



Seçenekler Yaratmak

Değişim için İletişim

DEĞİŞİM İÇİN İLETİŞİM

Nancy Flowers

Rakhee Goyal



**WOMEN'S
LEARNING
PARTNERSHIP**

**FOR RIGHTS,
DEVELOPMENT,
AND PEACE**

Women's Learning Partnership

4343 Montgomery Avenue, Suite 201

Bethesda, MD 20814, USA

Tel: 1-301-654-2774

Fax: 1-301-654-2775

Email: wlp@learningpartnership.org

Web: www.learningpartnership.org

© 2003 Women's Learning Partnership

İçindekiler

Giriş	1
Bu El Kitabı ve Videonun Kullanımı	3
Öğrenen Toplumlarda İletişim: Kavramsal Özet	4
Birinci Bölüm	
Nasıl Daha Etkili İletişim Kurarız?	5
İletişim Becerileri Alıştırmaları	
Alıştırma 1: Etkili İletişim	6
Alıştırma 2: İkna Edici İletişimciler	7
Alıştırma 3: İkna Edici Mesajlar	8
Alıştırma 4: Doğru Hedef Kitle için Doğru Mesaj	11
Alıştırma 5: İletişim Planı	12
İkinci Bölüm:	
Mesajımızı Hedef Kitleye Nasıl İletiriz?	13
Medya İletişimi Üzerine Araştırmalar	
Alıştırma 6: Medya ile İletişim	14
Alıştırma 7: Etkili Medya Mesajları	17
El Kitabı ve Videonun Değerlendirilmesi	
Alıştırma 8: Değerlendirme	19

GİRİŞ

2001 yılında, Kadınların Haklar, Kalkınma ve Barış Hakkında Öğrenmeleri için Ortaklık (WLP) Fas'tan *Association Democratique des Femmes du Maroc* (ADFM), Nijerya'dan Kadın Hakları için BAOBAB ve Filistin'den Kadın Sorunları Teknik Komitesi (WATC) ile ortaklaşa yürüttüğü çalışmalarla kadınlar için bir liderlik eğitimi el kitabı yayınladılar. Bu el kitabı kadınlar ve erkekler için yenilikçi ve ilkeli liderlik becerilerini tanıtır ve demokratik ve eşitlikçi toplumlarda katılımcı liderliğin teorik yapısını anlatır.

WLP ve ortakları el kitabının deneme ve değerlendirmesi sırasında kolaylaştırma, iletişim ve savunuculuk alanlarında ilave eğitim materyallerine gereksinim olduğunu fark ettiler. Deneyimli kolaylaştırıcı ve eğiticiler bile katılımcı liderlikle ilgili teorik bilgilerin kolaylaştırma, iletişim ve savunuculuk becerilerini güçlendirecek şekilde uygulanabilmesi için bazı alıştırmalardan yararlanabileceklerini düşündüler.

Bunun üzerine WLP *Seçenekler Yaratmak* başlığı altında, üç adet el kitabı ve videodan oluşan bir set hazırladı:

- *Etkileşimli Kolaylaştırmayı Öğrenme* kolaylaştırıcıların eğitimleri kapsayıcı ve katılımcı stratejiler kullanılarak daha etkili şekilde uygulamalarına; kolaylaştırıcılar, katılımcı dinlemeyi teşvik etme, sorumlulukları paylaşma, tartışmaları canlandırma, farklı görüşleri cesaretlendirme ve işbirliği içinde çalışma gibi beceriler kazanmasına yardımcı olur.
- *Değişim için İletişim* kişisel ve örgütsel iletişim becerilerini geliştirmeyi sağlayacak materyaller sunar; belirli hedef kitlelere hitap eden, özlü, dikkat çekici mesajların nasıl oluşturulacağı, bu mesajların yerel koşullara uygun iletişim kanallarını kullanarak yaygınlaştıracağına dair stratejik iletişim planlarının nasıl hazırlanacağı ve mesajların medya söyleşileri yoluyla nasıl iletileceği konularında yardımcı olacak alıştırmalar içerir.
- *Etkili Savunuculuk Kampanyaları Geliştirme*; Etkileşimli Kolaylaştırmayı Öğrenme içindeki ilkeli liderlik ve Değişim için İletişim içindeki katılımcı iletişim alıştırmalarını temel alır. Başarılı savunuculuk kampanyaları güçten ve haklarından mahrum bırakılan bireylerin yaşamlarını etkileyen politikaların oluşumda etkili aktörler olmalarını sağlar. Bu el kitabı savunuculuğu tanımlama, bir savunuculuk planının bileşenlerini araştırma ve başarılı bir savunuculuk kampanyası uygulama becerilerini geliştirecek alıştırmalar içerir.

Bu el kitapları ve video tek başına ya da birlikte kullanılabilir gibi, Seçenekler Yaratmak: Kadınlar için Liderlik Eğitimi sırasında da kullanılabilir. Ayrıca liderlik, insan hakları, toplumsal cinsiyet ve beceri geliştirmeye yönelik başka eğitimlerde de kullanılabilir. Bu el kitaplarındaki alıştırmalar farklı eğitim gruplarının ihtiyaçları doğrultusunda gözden geçirilip uyarlanabilir öğrenme modelleri olarak sunulmuştur.

Bu Kitapçık ve Videonun Kullanımı

Bu el kitabı ilham verici, bilgilendirici, ikna edici, kapsayıcı ve bağlayıcı şekilde iletişim kurmakla ilgili kavramsal bir özet ile başlar. İster bir savunuculuk kampanyası yönetin ister bir arkadaşınızla konuşun, etkili iletişim becerileri her durumda gereklidir.

Bu el kitabının *Nasıl Daha Etkili İletişim Kurarız?* başlıklı ilk bölümü kişisel ve örgütsel olarak ikna edici iletişim becerileri geliştirme, ikna edici mesajlar yaratma ve hedef gruba göre uyarlanan mesajları iletmek için stratejik iletişim planları hazırlamak üzerine odaklanmıştır. Bu bölümdeki alıştırmalar, katılımcıların diğerleri ile etkileşimlerini geliştirecek yolları arayıp ve bulmalarına yardımcı olacaktır.

Mesajımızı Nasıl İletiriz? başlıklı bir sonraki bölüm, mesajımızı hedeflediğimiz kitleye iletmede yayınlar, radyo, televizyon ve İnternet gibi medya araçlarını kullanmanın yararları üzerinedir. Alıştırmalar etkili basın bildirimleri hazırlama ve iletme konularında pratik yapma fırsatı sunar.

Kitapçığın sonunda katılımcıların öğrendiklerini ve öğrenme sürecini değerlendirmeleri için bir alıştırma bulunur.

Eğitimi aşağıdaki noktaları dikkate alarak uygulamanızı öneriyoruz:

- Katılımcılarla bir araya gelmeden önce el kitabını okuyun, Değişim için İletişim videosunu izleyin ve etkili iletişim ile ilgili yeni yaklaşımlar üzerine düşünün.
- El kitabında önerilen alıştırmalara siz de katılın.
- Videoyu 7. Sayfada yer alan İkna Edici Mesajlar başlıklı üçüncü alıştırma ile tekrar izleyin.
- Etkili Medya Mesajları başlıklı sonuncu alıştırmayı tamamladıktan sonra grubunuzla değerlendirme yapın.

Bu kitapçığın temelini oluşturan ilke kapsayıcı, yatay ve katılımcı iletişimin demokratik ve eşitlikçi toplumları güçlendirdiğidir. Bu yaklaşım, öğretmenler ve yöneticilerden, aktivistlere, memurlara ve siyasi liderlere kadar hepimiz için verimli olabilir. Birçok beceri gibi, değişim için etkili iletişim kurmakta inanç ve uygulama gerektirir.

Öğrenen Toplumlarda İletişim: Kavramsal Özet¹

Dinleme ve iletişim kurma biçimimiz liderlik anlayışımıza da doğrudan etkiler. Hiyerarşik bir ilişki, örgüt veya toplumda, iletişim sistemi esas olarak dikeydir, yani “astlar” “üstlerinin” talimatlarını takip eder.

Karşılıklı saygı üzerine kurulmuş olan öğrenen toplumlarda ise etkili iletişim yataydır. İdeal şekli akranlar arasında diyalogdur. Her birey sürece katılır ve öğrenir. Liderler, iş arkadaşları ile eşit ilişki kurar ve ortak amaçları doğrultusunda ortaklaşa çalışır.

Öğrenen toplumlarda etkili iletişim ve etkili liderlik arasında önemli bir ilişki vardır:

- **Etkili liderler iyi birer dinleyicidir.** Diğerlerinin ihtiyaçlarına karşı duyarlıdırlar. Konuştukları kadar dinlerler, böylece sadece kendi mesajlarını iletmez ayrıca diğerlerinin mesajlarını dinler ve dinlediklerinden öğrenirler. İyi dinleme, önyargıları bir yana bırakmak, konuşmacının bakış açısını anlamak ve en önemlisi diğerlerinin fikirlerine samimi şekilde saygı duymayı gerektirir.
- **Etkili liderler iyi birer iletişimcidir.** Hangi durumda hangi iletişim biçimine ihtiyaç duyulduğunu sezer ve mesajlarını amaca göre şekillendirirler. Örneğin motivasyon amaçlı bir mesaj, öğretici veya farkındalık artırıcı bir mesajdan oldukça farklıdır.
- **Etkili liderler örneklerle önderlik eder.** Vermek istedikleri mesajı somutlaştırırlar. İletişimde örnekle açıklamaktan daha ikna edici bir unsur yoktur.

¹ Bu bölüm, *Seçenekler Yaratmak: Kadınlar için Liderlik Eğitimi* el kitabının Liderliğin Yapıtaşları: İletişime Dayalı Öğrenme Olarak Liderlik bölümünde Mahnaz Afkhami tarafından sunulan fikirlerin bir özetidir.

Birinci Bölüm

Nasıl Daha Etkili İletişim Kurarız?

Birey olarak, uyandıığımız andan uyuduğumuz ana kadar sürekli etrafımızdakilerle iletişim içindeyizdir. Etkili iletişim becerileri geliştirmemiz ailemiz, dostlarımız, iş arkadaşlarımız ve dünya ile etkileşimimizi güçlendirmemiz için önemlidir. İletişim becerilerimizi artırmak ayrıca daha etkili liderler olmamızı da sağlar.

Bir topluluk veya örgütün üyeleri olarak ise, iletişim planı tasarlamak, farkındalık artırmak, toplumu harekete geçirmek ve değişim yaratmak için gerekli olan işbirliklerini kurma açısından önem taşır. Bir iletişim planı amaçlarımızı netleştirmemiz, bu amaçlara erişmek için stratejiler belirlememiz ve ortak bir vizyon çevresinde farklı grupları bir araya getirecek yöntemler geliştirmemize yarar.

Etkili iletişim hem bireyler hem de örgütler için durumun analiz edilmesi ve problemin tanımlanması ile başlar. Her gün yaşamımızı etkileyen adaletsizlik ve eşitsizlikleri görür ve deneyimleriz. Pozitif yönde bir değişimin ilk adımı da değiştirmeyi istediğimiz problemi tanımlamaktır.

Siz veya örgütünüz problemi tanımladığında bir sonraki adım amaçların belirlenmesidir: neyi başarmayı umuyorsunuz? Problemin çözümü nedir? Küçük ya da ulusal boyutta bir değişime yönelik bir veya daha çok amaç belirleyebilirsiniz.

Mesajınızın ulaşmasını istediğiniz insan, grup veya kamu kurumları hedef kitleniz olabilir. Hedef kitleyi tanımlamak, Genellikle amacınıza ulaşmada önem taşıyabilecek birkaç grupta iletişim kurmanız yararlı olur. “halk” veya “medya” hedef kitle değildir.

Amaçlarınızı ve hedef kitlenizi belirlediğinizde, mesajınızı geliştirmeye hazırsınız demektir. Etkili bir mesaj, üzerinde durmak istediğiniz problemi tanımlar ve önerdiğiniz çözümü tarif eder. Güçlü bir mesaj kim olduğunuzu, grubunuzun vizyonunu ve bunu nasıl başaracağınızı ifade eder. Etkili bir mesaj ikna edici ve farklı olmalı, hedef kitlenizin tutkularına hitap etmeli ve eyleme geçmek gerektiğini göstermelidir.

Mesajınızı geliştirdikten sonra da bir iletişim planı hazırlamalısınız. Öncelikle amacınıza ulaşmak için bir strateji, bir yaklaşım tasarlamalısınız. Bireysel ya da örgütsel stratejiniz grubun deneyimini, uzmanlığını, güçlü ve zayıf yönlerini yansıtmalıdır. Sonra taktiklerinizi, yani stratejinizi destekleyecek faaliyetleri planlayın. Taktikler, amacınıza ulaşmak için ne

kadar zaman, para ve çaba harcayabileceğinizi yansıtmalıdır. İletişim planı ayrıca çabalarınızın etkisini ve başarınızı ölçmek için zaman ve yöntemler içermelidir. Ölçüm yöntemleri, örneğin, diğer örgütlerle birlik oluşturma başarınızı, kampanyanızın basında ne kadar sık yer aldığını veya bütçenizdeki artışı ölçebilir. Öznel ölçütleriniz olması için kampanyanın farklı aşamalarında hedef kitleniz örneğin seçmen grubu vb., veya kanaat önderlerine yönelik anketler yapabilirsiniz.

İletişim Becerileri Alıştırmaları

Alıştırma 1: Etkili İletişim

Hedefler:

- Etkili bir iletişimcinin özelliklerini incelemek
- Etkili iletişim örneklerini belirlemek

Zaman: 30 Dakika

Materyaller: Yazı tahtası veya büyük boy kâğıt, tebeşir veya keçeli kalem

Grup üyelerinden bir gönüllü grup tartışmasını kolaylaştırma görevini üstlenir. Kolaylaştırıcı, alıştırmada belirtilen adımların izlenmesi, zaman kullanımı ve söz isteyen katılımcılara söz verilmesi için gruba yardımcı olur. Bir gönüllü de katılımcıların görüşlerini herkesin göreceği şekilde tahtaya veya kâğıda yazar.

1. Bir kâğıda katılımcıların görebileceği şekilde aşağıdaki gibi **ETKİLİ İLETİŞİMCİ** ve **ETKİLİ İLETİŞİM** yazın.

ETKİLİ İLETİŞİMCİ

ETKİLİ İLETİŞİM

|

2. Katılımcılar sırayla **ETKİLİ İLETİŞİMCİ** olduğunu düşündükleri kişi veya örgütleri sayar. Sonrasında **ETKİLİ İLETİŞİM** ile bağdaştırdıkları kelime, ifade ve kavramları sıralar. Gönüllü bunları kaydeder.
3. Liste tamamlandıktan sonra, katılımcılar aşağıdaki soruları tartışır:
 - Birey veya örgütlerin daha etkili iletişimciler olmasını sağlayan özellikler nelerdir?
 - Bu birey veya örgütleri iyi dinleyici oldukları için mi, iyi konuşmacı oldukları için mi daha etkili buluyorsunuz? Neden?

- Bu birey veya örgütlerin etkili iletişimci olmalarının nedeni;
 - ikna edici mesajları olması mı?
 - hedef kitlelerini diyaloglara dahil etmeleri mi?
 - başkalarının fikirlerine içten saygı göstermeleri mi?
 - mesajlarını örneklerle iletmeleri mi?
- Etkili iletişimle ilgili örneklerin ortak özellikleri nelerdir?
- Etkili iletişimle ilgili örneklerin farklılıkları nelerdir?
- Etkili bir iletişimci aynı zamanda daha etkili bir lider midir? Neden?

Alıştırma 2: İkna Edici İletişimciler

Hedef:

- İkna edici bir iletişimcinin becerilerini tartışmak

Zaman: 30 Dakika

Materyaller: Yazı tahtası veya büyük boy kâğıt, tebeşir veya keçeli kalem

Grup üyelerinden bir gönüllü grup tartışmasını kolaylaştırma görevini üstlenir. Kolaylaştırıcı, alıştırmada belirtilen adımların izlenmesi, zaman kullanımı ve söz isteyen katılımcılara söz verilmesi için gruba yardımcı olur. Bir gönüllü de katılımcıların görüşlerini herkesin göreceği şekilde tahtaya veya kâğıda yazar

1. Bir kâğıda katılımcıların görebileceği şekilde aşağıdaki gibi İKNA EDİCİ ve İKNA EDİCİ OLMAYAN yazın.

İKNA EDİCİ

İKNA EDİCİ OLMAYAN

2. Katılımcılar bir kaç dakika aileleri, dostları veya iş arkadaşları ile iletişim kurma yöntemlerini düşünür. Ayrıca kendi örgütleri veya toplum içinde hedef kitle, fikir adamları veya basınla iletişim kurma yöntemlerini düşünürler.
3. Grup aşağıdaki soruları tartışır:
 - Hangi iletişim becerileri birey veya örgütlerin ikna edici olmasını sağlar? Gönüllü yanıtları İKNA EDİCİ başlığının altına yazar.

- Hangi iletişim becerileri birey veya örgütleri ikna edici olmaktan uzaklaştırır? Gönüllü yanıtları İKNA EDİCİ OLMAYAN başlığının altına yazar.
4. Katılımcılar belirledikleri ikna edici iletişim becerilerini tartışır ve birey veya örgütlerin iletişim becerilerinin nasıl artırılabilirliğini bulmaya çalışır Tartışma sırasında aşağıdaki sorulardan yararlanılabilir:
- Birey veya örgütler farklı şekillerde mi iletişim kurar? Açıklayınız.
 - Daha ikna edici olan iletişim becerileri var mıdır? Evetse, hangileridir?
 - Kadınlar ve erkekler ikna edici olmak için farklı iletişim becerileri mi kullanırlar mı? Evetse, bunlar nelerdir?
 - Bazı iletişim becerileri kadınlardansa erkekler için daha mı yararlıdır ? Evetse, nelerdir?
 - Kadınlara için daha yararlı iletişim becerileri var mıdır? Evetse, nelerdir?
 - Sizin ikna edici iletişim becerileriniz var mı?
 - Siz veya örgütünüz nasıl ikna edici iletişim kurabilirsiniz?

Alıştırma 3: İkna Edici Mesajlar

Hedefler:

- İnsanları etkileyecek, ikna edici bir mesajın özelliklerini belirlemek.
- İkna edici bir mesaj geliştirmek.

Süre: 120 dakika

Materyaller: *Değişim için İletişim* videosu, video oynatıcı, projeksiyon, yazı tahtası ve büyük boy kağıt, tebeşir ve keçeli kalem

Grup üyelerinden bir gönüllü grup tartışmasını kolaylaştırma görevini üstlenir. Kolaylaştırıcı, alıştırmada belirtilen adımların izlenmesi, zaman kullanımı ve söz isteyen katılımcılara söz verilmesi için gruba yardımcı olur. Bir gönüllü de katılımcıların görüşlerini herkesin göreceği şekilde tahtaya veya kâğıda yazar.

Bölüm 1

1. Katılımcılar sıra ile etkileyici ve ilham verici olduğu düşündükleri birer cümle, slogan, kampanya, reklam ya da söz belirler. Gönüllü bunları kaydeder
2. Tüm katılımcıların yanıtları sıralandıktan sonra, katılımcılar aşağıdaki soruları tartışırlar:
 - a. Bu slogan (cümle, reklam, kampanya vb.) neden akılda kalıcı?
 - b. Bu mesajı ikna edici kılan veya hedef kitlenin harekete geçmesini sağlayan nedir?
 - c. Bu mesaj sizi duygusal olarak etkiliyor mu?
 - d. Bu mesaj sizin değerlerinize hitap ediyor mu?
 - e. Bu mesaj sizin hemen harekete geçmenizi sağlar mı?

- f. Bu mesajın içeriğinde güvenilir, ikna edici olmasını sağlayan gerçekçi bilgiler var mı?
- g. Bu mesaj sizi bir şey yaparken, alırken ya da düşünürken yeni bir yol izlemeye ikna ediyor mu?
3. Katılımcılar yukarıdaki sorularla ilgili tartışmaları akıllarında tutarak *Değişim için İletişim* isimli videoyu izlerler. Video etkili iletişimle ilgili temel kavramlar ile ikna edici bir mesaj geliştirmeye yönelik öneriler sunar. Bireylerin ve kuruluşların mesajlarını televizyonu kullanarak nasıl stratejik şekilde yayabileceklerini araştırır.
4. Videoyu izledikten sonra, gruptan bir gönüllü videoda anlatılan, ikna edici bir mesajda olması gereken aşağıdaki özellikleri yüksek sesle okur.
- 5.

İkna edici bir mesaj...

Kısa ve özdür. Mesajınız açık, hatırlanabilecek bir dilde bir veya iki cümleden oluşmalıdır. Çok fazla odak içermesi kafa karıştırıcı olabilir. Bu yüzden mesajınızdaki önemli noktaları birkaç tane ile sınırlayın.

Basittir. Etken fiiller kullanın. Argo, teknik kelimeler, kısaltmalar kullanmayın. Ya da kullanıyorsanız bunları açıklayın.

Çekicidir. Mesajınız hedef kitlenizin değer ve duygularına, tutkularına hitap etmelidir. İnsanlara zaten bildikleri şeyleri ve neyin önemli olduğunu hatırlatmalıdır. İnsanların pasif destekçiler, sempatican olmaktan çıkıp harekete geçmeleri için bir aciliyet hissi vermelidir.

Somut ve eylem odaklıdır. İnsanların durumu değiştirmek için ne yapabileceğini belirtmelidir.

Hedef kitleye özgüdür. Mesajınız anlamını yitirmeden her hedef kitleye hitap edecek şekilde uyarlanmalıdır.

Uyarlanmıştır. Mesajınız yazılı materyaller, web siteleri, konuşmalar ve röportajlar gibi her türlü yolla etkili bir biçimde iletilebilmelidir. .

Asıl amacınızı destekler. Mesajınız amaçlarınıza ulaşmanıza yardımcı olacak şekilde geliştirilmelidir.

Seçenek Yaratmak: Değişim için İletişim videosu, 2003. Bethesda, Maryland: Women's Learning Partnership.

6. Grup aşağıdaki soruları tartışır:

- Mesajınızda etken fiiller kullanmanız neden önemlidir? (örneğin “aç insanlar var” demek yerine “insanlar aç” demek)
- Mesajları nasıl somut ve eylem odaklı hale getiririz?
 - Kısa ve öz bir mesajı nasıl daha güçlü ve akılda kalıcı hale getiririz?
 - Bir mesajı ikna edici yapan diğer özellikler nelerdir?

- İyi bir iletişimci mesajının etkililiğini sunumuyla artırabilir mi? Nasıl?
- Tüm iyi liderlerin etkileyici, ikna edici mesajları var mı? Sizce bir lider, etkili liderlik için güçlü ve ikna edici mesajlar vermeli midir?

Bölüm 2

1. Katılımcılar 2-3 kişilik ekipler halinde çalışarak mesajlar geliştirir. Mesajlar slogan, şarkı, söz, reklam, misyon bildirisi vb olabilir ve farklı hedefler içerebilir.

2. Her ekip mesajını geliştirirken aşağıdaki soruları tartışır:

- Çözmeyi istediğiniz özel sorun nedir?
- Getirmek istediğiniz çözüm nedir?
- Ulaşmak istediğiniz 3-5 hedefiniz nelerdir?
- Amaçlarınıza nasıl ulaşmayı planlıyorsunuz?
- Amacınıza ulaşmak ve ihtiyaç duyulan değişimi yaratmak için erişmek istediğiniz kişi ve kuruluşlar hangileridir?
- Çözmek istediğiniz sorunu iletirken hedef kitlenizi de dâhil etmek için nasıl bir yol izleyebilirsiniz?
- Hedef kitleniz amaçlarınıza ulaşmanıza yardımcı olmak için nasıl bir adım atabilir, hangi eylemde bulunabilir?
- Hedef kitlenizi sizinle işbirliği yapması için nasıl motive edebilirsiniz?
- Mesajınız kısa ve basit bir dile sahip mi?
- Mesajınız asıl amacınıza yönelik midir?
- Mesajınız örgütünüzün misyonunu, hedeflerini vb. yansıtıyor mu?

3. Her ekip geliştirdiği mesajı grubun bütününe iletmek için kısa birer sunum hazırlar. Bunu yaparken ikna edici iletişim beceri ve taktiklerini (Alıştırma 2 – İkna Edici İletişim) kullanırlar.

4. Katılımcılar mesajların ve sunumların etkililiğini tartışırlar. Tartışma sırasında aşağıdaki sorular dikkate alınır:

- Sunumun amacı ne idi? Örneğin; motive etmek mi, eğitmek mi, farkındalık artırmak mı, görüş birliği sağlamak mı?
- Hangi ikna yöntemleri kullanılmıştı?
- Sunum size etkiledi mi? Neden?
- Mesaj sizi etkiledi mi? Neden?
- Siz mesajınızı nasıl sunardınız?

Alıştırma 4: Doğru Hedef Kitle için Doğru Mesaj

Hedef:

- Bir mesajı farklı hedef kitlelere uyarlamak

Süre: 45 Dakika

Materyaller: Yazı tahtası veya büyük boy kâğıt, tebeşir ve keçeli kalem

Grup üyelerinden bir gönüllü grup tartışmasını kolaylaştırma görevini üstlenir. Kolaylaştırıcı, alıştırmada belirtilen adımların izlenmesi, zaman kullanımı ve söz isteyen katılımcılara söz verilmesi için gruba yardımcı olur. Bir gönüllü de katılımcıların görüşlerini herkesin göreceği şekilde tahtaya veya kâğıda yazar.

1. Bir gönüllü, ekiplerin önceki alıştırmanın ikinci bölümünde geliştirdikleri mesajları yüksek sesle okur.
2. Katılımcılar beyin fırtınası yaparak amaçlarına ulaşabilmeleri için önemli olabilecek hedef grupları sıralar. Gönüllü her söyleneni kaydeder.
3. Önceki alıştırmanın ikinci bölümünde oluşturulan ekipler yeniden bir araya gelir ve her ekip listeden bir hedef kitle seçer. Her ekip seçtiği hedef kitlenin amaçlarına ulaşmada nasıl yararlı olabileceğini tartışır ve mesajları bu kitleye göre uyarlar. Bu sırada aşağıdaki soruları tartışır:
 - Hedef kitlenizin ele aldığınız konuya ilişkin tutumu ve davranışını nasıl öğrenebilirsiniz?
 - Hedef kitleniz amacınıza ulaşmak için bu konuyu ele almanızı destekliyor mu?
 - Hedef kitlenizle nasıl ortak bir paydada buluşabilirsiniz?
 - Hedef kitleniz ele aldığınız konunun amaçlarınıza ulaşmanızı engelleyebileceğini düşünüyor mu? Nasıl? Bu sorunların üstesinden nasıl gelirsiniz?
 - Hedef kitlenizin siz ve örgütünüzle ilgili basmakalıp düşünceleri var mı? Varsa, nelerdir?
4. Her ekip, oluşturduğu mesajı gruba sunar ve hedef kitlesini tanımladığını açıklar. Grup mesajları değerlendirir ve bunları daha etkili bir şekilde iletmenin yollarını tartışır. Grup tartışma sırasında aşağıdaki sorulardan yararlanabilir:
 - Mesaj hedeflenen kitle ile bağdaşıyor mu? Neden?
 - Mesajınızı iletmesi için belirlediğiniz sözcü, hedef kitlenizin dikkate alması için hangi özelliklere sahip olmalı?
 - Mesajınızı iletmesi için belirlediğiniz sözcü, hedef kitlenizi ikna edecek hangi özelliklere sahip olmalı?
 - Bu hedef kitle için en etkili iletişim stratejisi nedir?

Bir sonraki alıştırmada, her ekip hedefledikleri kitleye uyarladıkları mesajı iletme için bir iletişim planı tasarlayacaktır.

Alıştırma 5: İletişim Planı

Hedef:

- Bir mesajı hedeflenen kitleye iletmek için bir iletişim planı geliştirmek

Süre: 45 Dakika

Materyaller: Yazı tahtası veya büyük boy kâğıt, tebeşir ve keçeli kalem

Grup üyelerinden bir gönüllü grup tartışmasını kolaylaştırma görevini üstlenir. Kolaylaştırıcı, alıştırmada belirtilen adımların izlenmesi, zaman kullanımı ve söz isteyen katılımcılara söz verilmesi için gruba yardımcı olur. Bir gönüllü de katılımcıların görüşlerini herkesin göreceği şekilde tahtaya veya kâğıda yazar.

1. Katılımcılar 2-3 kişilik ekipler oluşturur ve *Doğru Hedef Kitleye Doğru Mesaj* başlıklı 4. alıştırmada oluşturdukları mesajları belirli bir hedef kitleye iletmek için bir iletişim eylem planı tasarlarlar.
2. Her takım, dikkat çekecekleri problem, önerdikleri çözüm ve hedeflerini içeren mesajlarını bir kez daha gözden geçirir.
3. Stratejik iletişim eylem planlarını geliştirirken aşağıdaki sorular tartışılır:
 - Sahip olduğunuz insan kaynakları nelerdir? Mesajınızı kimlerin katılımı ile yaygınlaştıracaksınız? Deneyimleri, uzmanlıkları, güçlü ve zayıf yönleri nelerdir?
 - Maddi, finansal ve diğer kaynaklarınız nelerdir? Ne kadar zaman ve bütçe ayırabilirsiniz?
 - İletişim planınızın boyutu nedir? Mesajınızı hangi düzeyde yaygınlaştıracaksınız (yerel, ulusal, bölgesel veya uluslararası)?
 - Mesajınızın hedef kitlenize çekici gelip gelmediğini nasıl test edersiniz?
 - Hedef kitlenizden nasıl geri bildirim alabilirsiniz?
 - Mesajınızı belirli bir gruba hangi faaliyetlerle yaymak için benimsersiniz?
 - Mesajınızı yaygınlaştırmak için hangi birey ve örgütlerle koalisyon oluşturacaksınız?
 - Hedef kitlenizle iletişim kurmada hangi medya aracı daha uygundur (basın-yayın, radyo, televizyon ve/veya internet)? Hedef kitleniz bilgiyi hangi medya aracından alıyor? Mesajınızı yaymada bu medya aracını nasıl kullanabilirsiniz?
 - Başarınızı nasıl ölçeceksiniz? Çabalarınızın sonuçlarını belirlemek veya başarılı olup olmadığınızı ölçmek için hangi göstergelerden faydalanacaksınız?
4. Katılımcılar *Etkili Medya Mesajları* başlıklı 7. alıştırmada hazırladıkları iletişim planlarına dayanarak kısa bir basın bildirisi hazırlayacaklar.

İkinci Bölüm

Mesajımızı Hedef Kitleye Nasıl İletiriz?

Etkili bir iletişimci doğru izleyiciye doğru mesajı, o kitlenin dikkatini çekecek stratejiler kullanarak iletir. Örneğin, amacınıza ulaşmada yardımcı olabilecek gazeteciler, eğitimciler, kanun yapıcılar veya politika yapıcılar gibi fikir adamları ile mahalle toplantıları düzenleyebilirsiniz. Veya hedef kitlenize, yerel koşullara uygun bilgi ve iletişim teknolojilerini (örn. gazete, dergi, radyo programları, televizyon, e-mail veya web siteleri) kullanarak ulaşabilirsiniz. Bu medya kanalları mesajınızı kendi sesiniz ve kendi tarzınızla iletmenizde çok etkilidir.

Mesajınızı medya yoluyla iletmenin en etkili yöntemlerinden biri de röportajdır. **Bir röportaja ne kadar iyi hazırlanırsanız o kadar etkili olursunuz.** İster basın, ister radyo-televizyon ister internet olsun, bir röportaj vermeden önce neden röportaj verdiğinizi, muhabirin kim olduğunu, başka kimlerin röportaj vereceğini ve onların konu hakkındaki görüşlerini bilmeniz önemlidir. Röportajın hedef kitesini belirleyin ve iletişim planınız için stratejik önemi olup olmadığını gözden geçirin. Mesajınızı bu hedef kitleye uyarlayın. Röportaj sırasında kontrolü elinizde tutun. Mesajınızı iletmesi için muhabire bel bağlamayın. Verilen tüm bilginin doğru olduğuna ve amacınıza ulaşmanıza hizmet edeceğine emin olun. Prova yapmak ve farklı kişilerden geri bildirimler almak, röportaj sırasında daha etkin olmanızı sağlar.

Mesajınız ne kadar etkili olursa, o kadar başarılı olursunuz. Etkili bir mesaj basit olmalıdır. Fikri doğrudan ve hatırlanabilir bir dille, argo, teknik terimler veya kısaltma kullanmadan bir veya iki cümlede vermelidir. Mesajınız, ulaşmak istediğiniz bir kaç temel hedefle sınırlanmalı ve insanların bu hedeflere ulaşmak için nasıl yardımcı olabileceklerini yönelik öneriler içermelidir. Mesajınızı istatistikler, sloganlar, semboller, somut örnek ve kısa hikâyelerle destekleyin. Mesajınızı kısa bir zaman dilimi içerisinde, çeşitli medya kanalları aracılığıyla sık sık tekrarlamamız büyük başarı sağlayacaktır.

Medya İletişimi Alıştırmaları

Alıştırma 6: Medya ile İletişim

Hedef:

- Çeşitli medya kanallarının kullanımını gözden geçirmek
- Mesajı, farklı medya kanalları aracılığıyla etkili bir şekilde yaymanın yollarını belirlemek

Süre: 90 Dakika

Materyaller: “Değişim için İletişim” videosu, video oynatıcı, televizyon, yazı tahtası veya büyük boy kâğıt, tebeşir veya keçeli kalem.

Grup üyelerinden bir gönüllü grup tartışmasını kolaylaştırma görevini üstlenir. Kolaylaştırıcı, alıştırmada belirtilen adımların izlenmesi, zaman kullanımı ve söz isteyen katılımcılara söz verilmesi için gruba yardımcı olur. Bir gönüllü de katılımcıların görüşlerini herkesin göreceği şekilde tahtaya veya kâğıda yazın.

1. Grup beyin fırtınası yaparak akıllarında kalan medya kampanyalarını listeler. Bir gönüllü söylenenleri katılımcıların göreceği şekilde not alır.
2. Liste tamamlandığında katılımcılar aşağıdaki soruları tartışır:
 - Kampanyada hangi medya araçları kullanıldı: basın, radyo, televizyon ve/veya internet?
 - Kampanya etkili miydi? Neden?
 - Mesajınızı aşağıdaki kanallarla iletmenin avantaj ve dezavantajları nelerdir?
 - Yazılı basın
 - Radyo
 - Televizyon
 - İnternet
 - Daha önce bir mesajınızı geniş kitlelere duyurmak için hangi medya araçlarını kullandınız?
 - Daha önce basılı ve internet tabanlı herhangi bir gazeteye röportaj verdiniz mi? Radyoda ya da televizyonda röportaj yaptınız mı?
 - Basından başarıyla yararlanabildiniz mi? Neden?
 - Medya ile iletişimde daha çok işinize yarayacak belirli iletişim becerileri var mıdır? Hangileri?
3. Grup bu grup tartışmasına dayanarak, mesajı medya ile yapılan röportajlarla nasıl daha başarıyla ileteceklerini tartışır. Gerek olursa *Değişim için İletişim* videosunu tekrar izlenebilir.
4. Ardından aşağıdaki sorulardan yararlanarak grup tartışması yapın.

Mesajınızı özelleştirmek: Malezyalı insan hakları aktivisti Zainah Anwar videoda şöyle diyor: “Eğer bir değişim yaratmak istiyorsanız, mesajınızı farklı hedef kitlelere göre uyarlamanız çok önemlidir.”

- Mesajınızı farklı hedef kitlelere uyarlamamızın avantajları nelerdir?
- Mesajınızı farklı hedef kitlelere uyarlamamızın dezavantajları nelerdir? Bu dezavantajların üstesinden nasıl gelebilirsiniz?

Mesajınızı iletmek: İletişim uzmanı Dana Vickers Shelley videoda şu yorumda bulunuyor: “Basınla konuşmak önemli, çünkü mesajınızı kendi sesinizle iletme olanağı sağlar.”

- Hikayenizi kendi tarzınızla anlatmanın yolları nelerdir?
- Hangi problemlerle karşılaşabilirsiniz? Bu problemleri nasıl aşabilirsiniz?

Röportaj için hazırlanmak: Shelley videoda ayrıca şunu söylüyor: “Her istendiğinde röportaj vermek zorunda değilsiniz. Kendinize şu bir kaç soruyu sorun: Bu röportaj hedef kitlenize ulaşacak mı? Bu medya aracı, hedef kitlenizin takip ettiği bir araç mı? Eğer seçimle gelmiş yetkililere ulaşmaya çalışıyorsanız, bu başlıca basın kuruluşlarından biri ya da büyük bir radyo kanalı mı, yoksa bu kişilerin dikkate almayacağı yerel bir basın kuruluşu mu?”

- Röportaj vermeden önce kendinize sorabileceğiniz sorular nelerdir?
- Farklı medya araçlarına verilecek röportajlar için (örn. basın, radyo, televizyon) yapacağınız hazırlıklar nasıl farklılaşır? Canlı yayınlanan ya da önceden kaydedilen röportajlara için yapılacak hazırlıklar nasıl olmalı?

Giyim ve duruşunuza özen göstermek: Televizyonda, izleyicilerin ilgisini üzerinizdekilere değil mesajınıza çekebilmek için sade görünmeniz çok önemlidir. Videoda Shelley lacivert veya haki gibi doğal, düz renkler giymenizi, beyaz giymemeyi, güven vermek için dik oturmanızı ve ellerinizi çok az hareket ettirmenizi öneriyor.

- İzleyicilerin ilgisini mesaja yönlendirmek için görünüş nasıl sadeleştirilebilir?
- Siz görünüşünüzü nasıl sadeleştirebilirsiniz?

Röportaj verirken bilgidan yararlanmak: Shelley videoda şunu tavsiye ediyor: “Mesajlar kısa açıklamalar, istatistikler, deyimler ve kısa hikâyeler ile zenginleşir. Ne kadar bulgu ve rakam kullanırsanız o kadar yararlı olur. Mesajınızın güvenilirliğini artırır ve insanların mesajınızı farklı yollarla anlamasını sağlar... İzleyicilere anlattıklarınıza dair somut bir şeyler

sunmanızın ne kadar önemli olduğunu anlatamam. Yani söylediklerinizin ne kadar iyi olduğu değil, neden iyi olduğunu anlatın.”

- Mesajınızın daha güvenilir olması için hangi gerçek bilgilerden yararlanabilirsiniz?
- Mesajınızı kısa bir zaman süresince sık sık birçok medya aracını kullanarak tekrarlamamızın nasıl olumlu bir etkisi olabilir?

Kontrolü ele almak: Röportaj öncesi serinkanlı olmanız mesajınızı etkili bir şekilde iletmenizi sağlar. Shelley'nin tavsiyesi şöyle: “Röportaj süresince kontrol daima siz de olsun, çünkü kamera çekime başladıktan sonra kontrolü ele almak için çok geçtir.”

- Röportaj süresince sakin ve serinkanlı kalmak için kontrolü önceden nasıl elinize alırsınız?
- Röportaj sırasında kontrolü nasıl ele alırsınız? Hangi zorluklara karşılaşılabiliyorsunuz? Bunların üstesinden nasıl gelebilirsiniz?

Olumsuz Sorular: Videoda katılımcılar röportaj sırasında karşılaşılabileceğiniz eleştiriler ve olumsuz sorularla baş etmeniz için farklı yollar öneriyor. Örneğin, Faslı bir eğitici ve aktivist olan Amina Lemrini eleştiri karşısında diplomatik davranmanın etkili bir yanıt olduğuna değiniyor. “Hayır, bu doğru değil,” veya “Hayır, bu yanlış,” şeklinde cevap vermek yerine diplomatik davranabilir, “Aslında, şuna inanıyoruz ki...,” veya, “Benim burada açıklığa kavuşturmak istediğim şey...,” şeklinde başlayan cümleler kurabilirsiniz.

- Olumsuz soruları nasıl yapıcı şekilde yanıtlatabilirsiniz?
- Saldırgan soru veya eleştiriye mesajınızı güçlendirecek bir fırsata nasıl dönüştürebilirsiniz?

Röportaj Yapma Becerilerinizi Geliştirmek: Shelley'e göre, “Medyadaki zorluk, normalde yaptığınızın tersini yapmaya çalışmaktır. Ailemizle, işte veya herhangi bir yerde sohbet ederken yaptığımız bir dizi şey vardır. Ancak bu sohbet kaydediliyor. Şimdiye dek öğrendiğiniz ve normal şartlarda yaptığınız her şeyin tersini yapmanız gerekir.”

- Röportaj verirken hangi davranış ve iletişim tarzlarını değiştirmeniz gerekir?
- Röportaj verme becerileriniz ile ilgili hangi yollardan geri bildirim alabilirsiniz?

Mesajı iletmedeki rolünüzü belirlemek: Mesajınızı etkili bir biçimde iletmede kendi yolunuzu bulmanız, etkili liderliğin de önemli bir parçasıdır. Shelley'e göre, “Herkes basın sözcüsü olamaz. Bu özellikte olmadığınızı deneyerek ve hata yaparak öğrenebilirsiniz. Belki de siz mesajı geliştiren, bu konuda rehberlik yapan ve geribildirim sağlayan kişisinizdir. Ancak kameraların karşısına geçmek ve görüş bildirmek isteyen başka biri olabilir. İşte bu yüzden işbirliği yaparak çalışmak çok iyidir.”

5. Grup olarak *Değişim için İletişim* videosunu değerlendirin. Aşağıdaki soruları tartışın:

- Video ikna edici bir mesajı nasıl yaratacağınızı anlamanızda yararlı oldu mu?
- Video medya yoluyla daha etkili iletişim kurmanın yollarını anlamanızda yararlı oldu mu?
- Videonun en çok ve en az yararlandığınız bölümleri hangileridir?
- Yararlı olabilecek başka görsel materyaller de var mıdır? Varsa, hangileridir?

Alıştırma 7: Etkili Medya Mesajları

Hedef:

- Etkili bir medya mesajı oluşturma ve iletme

Süre: 60 dakika

Materyaller: Video kamera, televizyon, video oynatıcı, tahta veya büyük boy kâğıt, tebeşir veya keçeli kalem

Grup üyelerinden bir gönüllü grup tartışmasını kolaylaştırma görevini üstlenir. Kolaylaştırıcı, alıştırmada belirtilen adımların izlenmesi, zaman kullanımı ve söz isteyen katılımcılara söz verilmesi için gruba yardımcı olur. Bir gönüllü de katılımcıların görüşlerini herkesin göreceği şekilde tahtaya veya kâğıda yazın.

1. Katılımcılar *İletişim Planı* başlıklı 5. Alıştırmada oluşturdukları iki veya üç kişilik ekipler halinde hazırlanan eylem planına göre kısa bir basın bildirisini hazırlarlar. Bu bildirinin ekibin ortak vizyonunu yansıtmalı ve aşağıdaki beş öğeyi içermesi gerekir:
 - Problem veya konuyu tanımlar.
 - Birey veya örgütün amacını belirtir.
 - Amaçlara erişmeyi sağlayacak yolları içerir.
 - İkna edici kanıtlar, bulgular ve/veya harekete geçirecek kısa hikâyeler sunar..
 - Hedef kitlelerinizin değerleri veya önceliklerine hitap eder. Mesajlarınızı buna göre uyarlayın.
 - Hedeflenen kitlenin nasıl sürece dâhil olacağını ve problemi çözmek için ne yapabileceklerini anlatır.
 - Adınız, örgütünüzün adı ve önemli programlarınızın başlıklarını içerir.
2. Ekip üyeleri arasından televizyon röportajıyla mesajınızı iletcek bir sözcü seçin. Diğer ekipten bir gönüllü ise muhabir olsun.
3. Konuşmacı röportaja başlamadan önce muhabire ele aldıkları konu hakkında kısa bilgi verir. Muhabir röportaj sırasında sormak için iki soru belirler.
4. Sırayla her gruptan bir konuşmacı üç dakika içinde bildirimlerini sunar (mümkünse röportajları videoya kaydedin. Böylece daha sonra röportajları izleyebilir ve grubun tümü bir mesajı nasıl daha iyi iletcekleri hakkında geri bildirimde bulunabilir. *Değişim için İletişim* videosundan bu etkinliğin bir örneğini izleyin.)

5. Grubun tümü her bir sunumun etkililiğini tartışır ve eleştirir. Bu aşamada aşağıdaki sorulardan yararlanabilirsiniz:

- Basın bildirisi sizi ikna edecek bilgiyi sağladı mı?
- Başka ne tür bir bilgiye ihtiyaç duydunuz?
- Mesajla ilgili olmayan gereksiz bir bilgi var mıydı?
- Takımın sözcüsü mesajı iletirken hangi iletişim becerilerini kullandı?
- Sunum ikna edici miydi? Nasıl?
- Sunum etkili miydi? Nasıl?
- Sunumun etkisini artırmak için başka ne yapılabilir?

Bu Kitapçık ve Videonun Değerlendirilmesi

Değerlendirme, katılımcıların neler öğrendikleri ve öğrenme sürecinin ne kadar etkili olduğunu anlamak açısından her eğitimin önemli bir bölümüdür. Ayrıca kolaylaştırıcılar değerlendirmeler sonucunda edindikleri bilgiyi gelecekteki eğitimleri iyileştirmek için de kullanabilirler.

Alıştırma 8: Değerlendirme

Hedefler:

- Katılımcıların bu el kitabı ve video aracılığıyla öğrendiklerini değerlendirmek
- Bu el kitabı ve videoda kullanılan öğrenme sürecini değerlendirmek

Süre: 30 dakika

Materyaller: Tahta veya büyük boy kâğıt, tebeşir veya keçeli kalem

Grup üyelerinden bir gönüllü grup tartışmasını kolaylaştırma görevini üstlenir. Kolaylaştırıcı, alıştırmada belirtilen adımların izlenmesi, zaman kullanımı ve söz isteyen katılımcılara söz verilmesi için gruba yardımcı olur. Bir gönüllü de katılımcıların görüşlerini herkesin göreceği şekilde tahtaya veya kağıda yazar.

1. Katılımcılar sırayla *Değişim için İletişim* el kitabı ve videosunda en çok beğendikleri bölümü ve nedenini açıklar.
2. Katılımcılar sırayla *Değişim için İletişim* el kitabı ve videosunda en az beğendikleri bölümü ve nedenini açıklar. Ardından katılımcılar aşağıdaki soruları tartışır:
 - Bu eğitim ve *Değişim için İletişim* el kitabı ve videosundaki alıştırmalar beklentilerinizi karşıladı mı?
 - Etkili iletişim konusunda daha fazla bilgiye ihtiyaç duyduğunuz bölümler var mı? Evetse, hangileri?
 - Yeni iletişim becerilerini günlük hayatınızda nasıl kullanmayı düşünüyorsunuz?

Bu yayın
Kanada Uluslararası Kalkınma Ajansı
Ford Vakfı
Ulusal Demokrasi Fonu
Shaler Adams Vakfı
finansal desteği ile hazırlanmıştır.



**WOMEN'S
LEARNING
PARTNERSHIP**

FOR RIGHTS,
DEVELOPMENT,
AND PEACE

4343 Montgomery Avenue, Suite 201
Bethesda, MD 20814, USA
Tel: 1-301-654-2774 ☒ Fax: 1-301-654-2775
www.learningpartnership.org