüs kısmımıza koyarak diyafram nefesinin doğru alınıp alınmadığı kontrol edilir. Soluk aldığımızda, karnımız şişiyorsa nefesimizi diyafram nefesi olarak alıyoruz demektir. Bir diğer yöntem ayakta diyafram nefesi almaktır. Ayakta diyafram nefesi almanın birçok yöntemi vardır. Aşağıda ayakta diyafram nefesi almanın öncü taktikleri bulunmaktadır:

- **4-7-8 Taktiği:** Ağızımız kapalı bir şekilde burundan nefes alınır. Nefes alınırken 4'e kadar sayılır. Alınan nefes 7 saniye tutulur. Tutulan nefes 8 saniye boyunca verilir. Bu işlem, duraksamadan 5 kez tekrar edilir.
- **6-8 Taktiği:** Nefes burundan alınır. Alabildiğimiz kadar nefesle diyaframımız doldurulur. Nefes 6 saniye tutulur. Tutulan nefes 8 saniye boyunca verilir.
- Ayakta diyafram nefesi alınır. Nefes karında tutulur ve tutulan nefes eşliğinde karın içeri çekip bırakılır. Bu işlem nefes tutulabildiği ölçüde yapılır.
- **Tıslama Taktiği:** Ayakta nefes burundan alınır. Alınan nefes ağızdan bırakılırken tıssssssssssssssss sesi çıkartılarak bırakılır. Olabildiğince yüksek sesle tıssss sesi çıkartılmaya çalışılır.
- **Ssssssss Taktiği:** Ayakta nefes burundan alınır. Alınan nefes ağızdan bırakılırken sssssssssssssssss sesi çıkartılarak bırakılır. Olabildiğince yüksek sesle sssss sesi çıkartılmaya çalışılır.
- Ayakta nefes burundan alınır. Nefes verilirken tıpkı bir köpek gibi hızlıca nefes alınıp verilir.

4.6.2 Ses

İnsan sesi, akciğerlerden gelen havanın, gırtlaktaki ses telleriyle birleşmesi sonucu oluşur (Topçuoğlu ve Özden, 2012, s. 23). Sesi kullanırken birçok önemli nokta bulunur. Bunların temel olanları şunlardır:

Sesin Şiddeti: Ses kaynağından çıkan ve ses tellerine çarpması sonucu ortaya çıkan bir durumdur. Ses şiddeti gürlük ile tanımlanır. Ses şiddetinin yüksek olması yüksek oktava sahip ses olarak bilinir. Ses şiddetinin düşük olması, düşük oktavlı ses olarak bilinir.

Ses Tınısı: Ses rengi olarak da bilinir. Seslerin arasındaki ses farklarını ortaya koyar. Her sesin kendine özgü bir yapısı ve ayrıldığı noktalar mevcuttur. Her kişinin ses yapısı ve özellikleri belirgin bir şekilde fark

İnsan sesinin belli aralıkları bulunur. Sesi geliştirmek için birçok egzersiz bulunmaktadır. Bu egzersizler yapıldığı takdirde sesin şiddeti de artar.

edilir/farklılık gösterir. Bundan dolayı her bir bireyi sesine göre ayırt edebiliriz. Ses, konuşma için en önemli fonksiyonlardan biridir. Bu noktada, iyi bir konuşma sesinin şu özellikleri sahip olması gerekmektedir (Taşer, 2012, s. 119-120):

İşitilebilirlik: Konuşma esnasında, sesinizi dinleyicilere kolaylıkla duyurmanız gerekir. Düşük ya da yüksek tonlarla konuşmak, konuşmanın akışını bozar. Sesinizi, konuşmakta olduğunuz yerin büyüklük derecesi ve dinleyicilerin azlığı ya da çokluğuna göre ayarlamasını bilmeniz önemlidir.

Akıcılık: Konuşmayı akıcı bir ifade biçimiyle karşı tarafa aktarmalısınız. Akıcılık, hız ile ilişkilendirilir. Hız, konuşmanızda yer alan coşku, neşe, sevinç gibi durumları etkiler.

Hoş Giderlik: İyi bir konuşmanın hoş gider bir nitelik taşıması da önemlidir. Bir sesin hoş giderliği, o sesin tınısı ile ilgilidir. Katı, kulak tırmalayan, hırıltılı, tiz, burunsal, hışırtılı, buğulu, çok yumuşak, gevrek sesler hoş gidenlerdir. Konuşma sırasında, rahat bir şekilde işitilebilen tınılı ses hoş giden sestir.

Anlamlılık: Sesiniz dinleyiciye amacınızı, iyi niyetinizi, ilginizi yansıtmalıdır. Konunuza karşı beslediğiniz inancı ve güveni de yansıtmalıdır.

Bükümlülük: Anlatılan konunun tekdüzelikten (monotonluk) kurtarılmasıdır. Konuya oldukça hâkim olan konuşmacı, etkili ve karşılıklı konuşma faaliyetlerini gerçekleştirirken, konuşma esnasında ton değişiklikleri yapması önemlidir.

4.6.3 Vurgu

Bir sözcükte yer alan hecelerden biri ya da cümle içerisinde geçen sözcüklerden herhangi birinin diğer sözcüklere göre daha baskılı ve belirgin olarak söylenmesi ya da ifade edilmesidir. Vurgulu olan hece veya sözcük, daha yüksek sesle, sözcüğün yapısına göre daha uzun solukta söylenebilir. Burada; sesin şiddeti, sesin yüksekliği ve sesin süresi ön plandadır (Sezer, 2010, s. 138) . Vurgulu kelimelere örnek vermek gerekirse;

ANne, Masa, sanDALye, ANkara, İsTANbul....



Diksiyon alıştırma ve uygulamalarına ulaşmak için buraya tıklayınız ya da kare kodu okutunuz.

Herhangi bir konuşma, sunum ya da söyleşi sırasında kelime ya da sözcüklerde vurguyu kullanmak, anlatılan ya da dile getirilen konunun karşı tarafta daha yoğun etki yaratmaktadır.

4.6.4 Tonlama

Tonlama, sese dayalı bir kuraldır. Konuşmalarımızı belirleyen ses titreşimlerinin az ya da çok olması ile ilgili bir durumdur. Sesin yapısına uygun tiz, düşük, yüksek, pes bir şekilde kişiden kişiye değişiklik gösterir. İyi bir konuşma doğru bir tonlama eşliğinde gerçekleşir. Güzel ve etkili bir konuşma doğal bir tonlama ile mümkündür (Sezer, 2010, s. 16). Ses tonu, duygu durumunu da açığa çıkarır. Ses tonu; alay etme, küçümseme, inanmama, kızma, üzülme, taklit etme gibi farklı duygu durumlarını belirgin bir şekilde ortaya çıkarır. Bunların yanında ses tonumuz karakterimizi de yansıtır (Tekinalp, 2007, s. 87).

4.6.5 Örnek Tekerlemeler

Ocak kıvılcımlandırıcılardan mısın, kapı gıcırdatıcılardan mısın? Ne ocak kıvılcımlandırıcılardanım, ne kapı gıcırdatıcılardanım.

Şu köşe yaz köşesi, şu köşe kış köşesi, ortadaki su şişesi. Şiş şişeyi şişlemiş, şişe keşişe şiş demiş.

Bu yoğurdu sarımsaklasak da mı saklasak, sarımsaklamasak da mı saklasak. Bu yoğurdu mayalamalı da mı saklamalı, mayalamamalı da mı saklamalı.

İbibiklerin ibiklerini iyice iyileştirmek için İstinyeli İstifçi İbiş'in istif istif istirdyeleri mi? Yoksa İskilipli İspinoz İşportacı İshak'ın işliğindeki ibrişimler mi daha iyi bilemiyorum.

Abana'dan Adana'ya abarta abarta apar topar ahlarla ağdalı avuntucu ahmak Avni'nin avadanlıklarını aparanlardan Acar Abdullah'la Aptal Abdi akşam akşam bize geldi.

Üstü üç taşlı taç saplı üç tunç taşı çaldıran mı çabuk çıldırır? Yoksa iç içe yüz ton sac kaplı çanı kaldıran mı çabuk çıldırır?

Al bu takatukaları takatukacıya takatukalatmaya götür. Takatukacı takatukaları takatukalamam derse, takatukacıdan takatukaları takatukalatmadan al da gel

Ürdünlü ünlü üfürükçü Üryani Ünye, Üsküdar, Ürgüp üzerinden üstüpü, istibeç, üvez, üzüm, üzengitaşı ve üzünç götürürken, Üveyikten ürüyerek, üvendirelerini sürüyerek yürüyen üçkağıtçıların ünü batasıca ünlemleriyle ürküverdi.

Bir tarlaya kemeken ekmişler. İki kürkü yırtık kel kör kirpi dadanmış. Biri erkek kürkü yırtık kel kör kirpi, öteki dişi yırtık kel kör kirpi. Kürkü yırtık erkek kel kör kirpinin yırtık kürkünü, kürkü yırtık dişi kel kör kirpinin yırtık kürküne, kürkü yırtık dişi kel kör kirpinin yırtık kürkünü, kürkü yırtık erkek kel kör kirpinin yırtık kürküne eklemişler.

Şekil 4.4. Örnek tekerlemeler

4.7 Beden Dili

Beden dili; duygu, tutum, davranış ve düşüncelerin beden hareketleri yoluyla bilinçli ya da bilinçsiz olarak konuşma diline eşlik ettiği ya da eşlik etmediği jestler, duruşlar, hareketler ve kişilerarası mesafe yoluyla kurulan iletişimidir.

Beden dili, duygu ve düşünceleri yansıtan önemli bir iletişim tekniğidir. Beden dilinin etkisi üzerine birçok araştırma yapılmıştır. Bu araştırmalar, insanların yüz yüze gerçekleştirdikleri iletişim sürecinde en çok beden dilinin ön plana çıktığını vurgulamaktadır (Keskin, 2015, s. 53).

Doğru yönetildiğinde iletişim sürecinin kalitesine ciddi oranda değer katan beden dili, yanlış yönetildiğinde ise büyük ölçüde zarar vermektedir. Beden dili kullanımında dikkat edilmesi gereken noktalar şunlardır (Açıl, 2005, s. 35-36):

- Beden dili, kültürlerdeki değişimlere göre farklılık içerir.
- Beden dili, cinsiyetlere göre farklılıklar içerebilir.
- Beden dili bireysel farklılıklar gösterebilir.

4.7.1 Uluslararası Beden Dili Biçimleri

Beden dili, dünya genelinde ortak özelliklere/anlamlara sahip olan davranışlar bütünü değildir. Farklı coğrafya ve kültürlerin kendilerine özgü beden dili vardır. Batıda konuşulan kişiye bakılması gerekirken Asya ve Afrika'da saygı duyulan kişinin gözlerine bakılmaması gerekir (Caradec, 2006, s. 7).

Farklılaşan beden dilinin iletişim kazalarına neden olmaması için uluslararası beden dili biçimlerini bilmekte fayda vardır. Bunlardan bazıları şunlardır (Dutta, 2011, s. 83-85):

- Avustralya
 - Bir kadına göz kırpmak kaba bir harekettir.
- Brezilya
 - Dinleyici, sağ gözünün alt kapağını çekerse, söylenenlerden şüphe duyduğu anlamına gelir.
- Çin
 - Birini parmağınızı kullanarak çağırmak, kaba bir hareket olarak görülür. Bu yüzden birini çağıracağınız zaman, açık bir el kullanın ve avuç aşağı bakacak şekilde bir hareket yapın.

- Hong Kong
 - Birini yanınıza gelmesi için çağıracağınız zaman, elinizi uzatın ve avuç aşağı bakacak şekilde parmaklarınızı sallayın.
- Hindistan
 - Kulağı tutma dürüstlük ya da bir şey için üzgün olma anlamına gelir.
- Endonezya
 - Konuşurken ellerinizi kalçaya koymanız, sizin sinirli olduğunuz anlamına gelir ve bu aynı zamanda kaba bir harekettir. Birini çağırmak için avuç aşağı parmak hareketini kullanın.
- Japonya
 - Aynı cinsiyette iki gencin yürürken el ele tutuşması kabul edilmez. Başparmak kapalı, diğer dört parmak açık bir şekilde birine işaret etmek karşıdakine bir hakaret sayılır. Biri sizi övdüğünde, elinizi yüzünüzün önünde öne ve arkaya sallayarak ona cevap verin. Dişleri gösterme, nezaket dışı bir hareket olduğu için kadınlar güldüklerinde ağızlarını kapatırlar. Japonlar, birbirlerine söz vermek için küçük parmaklarının ikisini birbirine çengellerler.
- Kore
 - Biriyle konuşurken ellerinizi görünür bir yerde tutun çünkü elleri arkada tutma ya da ceplere sokma nezaket dışı bir harekettir.
- Sri Lanka
 - Başınızı sağa sola sallamanız 'evet', aşağı yukarı sallamanızda 'hayır' anlamına gelir.
- Tayvan
 - 'Hayır' demek için avucunuzu ileriye doğru açıp elinizi sağa sola sallayın. Nesnelere ya da insanlara dokunmak için ayağı kullanmak kaba bir harekettir.
- Tayland
 - İnsanlar bir şeyi gösterirken ellerini değil yüzlerini kullanırlar.

4.7.2 Beden Dilinin Beş Temel İşlevi

Beden dili bireylerin duygularını düşüncelerini ve niyetlerini ortaya koymada oldukça etkilidir. Bundan dolayı sözel olmayan davranışlar ve ifadeler olarak da tanımlanabilir. Çünkü beden dili ile ortaya konan davranışlar bireylerin asıl düşüncelerini ve hislerini ifade eder (Navarro ve Karlins, 2018, s. 22).

Sözsüz iletişim şekli olarak tanımlanabilen beden dili farklı işlevlere sahiptir. Argyle tarafından belirlenen beden dilinin beş temel işlevi Şekil 4.5'te sunulmuştur (aktaran Lewis, 2012, s. 4).

Duygu İfadesi	Duygular esas olarak yüz, vücut ve ses yoluyla ifade edilir.
Kişilerarası Tutumların İletişimi	Sözlü olmayan işaretler sıklıkla kullanılırsa (ses tonu, bakış, dokunma vb.) ilişkilerin kurulması ve sürdürülmesini sağlar.
Konuşmaya Eşlik ve Destekleme	Seslendirme ve sözlü olmayan davranışlar, iletişimdeki konuşmayla senkronize edilir (kafa sallama ya da onaylama sesleri çıkartma gibi).
Benlik Sunumu	Dış görünüş gibi sözel olmayan niteliklerle kendini diğerine ifade etme.
Ritüeller	Selamlaşma, tokalaşma gibi ritüellerin kullanılması.

Şekil 4.5. Beden dilinin işlevleri

4.7.3 Beden Dili Öğeleri

Beden dili, yüz, gözler, baş ve gövde, kollar, eller ve kişilerarası mesafe gibi etkenlerle kurulan iletişimdir. Aynı zamanda sözlü iletişim esnasında da bu tür etkenler kullanılarak iletişim sürecinin desteklenmesini içerir.

4.7.4 Jestler ve Mimikler

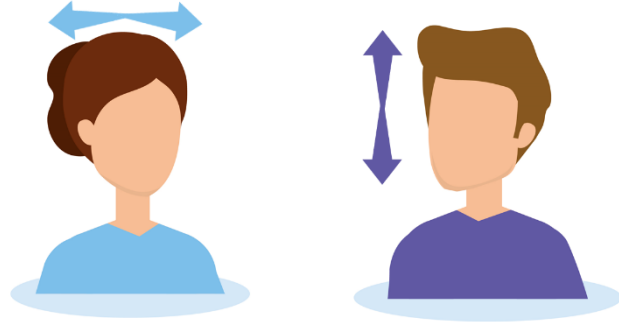
Beden dili kapsamında anlamlandırılması gereken hareketler genel olarak iki başlık altında değerlendirilir. Jestler, el-kol hareketleri, oturma şekli, bacakların yönü gibi beden hareketleridir. Mimikler ise yüz kaslarının hareketliliği sonucu ortaya çıkan yüz hareketleridir. Beden dilinin temel özellikleri (aktaran Doğan Ş. , 2020, s. 206):

- Jest ve mimikler, bilinçli ya da bilinçsiz olarak ortaya çıkabilen hareketlerdir.
- Jest ve mimikler, çok fazla anlam ifade edebilirler. Ayrıca belirsizlik içerebilirler.
- Her toplumun kendine özgü beden dili birikimleri vardır.
- Beden dili ve psikoloji disiplini ile arasında bir ilişki vardır.

Jest ve mimikler duygu aktarımı sağlar. Bazı evrensel duygular beden dili kapsamında aktarılabilir. Örneğin; korku ve tiksinti gibi.

4.7.5 Bazı Beden Dili Hareketleri ve Anlamları

Başın Hareketi: Başın duruş şekli bireyin iletişimdeki konumunu anlamlandırır. Başın yukarı doğru konumlandırılması "üstünlük", aşağı doğru konumlandırılması ise "uysallık" anlamına gelmektedir. Yine konuşulan kişiye dönük olan baş hareketi anlaşma/uzlaşma anlamı taşırken başın konuşulan kişiye dönük olmama hali ise anlaşmazlık şeklinde yorumlanabilir. Aynı zamanda baş sallanarak onaylama ve reddetme amaçlı bir mesaj oluşturulduğu da bilinmektedir. Yapılan araştırmalar onaylama ve reddetme hareketinin doğuştan gelen bir özellik olduğunu göstermektedir (Tayfun, 2011, s. 140).



Şekil 4.6. Başın onaylama ve reddetme amaçlı hareketi

Güçlü bir şekilde başını sallama muhtemelen güçlü bir anlaşmaya işaret eder. Konuşurken veya dinlerken vurgulu kafa sallamaları, güçlü inanç, heyecan, üstünlük veya öfke duygularını gösterebilir. Yavaş bir şekilde baş sallamak koşullu anlaşmayı gösterebilir (ve tam bir anlaşma isteniyorsa durum sorgulanabilir). Başın öne doğru bükülmüş, alçaltılmış hareketi bir fikri, iddiayı veya konuşma noktasını vurgulamak için kullanılır. Kısa, keskin bir baş sallama, diğer kişiye vurma arzusunu yani şiddeti sembolize edebilir. Baş sallama aynı zamanda bir selamlama olarak da kullanılır (Lewis, 2012, s. 93).

Gözlerin Hareketleri: Gözler beden dili kapsamında en etkili alandır. Çünkü düşünceler genellikle gözlere yansır ve bir kişinin gözleri dikkatlice gözlemlenerek, kişinin karakteri ve tutumları hakkında pek çok şey anlaşılabilir. Gözler, amaçlanan ve istenmeyen mesajlar gibi çok çeşitli mesajlar iletebilir. Samimiyet, endişe, yaramazlık, neşe, şaşkınlık, merak, onay ihtiyacı, şefkat ve sevgi, merhamet için yalvarma, numara yapma girişimleri vb. işaretler verebilir. Gözler bir kişinin gerçek ruh halini, sağlık durumunu, kişiliğini vb. durumları açığa çıkarabilir (Lewis, 2012, s. 68).



Şekil 4.7. Göz hareketleri

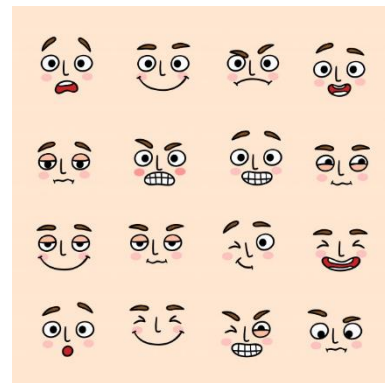
Yapılan araştırmalar şaşkınlık ve sevinç anında gözbebeklerimizin büyüdüğünü, olumsuzluk içeren durumlarda ise küçüldüğünü göstermektedir. Üzerinde bilinçli bir kontrolümüzün olmadığı gözbebeklerimiz dahili ve harici uyaranlara kısa sürede tepki verebilmektedir. Heyecan ve şaşıma gibi duygusal değışim anlarında gözler büyür. Gözler küçüldüğünde ise önümüzdeki şeye odaklanılır. Bu durum aynı fotoğraf makinelerinin çalışma mantığına benzer. Ayrıca beyin istenmeyen görüntüleri görmekten kaçınır. Kötü bir haber verildiğinde muhtemelen farkında olmadan gözlerimizi kapatırız. Aynı zamanda önemli olan bir şeyi unuttuğumuzda da bir anlığına gözlerimizi kapatır yapılan hatayı düşünürken de derin nefes alırız (Navarro ve Karlins, 2018, s. 220-226).

Olumlu duyguları yansıtan göz davranışlarında ise gözler büyümektedir. Memnuniyet, sevinç gibi olumlu olan duygular göz küreciklerinin büyümesi ile dışa vurulur (Navarro ve Karlins, 2018, s. 228).

Beden dili kapsamında en sık kullanılan göz hareketlerini kısaca özetlersek (Akgüner, 2010, s. 59):

- Gözün sol tarafın üst kısmına bakılması kişinin bir görseli hatırlamaya çalıştığı anlamına gelir.
- Gözün sağ tarafın üst kısmına bakması ise görsel tasarlama ile ilgilidir.
- Sol tarafa ama yana doğru bakan kişi önceden duymuş olduğu işitsel bir eylemi hatırlamaya çalışıyordur.
- Sağ tarafa ama yana doğru bakan kişi ise işitsel bir eylem tasarlıyordur.
- Sol tarafa ama alt kısma doğru bakan kişi kendi ile iletişim (içsel iletişim) kurmaktadır.
- Sağ tarafa ama alt kısma doğru bakan kişi ise yaşadığı duygusal bir anı zihninde canlandırmaya çalışıyordur.

Yüz İfadeleri: Yüz, duyusal girdilerin ve iletişimsel çıktıların bulunduğu yerdir. Muazzam esneklik ve özgüllük kapasitesine sahip çok fazla mesajın aktarılmasını sağlayan çoklu mesaj yanıt sistemidir. Beden dili kapsamında yüz ifadeleri (mimikler) en etkileyici olanlardır. Doğrudan gözlemlenebilir olduğu için iletişim sürecinde ilk dikkatimizi çeken yüzdür. Yüz yüze iletişim sürecinde insanlar yüze bedenin diğer bölümlerinden daha uzun bakarlar. Bu nedenle, yüz ifadelerinin yönetilmesi beden dili yönetimi açısından büyük önem taşır (Lewis, 2012, s. 34).



Şekil 4.8. Evrensel yüz ifadeleri

Kişilerarası Mesafeler: Beden dili kapsamında önemli bir diğer nokta da mekân kullanımıdır. Nereye gidilirse gidilsin insanlarla etkileşim içerisinde bulunan her alanda kendimizle başkaları arasında olması gerektiğini hissettiğimiz bir mesafe vardır. Etkileşimde bulunan mekânın kullanımında kişilerarası mesafeler, bu alana giren veya "işgal eden" veya oradan uzaklaşan veya uzak tutulan insanlarla ilgili mesajlar verir. İnsanlarla ilişkilerimizde, kasıtlı veya bilinçsiz olarak, gerektiğinde onlara yaklaşıyoruz veya mesafeyi koruruz. Kişisel alan sınırlarımızı nasıl koruduğumuz ve başkalarının kişisel alanına nasıl girdiğimiz, diğer insanlarla ilişki kurma şeklimizle bütünsel olarak bağlantılıdır. Bu algı çocuklukta yaratılır ve kişinin yaşadığı bölgeye (sosyo-kültürel özelliklere) göre değişir. Ayrıca mekân kullanımı ve kişilerarası mesafe güç ve statü göstergesidir. Örneğin; yüksek statülü bireyler daha fazla yer kaplar: daha büyük evleri, arabaları ve ofisleri vardır (Lewis, 2012, s.181).

Kişilerarası mesafeler, ilişkiler çerçevesinde değerlendirildiğinde 4 farklı kategori altında ele alınmaktadır. Bunlar Şekil 4.9'da verilmiştir (Tayfun, 2011, s. 160-162).

Çok yakın ilişkiler	Özel (Mahrem) Alan - 15cm. ile 45 cm. arasında kalan mesafe
Yakın ilişkiler	Kişisel Alan - 46 cm. ile 80 cm. arasındaki mesafe
Yakın çevre ilişkileri	Sosyal Alan - 80 cm. 2 metre arasındaki mesafeler
Çevre ilişkileri	Genel Alan - 2 metre ve üzerindeki mesafeler

Şekil 4.9. Kişilerarası mesafeler ve anlamları

Kişiler arası mesafeler ve anlamlarına dair önemli bir başlık olan özel alan yakınlık kurduğumuz özellikle ailenin, akrabaların ve dostların bir arada olduğu alandır. Kişinin onayı olmadan bu alana girilirse kişi bu durumu tehdit olarak görür ve tepki verir. Özel alanın ihlal edilmesi huzursuzluğa neden olur ve yaşanan rahatsızlığı saklamak için çoğunlukla gülümseme, dikkati başka yöne çevirme tercih edilir. Kişisel alan, gündelik hayatta sürdürülen aile dışı ilişkilerde özellikle iş arkadaşlığı gibi birebir ilişkilerin yaşandığı alanlardır. Sosyal alan, günlük ilişkilerimizin yaşandığı, toplumsal mekânlarda kişisel mesafe sınırının geniş olduğu alandır. Genel alan ise bulunan çevrede ortak olarak kullanılan alandır.



Şekil 4.10. Kişilerarası mesafeler- sosyal mesafe

Kollar ve Eller: Kollarımız beden dili ile kurulan iletişimin ayrılmaz bir parçasıdır. Erişimimiz ve nesneleri kavrama yeteneğimiz aracılığıyla insanlara ve nesnelere ulaşmak için kollarımızı kullanırız. Kollarımız ayrıca kendimizi dış tehditlere karşı korumamıza yardımcı olur. Dahası otururken, ayakta dururken veya yürürken kollarımızın pozisyonu, tutum ve duygularımıza ipuçları sağlar. Bazı kol pozisyonları ve anlamları şu şekilde ifade edilebilir (Lewis, 2012, s. 112):

- Resmi ilişkiler genellikle tokalaşmayı gerektirirken, sosyal ilişkiler ise samimi selamlaşmalara ve sarılmalara izin verebilir.
- Kolları göğsün üzerine yerleştirmenin amacı, kalbi ve üst bedeni korumaktır.
- Kollar çaprazlandığında, yaklaşan bir tehdit veya istenmeyen duruma karşı bir "bariyer" oluştururlar. Tehdit altında olduğumuzu hissettiğimizde eşyaların arkasına sığındığımızda "gizlenme" anlamı ortaya çıkar.
- Çapraz bağlanmış kollar, bir saldırıya karşı koruyucu bir unsur anlamına gelmektedir. Bununla birlikte rahat bir pozisyon olduğunu ve hareketin rahatlama anlamına geldiği de unutulmamalıdır. Doktorlar ve öğretmenler gibi profesyoneller, akranlarının yanında olduklarında bu hareketi kullanırlar. Çocuklar ebeveynlerinin talimatlarına karşı gelirken kullanırlar. Bir kişi kollarını ve dirseklerini vücuda sıkıca çektiğinde, bu jest akut gerginliği veya kronik kaygıyı ortaya çıkarabilir.

Temel anlamda bazı el hareketlerini şöyle aktarabiliriz (akt. Akgüner, 2010, s. 62-64):

- Kenetlenmiş Eller
 - Olumsuzluk anlamı taşır.
- Avuçlar;
 - Avucun açık olması; iç dünyanın açık hale getirilmesinin işaretidir, güven duygusu yaratır, dostluk ilişkisini kuvvetlendirecek bir işaret sunar, kişinin uyum ve uzlaşmaya açık olduğunu gösterir.
 - Kapalı duran avuç ise açık avucun tam tersi duruma işaret eder.

4.7.6 Asansör Konuşması

Anlık gelişen fırsatları değerlendirme ve kısa bir süre zarfında etkili iletişim kurma tekniği olarak tanımlanabilen asansör konuşması, iş hayatında başarı için kişilerin önüne çıkan fırsatları değerlendirmesinde önemli bir role sahip olabilmektedir. Asansör konuşmasının ilgi çekici ve sıra dışı kabul edilebilecek bir konuşma olması gerekir. Bu kapsamda asansör konuşmasının istenen özelliklere sahip olabilmesi için gereken bileşenler şunlardır (The Staff of Entrepreneur Media, I., 2019, s. 47-49):

Zamanlama: Zamanlama oldukça önemlidir. Konuşma süresi ne kadar kısa olursa başarı yüzdesi de o kadar artar. Ne kadar parlak fikirlere sahip olursanız olun eğer özlüce ifade edememişseniz konuşma etkisini kaybeder. Örneğin, size konuşmanız ya da sunumunuz için tanınan süreyi sonuna kadar kullanmamalısınız. “Son olarak” ile başlayan ve konuşmayı sonlandırmak üzere olduğunuzu ifade eden bir cümle kurduysanız o son cümle ile konuşmayı bitirmeniz gerekmektedir. Süreyi doğru kullanmalı ama acele eder bir tavır içinde olmamalısınız.

Hikâyeleştirme: Hikâyeleştirme dinleyicinin dikkatini çekme konusunda bilimsel olarak kanıtlanmış bir yöntemdir. Herkes iyi bir hikâyeyi sever ve hikâyeleştirilmiş konuşmalar daha fazla akılda kalıcıdır, genellikle unutulmazlar.

Nokta Atışı Yapın: Konuşmada vurgulanması gereken temel bileşenlere odaklanın ve onları vurgulayın.

Kendinizi Anlatın: Kariyer hedefiniz doğrultusunda ilgili kişiyle yaptığınız ve sizi amacınıza götürecek olan konuşmada anlatmak istediklerinizin adeta resmini sözcüklerle yansıtarak ilgili kişinin zihninde sizinle neden çalışmalarını gerektiğinin cevabını verin.

Benzersizliğini Açıklayın: Diğerlerinden farkınız nedir? Neden diğer kişiler değil de siz tercih edilmelisiniz? Bu durumu anlatacak eylemlere sahip değilseniz bu konuşmayı yapmanızın anlamı yoktur. Rakiplerinizden farkınızı ortaya koyacak eylemlere sahip olmalısınız.

Giyiminize Özen Gösterin: Dış görünüş, ilk izlenim aşamasında oldukça önemli bir etkidir. İnsan doğasında var olan bir eğilim olarak dış görünüşü önemseme hali, asansör konuşması gibi kısa süreli konuşma ve sunumlarda atlanmaması gereken bir durumdur.

Egzersiz Yapın: Konuşmayı tasarlamak ve egzersizler yaparak daha başarılı bir hale dönüştürmek mümkündür.

Öngörüle Bulun: Eğer dikkati üzerinize çekebilerseniz daha fazla soru sorulacaktır. Hazır olun ve olası soruları düşünün. Zor sorulara yetenekli ve ikna edici yanıtlar oluşturarak, yetenek ve etkin özelliklerinizi gösterebilirsiniz.

İş görüşmeleri sürecinde kısa bir sürede kendini ifade etmek gerekmektedir. Görüşme esnasında adayların sözlü ifadelerinin yanı sıra beden dillerini de doğru kullanmaları büyük önem taşımaktadır. Görüşme teknik anlamda başlamadan bile sizinle ilgili değerlendirme süreci başlayabilir. Arabanızı nasıl park ettiğiniz, görevlilerle konuşma şekliniz, bekleme odasındaki hal ve hareketleriniz de değerlendirme aşamasında göz

önünde bulundurulabilir. Bu süreçte nazik ve güler yüzlü olmak avantaj sağlar. Kıyafetinizin abartıdan uzak, sade ve şık olması gerekir. Özenli bir görünüş, kıyafet tercihinde renk uyumu önemsenir. Yapılan araştırmalar ilk izlenimin oldukça önemli olduğunu göstermektedir. İnsanlar karşılaştıklarında bir dakika içinde birbirleriyle ilgili bir kanıya varırlar. Bir dakika kısa bir süre gibi gözükse de yapılan araştırmalara göre oldukça yeterli bir süredir. Bu nedenle özellikle iş görüşmesi gibi kısa sürede çok şey anlatmak zorunda olunan görüşmelerde ilk izlenim mutlaka kontrol altında tutulmalıdır (Akçay, 2013, s. 440-444).

Kariyer yönetimi aynı zamanda hayatın yönetimidir. Yaşamın şekillendirilmesi aşamasında iş hayatına dair hedeflere sahip olmak ve bu hedeflere ulaşmak için gerekli yeterlilikler kazanmak gerekir. Bu süreçte en önemli aşama iş görüşmeleri ve mülakatlarda başarılı olmaktır.

Beden dili eğitiminin meslek ayrımı gözetmeksizin herkes için büyük öneme sahip etkileri vardır (Açıl, 2005, s. 43). Başarılı ve etkin bir kariyer yönetiminde en önemli becerilerden biri de beden dili yönetimidir.

Kısa sürede kendinizi ifade etmeniz gereken durumlarda etkin iletişim kurabilmek için bu durumlara dair senaryolar oluşturarak prova yapmak hem kendinizi iyi hissetmenizi hem de deneyim kazanmanızı sağlayacaktır. İş hayatı, ikna ve kariyer hedefleri ile ilgili filmler izlemek ve filmdeki karakterlere dair beden dili ve hitabet konusunda analizler yapmak bu kapsamda kişisel bir gelişim ve değişim yaşamınızı sağlar.



Film önerileri

- 12 Kızgın Adam (12 Angry Man)
- Kazanma Sanatı (Moneyball)
- Umudunu Kaybetme (The Pursuit of Happyness)