

**T.C.  
MİLLİ EĞİTİM BAKANLIĞI**

# **BÜRO YÖNETİMİ**

**SUNUŞ  
346SBI012**

**Ankara 2011**

- Bu modül, mesleki ve teknik eğitim okul/kurumlarında uygulanan Çerçeve Öğretim Programlarında yer alan yeterlikleri kazandırmaya yönelik olarak öğrencilere rehberlik etmek amacıyla hazırlanmış bireysel öğrenme materyalidir.
- Millî Eğitim Bakanlığınca ücretsiz olarak verilmiştir.
- **PARA İLE SATILMAZ.**

# İÇİNDEKİLER

AÇIKLAMALAR .....	iii
GİRİŞ .....	1
ÖĞRENME FAALİYETİ-1 .....	3
1. SUNUŞ TEKNİKLERİ .....	3
1.1. Sunum Türleri .....	3
1.1.1. Satış Sunumu .....	4
1.1.2. Biçimsel (Formal) Sunum.....	5
1.1.3. Eğitimsel Sunum.....	6
1.1.4. Motive Edici Sunum .....	7
1.1.5. Gerçeklere Dayanan Sunum .....	8
1.2. Sunuşu Planlamak .....	8
1.2.1. Hedeflerin Saptanması.....	9
1.2.2. Sunuşun Hedefleri .....	9
1.2.3. Konuşmacının Hedefleri.....	9
1.2.4. Dinleyicinin Hedefleri .....	10
1.3. Dinleyicilerin / Katılımcıların Tanımı .....	11
1.4. Amaçları Belirlemek .....	13
1.5. Kullanılacak Görsel ve İşitsel Araçlar .....	14
1.5.1. Projeksiyonlar .....	15
1.5.2. Slaytlar.....	15
1.5.3. Filmler .....	16
1.5.4. Videoteypler .....	16
1.5.5. Yazı Tahtaları .....	16
1.5.6. Yazı Levhası .....	17
1.5.7. Yazılı Materyal .....	18
1.5.8. Grafikler.....	18
1.5.9. Telekonferans ve Videokonferans (İşitsel ve Görsel).....	19
1.5.10. Sunuma Yardımcı Araçları Kullanırken Dikkat Edilecek Hususlar .....	20
1.6. Sunuş Mekanının Kontrolü .....	20
1.6.1. Küçük Mekânlarda Dikkat Edilmesi Gerekenler.....	21
1.6.2. Orta Büyüklükteki Mekanlarda Dikkat Edilmesi Gerekenler.....	21
1.6.3. Büyük Mekanlarda Dikkat Edilmesi Gerekenler.....	22
1.6.4. Sunum İçin Kullanılacak Salonunun Hazırlanması .....	23
UYGULAMA FAALİYETİ .....	24
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME .....	25
ÖĞRENME FAALİYETİ-2 .....	26
2. SUNUŞU HAZIRLAMAK .....	26
2.1. Veri Toplama .....	27
2.2. Verilerin Düzenlenmesi .....	28
2.2.1. Kilit Düşünce .....	28
2.2.2. Ana Noktaların Sıralanması.....	29
2.3. Plan Çıkarma.....	29
2.4. Metni Yazma.....	30
2.5. Görsel Yardımcıları Kararlaştırma.....	32
2.6. Metni Konuşmaya Dönüştürme .....	32
2.7. Sunuşu Prova Etmek .....	33

2.8. Sunuşu Yapmak .....	33
2.8.1. Kâğıttan Okumak.....	33
2.8.2. Metni Ezberlemek.....	34
2.8.3. Doğaçlama Konuşmak.....	34
2.9. Beden Dili ve Ses Kullanımı.....	36
2.9.1. Beden Dili.....	36
2.9.2. Ses Kullanımı .....	39
2.10. Dinleyici Profilleri .....	40
2.10.1. Dinleme Modelleri.....	40
2.11. Dinleyici Davranışı .....	41
2.11.1. Teknik Sorunlar .....	42
2.11.2. Konuşmacıdan Kaynaklanan Sorunlar .....	42
2.11.3. Dinleyiciden Kaynaklanan Sorunlar .....	43
2.12. Özetleme ve Geri Bildirim Almak .....	43
2.12.1. Özetleme.....	43
2.12.2. Geri Bildirim Almak.....	44
2.13. Sunuşun Başarısını Ölçmek / Değerlendirmek .....	45
UYGULAMA FAALİYETİ .....	46
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME .....	47
MODÜL DEĞERLENDİRME .....	48
CEVAP ANAHTARI.....	50
KAYNAKÇA .....	51

# AÇIKLAMALAR

<b>KOD</b>	<b>346SBI012</b>
<b>ALAN</b>	<b>Büro Yönetimi</b>
<b>DAL/MESLEK</b>	<b>Yönetici Sekreter</b>
<b>MODÜLÜN ADI</b>	<b>Sunuş</b>
<b>MODÜLÜN TANIMI</b>	Etkili bir sunum hazırlayabilmek ve yapabilmek için gerekli planlama, hazırlık aşamalarının, araç ve gereçlerin kullanımının ve sunuş için gerekli becerilerin işlendiği bir öğrenme materyalidir.
<b>SÜRE</b>	40/32
<b>ÖN KOŞUL</b>	Modülü başarabilmek için daha önce veri toplama, ofis programları, beden dili, drama teknikleri modüllerinin alınması yararlı olacaktır.
<b>YETERLİK</b>	Sunum yapmak
<b>MODÜLÜN AMACI</b>	<b>Genel Amaç</b> Öğrencinin büro makinelerini, araç ve gereçlerini kullanarak kurum yapısına uygun etkili sunuş yapabileceksiniz. <b>Amaçlar:</b> <b>1.</b> Büro makinelerini, araç ve gereçleri kullanarak sunuş için planlama yapabileceksiniz. <b>2.</b> Büro makinelerini, araç ve gereçleri kullanarak etkili bir sunuş yapabileceksiniz.
<b>EĞİTİM ÖĞRETİM ORTAMLARI VE DONANIMLARI</b>	Bilgisayar
<b>ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME</b>	Modülün içinde yer alan faaliyetlerden sonra, verilen ölçme araçlarıyla kazandığınız bilgileri ölçerek kendi kendinizi değerlendirebileceksiniz. Öğretmen, modül sonunda size ölçme aracı ( test, çoktan seçmeli, doğru yanlış vb.) uygulayarak modül uygulamaları ile kazandığınız bilgi ve becerileri değerlendirecektir.



# GİRİŞ

## Sevgili Öğrenci,

Bu modül ile öğreneceğiniz sunuş ile ilgili bilgilerden eğitim ve çalışma hayatınız içinde yararlanabileceksiniz.

Yaşı ve mevkii ne olursa olsun çoğu insan, bir topluluk karşısında konuşmaya başlamadan önce büyük bir korku içinde kalmaktadır. Dizlerinin ve ellerinin titrediğı, sesinin çatallaştığı, başının ağrımaya başladığını hisseder. Gözler ise kontrolden uzak, bakılması gereken yerin dışında hareket ederken, ağızdan çıkan sözcüklerin bellek dışında yönlendiğini anlarız. Son yıllarda teknoloji imdadımıza yetişse bile etkili ve güzel konuşmanın bireyi toplum içinde yücelttiğı bir gerçektir.

Her alanda yapılan çalışmalar gibi etkili sunuş alanında yapılan çalışmalar da konuşmanın bir yetenek değil, aynı zamanda beceri olarak algılanarak eğitimle geliştirilebileceğı görülmüştür. Amaç bu konudaki becerileri arttırmak ve bir sistem mantığı ile kişiyi toplum önünde başarılı kılmak, sonuçta kişinin mutluluğunu sağlamaktır.

Sunum yapma becerisi, bir öğrenci, bir öğretmen, bir yönetici ya da çalışan olun sizden istenen beceriler arasındadır. Yönetici sekreterlik alanında çalışacaksanız, siz ya da yöneticileriniz birçok sunum ile karşı karşıya kalacaksınız. Bu modül ile ne tür sunumlar olduğunu, bir sunumun planlanmasını, hazırlanmasını, amaçlarının belirlenmesini, mekanların hazırlanmasını vb. birçok bilgi edineceksiniz.





# ÖĞRENME FAALİYETİ-1

## AMAÇ

Büro makinelerini, araç ve gereçleri kullanarak sunuş için planlama yapabileceksiniz.

## ARAŞTIRMA

- Çeşitli şirketlere giderek şirket içinde yaptıkları toplantılarda kullandıkları sunum türlerini, görsel araçların neler olduğunu, sunum yapılacak mekanları nasıl düzenlediklerini, bu işlerle ilgilenen yetkili kişilerden öğreniniz.

## 1. SUNUŞ TEKNİKLERİ

### 1.1. Sunum Türleri

Beş tür sunum tanımlayabiliriz; satış sunumu, biçimsel(formal) sunum, eğitimsel sunum, motive edici sunum ve gerçeklere dayanan sunum.

- **Satış Sunumu**, içeriği satış ve pazarlama olan her tür sunumdur. Kavram, ürün, hizmet veya bir teklifin, hatta kişinin kabulünü ve tanıtımını sağlamak için yapılır.
- **Biçimsel (formal) Sunum**, daha biçimsel bir düzenleme içinde yapılır. Yemek davetlerinde, kabullerde, düğünlerde, tebriklerde, emeklilik törenlerinde olduğu gibi.
- **Eğitim Amaçlı Sunum**, amacın öğretmek olduğu sunumlardır. Özel beceri geliştirme amaçlı dersler ve eğitim programları bu türdendir.
- **Motive Etme Amaçlı Sunum, dinleyicinizi sizin söylediğiniz her şeyi kabullenmeleri** yolunda onları motive etme ve mümkünse davranış tarzlarını değiştirme amacı güden, abartılmış sunumlardır. Toplumu harekete geçiren, propaganda amaçlı, motive edici konuşmaların yer aldığı, dönem sonu satış toplantıları, dini vaazlar, tanıtım filmleri bu tür sunumlardır.

- **Gerçeklere Dayanan Sunum**, toplantılar sırasında, sizden yalnızca yaşanmış olayları aktarmanızın istendiği, herhangi bir kişisel düşüncenin ortaya konulmadığı sunumlardır.

### 1.1.1. Satış Sunumu

Satış sunumlarında amaç satış yapmaktır. Bu nedenle de “bilgi” ikna edici bir biçimde verilmelidir.

Bir satış sunumunun ardından dinleyicilerin beklenen anlaşmayı yapmadan salonu terk etmelerini izlemek çok üzücü ve insanı sinirlendiren bir durumdur. Özellikle de bütün kuralları uyguladığınıza ve gerekli bilgileri verdiğinize inanıyorsanız.

Peki, neden böyle olur? Nedenlerden akla ilk geleni, bazı insanların sizinle aynı fikirde olmaması veya teklif ettiğiniz şeyi beğenmemeleridir. Fakat bu tür olayların %75’inde neden, sunumun bilgilendirici olması ancak ikna edici olmamasıdır. Bilgilendirici sunumlar ilginç olabilirler ama satış için her zaman gerçekler yeterli olmaz. Gerçekler ikna edici sunulduğu sürece başarılı olacaktır.

Dinleyicileri ikna edebilmek için bazı öneriler:

- **Olumsuz koşullandırma ile ikna edici olabilirsiniz.** Olumsuz koşullandırma, dinleyicilerinizin sizinle aynı fikirde olmadıklarını ortaya çıkaracak olumsuz şeylerden söz etmek veya onları neyi yapmaya ikna etmeye çalışıyorsanız onu yapmalarını sağlamaktır. Sunumu bir şekilde mantıklı bir çerçeveye oturtmak, ikna etmenin etkileyici bir metodudur. Örneğin, yaylı yatak almak istiyorsunuz ve satıcı size, “Sert, iyi kalite bir yaylı yatakta uyumazsanız, sırt ağrıları çekersiniz,” dedi. Bu bir olumsuz koşullandırmadır, çünkü olumsuz bir şey söylenmiştir. Daha şimdiden, kaliteli sert bir yatağa ihtiyacınız olduğuna koşullanmışsınızdır, çünkü bunun dışında herhangi bir şey sırt ağrısına neden olacaktır.
- **Olumlu koşullandırma ile ikna edici olabilirsiniz.** Olumlu koşullandırma dinleyicilerinizin sizinle aynı fikirde olduklarında ortaya çıkacak olumlu şeylerden söz etmek veya onları neye ikna etmeye çalışıyorsanız onu yapmalarını sağlamaktır. Sunumu yaparken dengeyi kurmak önemlidir. Birçok müşteri sunumun gerçek olmayacak kadar iyi olmasından dolayı kaybedilebilir. Örneğin, orta gelir seviyesindeki insanlara fon satışı yapan bir bankacı konuştuğu insanların önemli bir bölümünün yatırımını bankalarda mevduat hesabı olarak değerlendirdiğini gördü. Bu insanlar için fazla para kazanmaktansa güvenli bir yatırım olması önemliydi. Bankacının yapması gereken, müşterilerine güvenli ve sağlam bir yatırım yaptıklarını hissettirmektir. Bankaların halkın parasını bu fonlarda değerlendirerek nasıl kazançlar elde ettiklerini ve kendi müşterileri de aynı yolla yatırım yaptıklarında ne kadar karlı çıkacaklarını detaylı olarak ortaya koydu. Bu durum olumlu koşullandırmadır.

- **Yararları ortaya koyarak ikna edebilirsiniz.** İnsanları, bir işe girmekten dolayı o işten sağlayacakları yararlarıdan söz ederek ve söylediklerinizin onlar tarafından kabulünü sağlamakla ikna edebilirsiniz.
- **Çözüm önererek ikna edebilirsiniz.** Pazarladığınız şeyin dinleyicilerinizin sorunlarına nasıl çözüm getirdiğini ve ihtiyaçlarına yanıt olduğunu anlatarak ikna edebilirsiniz. Sunduğunuz hizmetin onlar için aynı zamanda bir çözüm olacağını ortaya koymak için ihtiyaçların ne olduğuna dair bir araştırma yapmak gerekir.
- **Duyulara hitap ederek ikna edebilirsiniz.** Beş duyumuz vardır; tad almak, dokunmak, koku almak, görmek ve duymak. Bu duyulardan birini uyatarak ikna edici olabilirsiniz. Örneğin, gıda reklâmlarındaki yiyecekler nefis ve lezzetli görünürler. Konuşmacı olarak, etkileyici ve güçlü bir ses geliştirilebilir ve görsel unsurlardan yararlanılabilir.

### 1.1.2. Biçimsel (Formal) Sunum

Sunumun biçimsel, formal bir düzenlemeyle yapıldığı sunumdur. Dinleyicilerin sayısı az ya da çok olabilir. Fonksiyon genelde, birisi hakkında konuşmaktır. Amaç bir duygusallık yaratmak olmalıdır. Biçimsel sunum duygu uyandırmalıdır. Dinleyiciler anlatılanları yaşamalıdır.

Duygu uyandırıcı olabilmek için bazı öneriler:

- **Yaşanmış hikâyeleri kullanın.** Biçimsel sunumlar için duygu uyandırıcı hikâyeler anlatılması önerilir.

Örneğin bir mesai arkadaşınızın emekliliği ile ilgili sizden bir konuşma yapmanız istendi. “Okan, çok çalışkan biri olarak seni özleyeceğiz ve sana bağlılığımız sürüyor,” demek pek de duygusal ve kişilikli bir konuşma sayılmaz.

Okan’ın ne kadar çalışkan ve güvenilir biri olduğu mesajını iletmek için şöyle bir hikâye anlatmak, belli bir duygusallığın oluşmasını sağlayacaktır.

Okan’ın aramızdan ayrılacak olması beni kara kara düşündürüyor ve ne yapacağımızı merak ediyorum. Okan hep bizimleydi. Sistemlerimizin çöktüğünü ve tüm bir cuma günü koşuşturduğumuz halde gece boyunca çalışmak zorunda kaldığımız o günü anımsıyorum. Elimden geldiğince çalışmışım ve çok zorlandığımı hissediyordum. Hepimiz durmaksızın çalışıyorduk ve aklımız karışmıştı. Kapım çalındı Okan elinde bir kahve fincanıyla durmuş gülümsüyordu. “Hepimiz bir molayı hak ettik sanırım,” dedi. Oturduk, ne çok şey yaptığımızı konuştuk, herkes tatmin olmuştu ve her şey yolunda görünüyordu. Pazartesi iş geldiğimizde hiçbir sorun yoktu, ama kaçınız Okan’ın Cumartesi günü ofise gelip kalan pürüzleri hallettiğini ve böylece Pazartesi günü sorunsuz olarak işe başladığımızı biliyor?

Bu sunumda, her ne kadar Okan hakkında sizin duygularınızı ifade eden bir hikaye anlatmış olsanız da, dinleyicileriniz kendilerinin Okan'la yaşadıkları olaylarla bu hikaye arasında bağlantı kuracaklardır.

- **Karizmatik bir konuşma tarzı geliştirin.** Bir duygu yaratmanın en kolay yolu, sesinizden ve beden dilinizden geçer. Dinleyiciler üstünde yarattığınız etkinin %90'ı bu iki noktadan kaynaklanır. Bunları yok farz edemezsiniz.
- **Davetkâr sözcükler seçin.** Bazı konularda bazı konuşmalar vardır. Seçilen sözcükler ile yaratılan imaj ve zihinlerde uyandırdığı fikirler olağanüstü davetkârdır ve insanları peşinden sürükler ya da hafızalardan silinmez.

Örneğin; Martin Luter King, Amerika'da yaşayan siyah ırkın tarihine yön verdi; çünkü insanlara, barış içinde yaşamaları için ilham verme yeteneği vardı."Bir ülke hayal ediyorum..." sözleri ile yaptığı konuşma daima anımsanacak.

- **Yardımcı sahne donanımı kullanın.** Posterler, fotoğraflar, slaytlar, afişler, kısacası dinleyiciye gösterilen her şey, yardımcı sahne donanımı olarak bilinir.

Örneğin; Bir ailenin geçmişi ile ilgili yapılan slayt gösterisi, o toplantının hafızalarda daha çok yer etmesini sağlayacaktır. Günümüzde, bilgisayarla yapılan sunumlar daha kolaydır.

Sunumunuz müzik eklediğinde daha da duygusal olacaktır. Düşünebildiğini her türlü sahne donanımını kullanın. Yaratıcı olun. Unutmayın, sizin göreviniz dinleyicileriniz üzerinde bir duygu yaratmaktır.

### 1.1.3. Eğitimsel Sunum

Eğitimsel sunum, amacınızın öğretmek olduğu sunumdur. Belirli ustalık seviyelerinde verilen eğitim programları ve dersler, bu tür sunumların kapsamındadır ve bir sınıf düzeni içinde yapılır.

Eğitimsel sunumlarda amacınızı gerçekleştirebilmenin yolları:

- **Katılımcı olmayı sağlayarak öğretebilirsiniz.** Duyduklarımızın %20'sini, gördüklerimizin %30'unu, görüp, duyduklarımızın %50'sini, söylediklerimizin %70'ini, yaptıklarımızın %90'ını akılda tutabildiğimiz kanıtlanmıştır. Dinleyicilerinizin mümkün olduğunca çok şeyi anımsamalarını istiyorsanız, sunumunuzu yaparken bu unsurları göz önünde bulundurmalısınız.
- **Bölgümlere ayırarak öğretebilirsiniz.** Öğrettiğiniz konuları bölmek ve çeşitli unsurlarını bölümlere ayırarak anlatmak, dinleyicilerinizin daha kolay anlamaları açısından önem taşır.

- **Uygulamalı olarak öğretebilirsiniz.** Uygulamada kullanabileceğiniz bir ürün veya hizmet söz konusu ise, bunu sununuza dahil edebilirsiniz. Bir şeyin nasıl olduğunu tarif etmek yerine, gösterilebilecek bir ürün varsa, dinleyicilerin o ürünü kullanmalarını sağlayın. Eğer eğitim konusu uygunsa dinleyicilerinize olası durumlar karşısında nasıl hareket edeceklerini onlara roller oynatarak gösterebilirsiniz.
- **Tekrarlar yaparak öğretebilirsiniz.** Öğretirken, konuları birçok kez tekrarlamak dinleyicilerin anımsamalarına yardımcı olacaktır.
- **Güçlendirme yaparak öğretebilirsiniz.** Dinleyicilerin, öğretilenlerden neler anladıklarını, biçimsel testler, alıştırmalar, sorular ve ödevler vererek test edebilirsiniz.

#### 1.1.4. Motive Edici Sunum

Birçok sunumu bu kategori içinde değerlendirebiliriz. Mitinglerde politikacıların yaptıkları konuşmalar, dönemsel satış sunumları, dini vaazlar, bir ürünü abartılı biçimde öven tanıtım filmleri bu tür sunuma dahildir. Bu sunumların ortak amacı, dinleyiciyi heyecanlandırmak ve harekete geçirmek için itici güç olmaktır. Bu tür sunumlar, genelde kalabalık dinleyici topluluklarına yapılır ve yüz yüze olmasından dolayı, televizyona göre daha etkilidir. Motive edici sunumlarda, içerikten sunum tarzına kadar her şey abartılıdır. Sunu tarzınızı ne kadar çok abartırsanız o kadar başarılı olursunuz.

Bunu talep eden dinleyicidir ve istediklerini aldıklarında, onlardan yapmalarını istediğiniz her şeyi yapacaklardır. Bu tür sunumlarda başarıyı performansınız belirleyecektir. Motive edici sunumda, bilgilendirme çok duygusal ve çok ikna edici olmalıdır. Politik toplantılarda, yardımcı sahne donanımından yararlanılır. Taraftarlara pankartlar verilir. Hareketli ve insanları coşturan bir müzik çalınır. Müzik, dinleyiciler seslerini duyurabilmek için bağırarak zorunda kalana dek, kademe kademe yükseltilir. Bütün bunlar tansiyonu yükselten bir etki yapar, böylece konuşmacı geldiğinde, dinleyiciler iyice ısınmış ve havaya girmiş olurlar. Pankartlar ve afişler, heyecan duygusunu artırır.

Dönemsel satış sunumları, diğerlerine göre heyecan konusunda daha alçakgönüllü olsa da, insanları havaya sokmak ve motive etmek anlamında aynı amacı taşırlar. Bu sunumu yapmakla, satış ekibinizin önümüzdeki aylarda daha büyük başarılar elde etmesini beklersiniz.

Ürünü abartılı öven tanıtım filmleri yalnızca televizyonda yapılır ve bir mağaza içi mal satışından ana hatlarla farklılık gösterir. Mağaza içinde filmde olduğu gibi bir satış biçimiyle karşılaşırsanız inanmaz hatta o mağazadan hemen kaçabilirsiniz. Ancak televizyon seyircisi eğlence ister. Eğlenemiyorsa başka kanallara geçer.

Bazı dini vaazlar da abartılı bir tarzda yapıldıklarından, bu kategoriye girebilirler ve bu tarzlarıyla başarılı olurlar. Birçok fanatik topluluk, konuşmacılarına taparlar ve söyledikleri, yaptıkları her şeye inanır.

### 1.1.5. Gerçeklere Dayanan Sunum

Yalnızca gerçek bilgileri sunmak için yapılır. Raporlar, toplantılarda sunulan veriler, istatistikler ve bütçe çalışmaları bu kategoriye girer. Amaç dinleyicileri şu veya bu yönde etkilemek değil, dinleyicilerin kapasiteleri doğrultusunda, onların anlayabileceği şekilde ve olabildiğince tarafsız biçimde gerçek bilgileri vermektir.

Bu tür sunumlarda başarılı olmak için izlenmesi gereken bazı kurallar vardır:

- **Kural 1:** Görsel desteğe ihtiyaç vardır. Bu tür sunumlar için birkaç çeşit görsel malzeme bulundurmanız şarttır. Tepegöz, slayt ve dağıtılacak basılı malzemeler olabilir. Bu görsel malzemelerin desteği olmaksızın, sunumunuz akıcı olmayacaktır, çünkü sunum sırasında takip **edilmesi** güç olabilecek birçok gerçek bilgi veriyor olacaksınız. Dinleyicilerinizin sizi dinlemelerini kolaylaştırmalısınız yoksa sizi dinlemekten vazgeçerler
- **Kural 2:** Görsel malzemeler sunum sırasını takip etmelidir. Bu durum özellikle toplantıda dağıtılan basılı malzemeler için geçerlidir. Genelde dağıtılan bilgi notları, o anda verilen bilgiden daha fazlasını içerir, bu da bir hatadır. Broşür, dinleyicilerin kolay takip edebileceği bir şekilde düzenlenmiş olmalıdır. Düzenlediğiniz broşür içindeki bilgiler, kullandığınız tepegöz malzemesi o anda işlenen konuyla uyum sağlamalıdır.
- **Kural 3:** Gerçeklere dayanan sunum, bölümlere ayrılarak yapılmalıdır. Bu tür sunumlar sonuçta birçok gerçek bilgiyi kapsar; bu nedenle dinleyici dikkatinin sürekliliğini sağlamak kolay olmadığından yapılması zor bir sunumdur. Sunumu küçük bölümlere ayırırsanız, işiniz kolaylaşır ve kafa karışıklığını önlersiniz. Öncelikle genel amacınızın ne olacağını tespit etmelisiniz.
- **Kural 4:** Gerçeklere dayanan sunumda tekrarlara yer verilmelidir. Bilgi verirken ne kadar çok tekrar yaparsanız, dinleyicileriniz o kadar çok şey anmsalarlar. Tepegöz ve slaytlarınızı bile tekrar tekrar gösterebilirsiniz. Belirli noktalara dikkat çekmek istediğinizde bunu yapmak etkili olacaktır.

### 1.2. Sunuşu Planlamak

Planlama etkili sunuşun anahtarıdır, sunuşun içeriğinin ortaya çıkmasına ve gerçek konuşmanın gelişmesine bir temel oluşturur, çok yönlüdür. En azından şu noktaların belirlenmesini kapsar:

- Sunuşun amacı
- Konuşmacının ya da konuşmacıların hedefleri
- Dinleyicilerin rolü ve ihtiyaçları
- Lojistik: Ne zaman? Nerede? Kim?

- Donanım ve materyaller
- Maliyetler
- SunuŖa yaklaŖım
- SunuŖun içeriği

SunuŖun etkili planlanması konuŖmacıya Ŗu konularda yardımcı olur:

- Hedeflerin saptanması ve koordine edilmesi
- Olası en iyi içeriğin ortaya konması
- İçeriğin aktarılmasında esneklik gösterilmesi,
- SunuŖ öncesinde, sunuŖ sırasında ve sunuŖ sonrasındaki ihtiyaçların karŖılanması
- Etkili biçimde bilgilendirme
- SunuŖun yönetilmesi
- SunuŖtan kaynaklanan deęiŖikliklerle baŖa çıkılması

### **1.2.1. Hedeflerin Saptanması**

Bir sunuŖu fiili olarak hazırlamanın ilk adımı hedefleri saptamaktır. SunuŖun ve sunuŖa katılanların (konuŖmacı ve dinleyiciler) hedefleri bu özel olaya özgüdür. Etkili bir sunuŖ hazırlamak için, üç hedef dizisine ihtiyaç olduğunu bilmek gerekir: SunuŖun hedefleri, konuŖmacının hedefleri ve dinleyicilerin hedefleri. SunuŖun içeriğini geliŖtirmeden önce bu üç hedef dizisini hem ayrı ayrı hem de bir arada analiz etmelidir.

### **1.2.2. SunuŖun Hedefleri**

SunuŖun hedefleri Ŗu soruları basitçe yanıtlayarak saptanabilir:

Bu sunuŖ neyi baŖarmalı?

- Bilgi mi verecek?
- Açıklamalarda mı bulunacak?
- Rapor mu sunacak?
- Eğitim mi verecek?
- Onay mı bulacak?

### **1.2.3. KonuŖmacının Hedefleri**

KonuŖmacıların iki hedef dizisi bulunur: sunuŖun hedefleri ve kendi hedefleri. Bu iki hedef dizisi birbirinden farklı olabilir. Örneğin, sunuŖla ilgili hedefiniz bir projenin durumu st yönetime bildirmek olabilir. Oysa sizin kiŖisel hedefiniz, projenin nc ve dördüncü aŖamalarını tasarlayacak bir müteahhitle anlaşması için st yönetimi ikna etmektir.

### **Bazı kişisel hedefler sunuşun etkisini arttırır.**

Bunun örnekleri şunlardır:

- Saygı, inanç ve güven uyandırmak
- Soruları daha iyi kullanmak
- Geri beslemeden öğrenmek
- Özgüven oluşturmak
- Aktif bir dinleyici olmak

Sunuşun etkisini azaltan kişisel hedefleri ise şu örnekler verilebilir:

- Bu uzmanlığa sahip tek kişi olduğunu göstermek
- Terfi etmek
- Başka birisini kötü göstermek
- Övgü almak
- Kişisel konumunu yükseltmek

Kişisel hedeflerinizle sunuşun amacı çelişiyorsa, sonuç olumsuz olacaktır. Sadece sunuşun kendisi etkisizleşmekle kalmayacak, konu da zarar görecektir ve sizin güvenilirliğiniz zayıflayacaktır.

#### **1.2.4. Dinleyicinin Hedefleri**

Sunum sırasında dinleyicinin rolü pasif değildir. Dinleyiciden sözlü ve sözsüz gelen geri besleme anlatımı ve sunuşun içeriğini etkiler. Dinleyicinin konuşmacı üzerinde etki yaptığı gerçeği, onun sunuş sürecinin bir değişkeni olarak önemini ortaya koyar.

Bir kişiden bir sunuşa katılması istendiğinde, çoğunlukla şu iki tepkiden birisini gösterir: "Harika!" ya da "Zamanımı boşa harcayacağım." Eğer kişi sunuşa gitmeyi ipte çekiyorsa derhal toplantıya gitme amaçlarını düşünmeye başlar.

Konuşmacının hedefleri gibi, dinleyicinin hedefleri de sunuşun konusuyla ilgili olabilir ya da olmayabilir. Bazı insanlar ilişkiler kurmak ve ortalıkta gözükmek isteyebilir. Bunlar sunulan konuya gerçekte ilgi duymazlar. Konuşmacının tek tek dinleyiciler arasındaki ilgi düzeyinin geniş bir yelpazeye yayıldığı farkında olması gerekir. Bu sunuşa katılmayı isteyen insanlardan kendilerini gelmek zorunda hissedenlere ve başka bir şey yapmayı tercih edenlere kadar uzanır. Konuşmacı sunuşu geliştirir ve yerine getirirken dinleyicinin hedeflerini kestirmelidir.



### 1.3. Dinleyicilerin / Katılımcıların Tanımı

Sunum iletişime yönelik bir forumdur. İletişim süreci ise verici ile alıcı (konuşmacı ve dinleyici) arasındaki iki yönlü bir karşılıklı etkileşimdir. Bir sunuş sırasında konuşmacı ve dinleyici hem bilgi verici hem de bilgi alıcı olarak işlev görür. Dinleyicinin rolü pasif değildir. Sözlü ya da sözsüz olarak dinleyici sunuma etki eder. Bu nedenle bir sunum hazırlığı yapılırken, katılımcı listesini hazırlanacak ise katılımcıların toplantı konusu için doğru kişiler olduklarını denetleyiniz. Sunumun amacını, türünü gözden geçiriniz.

Dinleyicilerin genelde hangi özelliklere sahip olduğunu, ilgileri ve konu hakkındaki bilgi düzeylerini bilmek çok önemlidir.

- Her grupta çok değişik bireylerin olmasına karşın, dinleyicinizin genel özelliklerini inceleyerek mesajınızı en iyi sunma yolunu belirleyebilirsiniz. Derste, konu hakkında bilgisi olan öğretmen ve arkadaşlarınıza ödevinizi sunarken ya da bir kulüp toplantısında görüşlerinizi aktarırken farklı yöntemler kullanmanız gerekebilir.
- Dinleyiciler sunacağınız konu hakkında fazla bilgi sahibi değillerse, sunumunuzun amacını özetlemeye daha fazla zaman ayırmalısınız.
- Dinleyici sayısı az olduğu zaman, sunumunuz tartışmaya daha ağırlık verilen resmiyetten uzak bir sunum haline gelebilir.
- Küçük gruplarda ifadelerinizi düzeltmek ve değiştirmek için birçok olanağa sahip olursunuz.
- Dinleyici sayısı arttıkça iletişiminiz tek yönlü ve daha resmi olur. Daha kalabalık gruplara yapılan sunumların kolay anlaşılır olması gerekir.

Sunumu gerçekleştirecek kişi dinleyicileri analiz edebilmek için şu soruları sormalıdır:

- Neden oradalar?
- Ne bekliyorlar?
- Ne istiyorlar ya da neye gereksinimleri var?
- Bilgi düzeyleri nedir?
- Size ve görüşlerinize yaklaşımları nasıl olabilir?
- Size yakınlık ya da karşıtlık duymalarını etkileyecek bir deneyimleri olmuş mudur?
- Dinleyici grubunu oluşturacak insanlar hakkında ne biliyorum?
- Bu insanlar hakkında nasıl daha çok şey öğrenebilirim?
- Bu bilgileri sunuşun etkili olma olasılığını artırmak için nasıl kullanabilirim?

Eğer kendi iş yerinizde konuşuyorsanız, dinleyicilerinizin orada bulunmaktan başka bir şansları olmayabilir. Bazen dinleyicilerinizi siz davet edersiniz, ya da kalabalık bir konferansa sizi dinlemeye gelenler para ödemişlerdir. Dinleyicilerinizi sizi dinlemeyi tercih etmişler mi, kendi özgür iradeleriyle mi orada bulunuyorlar, yoksa gönderildikleri için mi oradalar? Bu onların konuşmacıya karşı yaklaşımlarında ciddi farklılıklar yaratabilir.

Dinleyicilerinizin beklentilerini gidermelisiniz. Eğer sizden yemek sonrası hafif bir konuşma bekleyen iş adamlarına, o sektördeki genç elemanların eğitimi için daha fazla maddi yardımda bulunmaları önerisinde bulunursanız yersiz olacaktır. Dinleyiciler başka bir konuşmayla ilgilenebilecek durumdadırlar, ama belediklerini bulamıyorlarsa dikkate almazlar. Amacınızla dinleyicinin beklentilerini karıştırmamaya dikkat edin. İkisi aynı değildir.

Amacınıza ulaşmak için sunumu dinleyiciler için ilginç kılmalısınız. Mesajınız onların gereksinimlerine denk düşmeli. Bu, mesajın içeriğini değiştirmeniz gerektiği anlamına gelmiyor, sadece kendinizi dinleyicinin yerine koymalı ve mesajınızı onların bakış açısıyla sunmalısınız.

Dinleyicileriniz, söyledikleriniz konusunda bilgi sahibi ise bildikleri şeyleri kapsamlı şekilde dinlemek onlar için sıkıcı olabilir. Bu durumda konuyla ilgili daha ne kadar bilgi almak istediklerini araştırınız. Dinleyicilerinizin bilgi düzeylerinin farklı olduğunu bildiğiniz durumlarda, söylediklerinizi herkesin anlaması için gerekli arka plan bilgisini de verebilirsiniz.

Konuşmaya başlamadan önce olumsuz yaklaşımlardan haberdarsanız, konuşmanız sırasında olası itirazları aşmaya çalışabilirsiniz. Kötü deneyimler insanların değerlendirmelerini etkiler ve genellikle de mesajın alınmasını ya da anlaşılmasını engelleyen duvarlara çarpmaya sebep olur. Amacınıza ulaşmak istiyorsanız, bu engelin farkına varmalı ve kaldırmalısınız.

Kendi iş yeriniz dışında bir panele katılmanız, misafir konuşmacı olmanız, bir çalışma grubunda tartışmayı yönetmeniz ya da yemekli bir toplantıya konuşmacı olarak katılmanız söz konusu olabilir. Bu durumlarda da dinleyicilerinizi ve konuşma yapacağınız mekanı ne kadar tanırırsanız o kadar güvenli ve etkileyici bir konuşma yapabilirsiniz.

Dinleyiciyi analiz etmede yardımcı olacak bilgiler şunları içerir:

- Gelecek insan sayısı
- Geleceklerin isimleri, konumları
- Temsil edilen bölümler
- Bölüm yöneticilerinin sayısı
- Yardımcı personel sayısı
- Geleceklerin cinsiyeti, yaş ortalaması, kıdem durumu

- Karar alma gücüne sahip insan sayısı
- Sunuşun konusuna çok ilgi duyan ve çok az ilgi duyan insan sayısı

Sunum türüne göre bu bilgiler değişebilir.

## 1.4. Amaçları Belirlemek

Yapılacak konuşmanın dinleyicilerini tanıma aşamasından sonra sıra hedefinize gelmiştir. Nereye gittiğinizi, nereye varmak istediğinizi bilmelisiniz. Başka bir deyişle konuşmanızın amacı nedir? Amacı belirledikten sonra hangi yoldan gideceğinizi seçersiniz, ancak nereye gittiğinizi bilmiyorsanız, nasıl davranacağınızı da bilemezsiniz.

Söylemek istediklerinizi düşünmeden önce, kendinize “Neden konuşuyorum?” diye sormalısınız. Nereye varmak istiyorsunuz? Sözüünüzü bitirdiğinizde dinleyicilerinizin neler hissetmesini istiyorsunuz? Dinleyicilerinizden en fazla hangi tepkiyi göstermelerini istiyorsunuz? Konuşmanızın sonuçlarına ilişkin hayaller kurun. Bunun gerçekleşip gerçekleşmeyeceği, hatta mümkün olup olmadığı konusunda kaygıya kapılmayın; sadece ulaşmak istediğiniz noktayı belirleyin.

Bazen, konuşmacılar tam olarak neyi amaçladıklarını belirlemede zorlanırlar. “Konuşuyorum, çünkü yıllık pazarlama toplantısı”, “Konuşma yapmam gerekiyor, çünkü böyle istendi”, “Konuşma yapacağım, çünkü şirket başkanıyım”, “Konuşma yapmam gerek çünkü sıra bende” gibi şeyler söylerler. Amaçlarınızı belirlemede zorlanıyorsanız, aşağıdaki önerileri değerlendirin.

Genel amaçlar şöyle sınıflandırılabilir:

- Bilgilendirme/öğretme/egitime
- Harekete geçirme/teşvik etme/ilham verme
- İkna etme/satma
- Araştırma/tartışma/görüşme
- Eğlendirme

Amaçlar açıkça kağıda dökülürken somut terimler kullanmak genellikle zordur fakat genel amaçlara başvurmanız işinizi kolaylaştıracaktır. Amacınızı yazın. Unutmayın amacınız açık ve ulaşılabilir olmalıdır. Amacınız patronunuzu bir otomobiliniz olması gerektiğine ikna etmekse (ulaşılabilir bir hedeftir bu), kesinlikler Rolls Royce olacak diye ısrar etmeyin (muhtemelen ulaşılabilir bir hedeftir bu).Hedefinizi belirlerken, neye ulaşmak istediğinizi muhakkak tam olarak belirleyin, bununla birlikte başarılı olup olmadığınızı nasıl değerlendireceğinizi de. Dinleyicilerinizden beklediğiniz tepkiyi belirlemenizin, amacınızı tanımlamanızı sağladığını görebilirsiniz. Nasıl bir eylem beklediğinizi belirlemek için kendinize konuşmanızdan sonra insanların nasıl davranmasını istediğinizi ya da ne yapmasını beklediğinizi sorun. Örneğin, bir büro denetimcisi, beklediği eylemi “yanlış yönlendirilen telefonların sayısının azalması” olarak tanımlayabilir. Amaçları şunlar olabilir:

- Santral operatörlerini yeni telefon teçhizatı hakkında bilgilendirmek.
- Onların işlerine saygı duymasını sağlamak, böylece yanlış yönlendirilen telefon sayısı düşecektir.

Hazırlıkların ilk aşamasını tamaladığınızda “Neden konuşuyorum ve bunun sonucunda ne bekliyorum?” sorusunu yanıtlayan, kaleme alınmış açık ve somut bir hedefiniz olacaktır.

Ulaşılabilir ve dürüstçe ortaya konmuş bir hedefi sözcüklere döküp kaleme almayı zaman kaybı gibi görüp bu aşamayı atlamak isteyebilirsiniz. Fakat hedef belirlerken harcanan zaman ve emek, hazırlığınızın sonraki evrelerinde malzeme seçimini ve kilit noktaların belirlenmesini kolaylaştıracaktır.

### **Zihin Haritası Oluşturmak**

Konuşmanızı hazırlamak için bilgisayar başına oturduğunuzda ya da kağıdı kalemi elinize aldığınızda, 1 diye başlayabilirsiniz, ama ilginç fikirler sıralı bir biçimde akla gelmez. Aynı zamanda hem yaratıcı olmak hem de bir yapı kurmak imkansız değilse bile zordur. Bu yüzden yaratıcılığınızı bir yapı içine oturtmaya çalışmak yerine, kağıdın ortasına bir daire çizip içine konuşmanızın amacını yazın. Bunu düşünürken aklınıza gelen ilginç düşünceleri de bu daireden çıkardığınız doğrular üzerine yazın. Her yeni fikirle birlikte, aklınıza başka fikirler de geldiğini, bunların üzerine bir yapı kurabileceğinizi göreceksiniz. Aklınıza gelenleri kâğıda geçirmeden, gereksiz bulmaktan kaçının. Bu sadece kendi kendinize beyin fırtınası yapmanın bir yoludur. Konuşma yapacağınız konuyla ilgili her şeyi kağıda dökmeniz için, aklınıza gelenlerin mantıklı ya da konuyla ilgili olup olmadığı değerlendirmesinden kaçının. Böylece bir zihin haritası çıkarmış olacaksınız. Haritanıza yazdıklarınızın değerlendirmesini sonra yapabilirsiniz. Zihin haritası hazırlama işini birkaç güne yayarak da yapabilirsiniz. Bu süre zarfında aklınıza yeni fikirler geldiğini ve yeni bakış açıları belirmediğini göreceksiniz.

## **1.5. Kullanılacak Görsel ve İşitsel Araçlar**

Görsel araçlar fikirleri güçlendirir, berraklaştırır ve açıklığa kavuşturur. Öğrenmeyi kolaylaştırır, zamandan tasarruf sağlar, insanların dikkatini canlı tutar. Bunlara ek olarak, görsel araçlar dinleyicilerin konu üzerinde yoğunlaşmasına, rahatlamasına ve bilgiyi akılda tutmasına yardımcı olur. Görsel araçların okunaklı ve yüksek kaliteli olmalarını sağlamak konuşmacının sorumluluğundadır. Oturma düzeni konuşmacının ve görsel araçların dinleyicilerce kolaylıkla görülebileceği ve duyulabileceği şekilde, aydınlatma görsel araçların görülmesini zorlaştırmayacak uygunlukta olmalıdır.

Sunuşa yardımcı araçlar üç kategoriye ayrılır:

- Sessiz görsel araçlar; yazı tahtaları, yazı levhası, posterler, broşürler, projeksiyonlar, slâytlar, film kareleri ve bilgisayar çıkışlı şekiller.

- İşitsel araçlar; teypler, makaralı teypler, plaklar
- Grsel ve işitsel araçlar; rol canlandırmaları, filmler, videoteyp, video diskler gibi.

### 1.5.1. Projeksiyonlar

Projeksiyonlar ya da saydam göstericiler ucuz, kullanımı kolay, güvenilir ve özel uygulamalara ve koşullara uyumlu olduklarından dolayı sıklıca kullanılır. Bunlar hem küçük, hem de orta büyüklükteki dinleyici grupları için elverişlidir. Özel bir aydınlatmaya gerek yoktur.



**Resim 1. 1: Projeksiyon makinesi**

Etkili olması için dialar okunaklı ve yazılar salonun her tarafından okunabilecek büyüklükte olmalıdır. Dialar kullanılacakları sıraya göre düzenlenip yerleştirilmelidir. Konuşmacıların diaların üzerindeki belirli noktaları göstermek için bir işaret çubuğu kullanması gerekir.

Sunuşun başlamasından hemen önce makinenin camı, mercekleri silinmeli ve odak ayarı yapılmalıdır. Sunuş anında projeksiyonun lambasının bozulması ihtimaline karşı her zaman yedek bir lamba bulundurmak gerekir. Projeksiyon makinelerinin dezavantajları ise; fan gürültülü çalışır, konuşmacı dinleyicilerin görüşünü kapatabilir, gösteriye renk, grafikler ve çizimler dahil edilmez ise dinleyiciler sıkılabilir.

### 1.5.2. Slaytlar

Slaytlar renk, grafik, fotoğraf ve çizim kullanmak için mükemmel araçlardır ve küçük, orta ya da büyük dinleyici topluluklarında gayet iyi iş grrlere. Slaytlar kullanırken ışıkların söndürülmesi gerekir. Dolayısıyla konuşmacı akışı kesmeden sunuşu bu duruma yudurmalıdır.

Slayt göstericisine alışkın olmanız halinde slaytlar daha etkili olacaktır. Bazı slayt projeksiyonlarında görüntüyü yavaş yavaş yok etme ya da ortaya çıkarma, otomatik ileri alma ve ses senkronu yapma gibi özellikler bulunur. Dinleyiciler için kullanacağınız slayt projeksiyonunu deneyerek sunuşun provasını yapmalısınız.

Işıkların açılıp kapanması sırasında dinleyicilerin dikkati dağıtacağından dolayı, konuşmacı bu anlarda akışı nasıl koruyacaklarını planlamalıdır. Görsel araçlar dinleyicinin dikkatinin konuşmacı ile gösterilen şekil arasında böldüğü için, her zamankinden daha yüksek sesle konuşulmalıdır. Bu dinleyicinin dikkatinin mesaj üzerinde toplanmasına yardımcı olur.

### 1.5.3. Filmler

Diğer görsel araçlar gibi, filmlerin de sunuşun konusunu desteklemeleri gerekir. Bir film çoğunlukla özel bir sunuş için kiralanır ya da satın alınır. İçeriğinin bir başkası tarafından yaratılması nedeniyle filmin vurgulanmasını istediğiniz noktalara ışık tutmasını güvence altına almak gerekir. İnsanlar perdede faaliyeti gözlemlerken konuyla ilgili bir tanımlamayı da dinleyebilir. Bu görsel araç her büyüklükteki dinleyici topluluğu için idealdir.

Konuşmacı sunuşun mesajını desteklemesini sağlamak amacıyla filmin içeriğini analiz eder ve salonun aydınlatılmasına geçilirken bir köprü kurarsa, filmler daha etkili olur.

### 1.5.4. Videoteypler

Videoteyp teknolojisi şirket süreçlerinin kapsanması için bir olanak sağlar. Dinleyiciye, başka türlü yaşamayacağı gerçek bir olayı izletmenin ideal yoludur. Videoteypler gerçek şirket ortamlarını resmeder ve küçük dinleyici gruplarında iyi iş görürler.

Konuşmacı cihazlara alışık olduğu, ışıklandırmadaki değişiklikleri birbirine bağladığı ve görüntülerin temiz olduğu durumda videoteypler daha etkilidir.

Videoteypin dezavantajı özel teçhizatla uzmanlığa ihtiyaç duyulması ve görüş mesafesinin 1.5 metreyi geçmemesidir.

### 1.5.5. Yazı Tahtaları



Resim 1.2: Yazı tahtası örneği

Yazı tahtaları bir sunuşu aydınlatmak ve tasvir etmek için etkili araçlardır. Yazı tahtasının en son çeşidi vinil yazı tahtalarıdır. Böylesi yazı tahtalarının en büyük cazibesi kolay kullanılmaları, küçük ve orta büyüklükteki dinleyici toplulukları için elverişli olmalarıdır.

Konuşmacı yüzünü tahta yerine dinleyicilere döndüğü, tahtanın temiz olduğu ve yedek tebeşir ya da kalemle bilgilerin hazır bulunduğu durumlarda, yazı tahtaları daha çok işe yarar. Siyah zemine beyaz, yeşil zemine sarı renkli tebeşir daha iyi gider. Vinil tahtalarda ana noktalar için siyah bir flomaster, destekleyici noktalar ve fikirler için kırmızı ya da mavi bir flomaster kullanılması daha etkili olur.

En büyük dezavantajı, tahta silinince bilginin yok olmasıdır. Ayrıca konuşmacı aynı anda konuşup yazmayı rahat bulmayabilir.

### 1.5.6. Yazı Levhası

Yazı levhası bir yazı sehпасına, duvara ya da tahtaya iliştirilebilen büyük boy boş kâğıtlardan meydana gelir. Yazı tahtalarından farklı olarak bu kâğıtlarda bilgiyi korumak daha kolaydır; çünkü gelecekte kullanmak amacıyla saklanabilirler. Yazı levhası sunuşa kendiliğindenlik katar, pahalı değildir ve bir yerden bir yere taşınması kolaydır. Ayrıca özel bir aydınlatma gerektirmez.

Konuşmacı ana noktaları sunuştan önce kâğıda büyük harflerle yazdığı zaman daha etkili iş görür. Tam cümleler kurmaya elbette gerek yoktur. Bu durumda, konuşmacı yeri geldiğinde sunuş boyunca dinleyicilerden gelen bilgileri ekleyebilir. Her sayfada 10 satırdan fazla bulunmamalıdır. Açık sayfayı çevirmeden önce var olan bilgileri okuması için dinleyiciye zaman tanımalıdır.



Resim1.3: Yazı levhası örnekleri

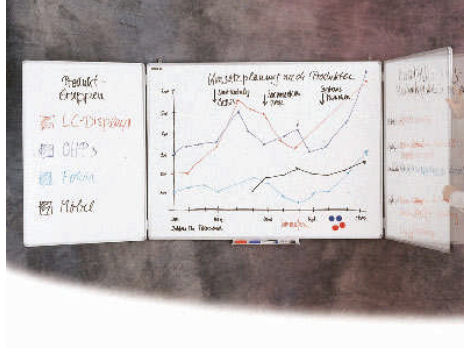
### 1.5.7. Yazılı Materyal

Yazılı materyaller; görsel araçlarda ya da sunuş sırasında sunulan materyalin kopyalarını, ek bilgileri, istatistiksel verileri ve hatta sunuş metnini içerebilir. Bunlar dinleyicinin rahatlamasına ve sunuşun üstünde yoğunlaşmasına yardım eder, çünkü dinleyici için not alma zorunluluğu ortadan kalkar. Yazılı materyal aynı zamanda insanları daha sonra gözden geçirilecek bilgilerle donatır.

Konuşmacı dinleyicilere yazılı materyalin dağıtılacağını başlangıçta söyler ve bunların taşıyacağı bilgileri açıklarsa, yazılı materyaller daha etkili olacaktır ama yazılı materyal sunuştan önce ya da sunuş sırasında dağıtılsa, dinleyiciler dinleme yerine okumayı tercih edebilir.

Yazılı materyal, ek bir hazırlanma süresi ister ve bazı metinler için telif hakkını elinde bulunduran kişiden izin alınması gerekebilir. Bunları çoğaltmak çok kolay olduğu için, yayınlanmasında sakıncalar bulunan bilgilere yer verilmemelidir.

### 1.5.8. Grafikler



Resim1.4 : Grafik örneği

Grafikler sessiz görsel araçların bir biçimidir. Çoğu kez bir konu, bazı grafik türlerini kullanarak daha iyi aydınlatılabilir. Bilgiyi sözlü olarak ve bir grafik şeklinde vermek mesajı pekiştirir ve anlamayı güçlendirir.

Yaygın şekilde kullanılan grafikler; tablolar, diyagramlar, çizelgeler, sütunlu şemalar, pay şemaları, akış şemaları ve fotoğraflardır.

Tablolar olgu ya da rakamlar konusunda özlü referanslar ve hızlı karşılaştırmalar sunmak için birebirdir. Bir sütunlu şema uzunca bir açıklamanın sunduğu bilginin aynısını verir ve anlaşılması çok kolaydır. Pay şemalar adından da anlaşılacağı gibi, bir bütünün parçaları hakkında bilgi verir. Örgütsel şemalarda her kutu bir kişiyi ya da şirketin bir bölümünü temsil eder. Akış şemaları özel bir sürecin birbirini izleyen aşamalarını ve yan adımlarını gösterir. Fotoğraflar en iyi grafik araçlarıdır. İnsanlar, resimlere ilgi duyduğundan anında dikkat çeker.



Grafik araçlar, dinleyicinin dikkatini çekip sürdürür ve anlaşılır bir biçimde bilgi verir. Görsel araçlar, sözlü mesajın yerine geçemez, sunuşun sözlü kısmını zenginleştirir.

### 1.5.9. Telekonferans ve Videokonferans (İşitsel ve Görsel)

Genel masrafların yükselmesi nedeniyle bazı şirketler değişik coğrafi bölgelerde çalışan insanlar arasında bağlantı kurmak için telekonferans ve videokonferans yöntemleri kullanılmaktadır. İki veya daha fazla noktada bulunan insanların çeşitli cihazları kullanarak sesli ve görüntü olarak, gerçek zamanlı haberleşme yöntemine videokonferans denir. Telekonferans ise sadece işitsel konferans yöntemidir.

Telekonferans, farklı yerlerdeki bireylerin, karşılıklı etkileşim amacıyla telekominükasyon sistemlerinden yararlanmasıdır. Bir telekonferansın düzenlenmesi, toplantı masasının ortasındaki bir telefona bir mikrofon bağlamak kadar basittir. Bu tip sunuşlar üretkenliğe zarar vermez, çünkü katılanlar sunuş biter bitmez işlerine dönebilir, zamanlarını ve parayı seyahat için harcamazlar.



**Resim 15: Videokonferans**

Videokonferans, insanların yüz yüze görüşmek için bir sürü soruna katlanmak yerine, ofisinden diğer ofisteki insanla gerçek zamanlı olarak toplantı, eğitim, konferans yapabilmek imkânları sunmaktadır. Diğer ofis ve şube çalışanları ile karşılıklı olarak tartışabilmek, ortak çalışma ve veri paylaşımını yapabilmektedir. Hatta ortak çizim veya uygulamayı karşılıklı olarak kullanabilmektedirler.

### 1.5.10. Sunuma Yardımcı Araçları Kullanırken Dikkat Edilecek Hususlar

En iyi sunum araçları bile, uygun bir biçimde kullanılmadıklarında, sunuma zarar verebilirler. Bu araçlar sunumu desteklemeli sunumun kendisi olmamalıdır.

- Herşeyi önceden kontrol edin.
- Dikkati denetlemek için gereçleri tam zamanında kullanın
- Görsel gereçlere yönelerek değil dinleyici ile konuşun
- Görsel gereci kullanırken daha sesli konuşun
- Görüşü engellemeyin, her yerden rahatça izlenebilsin
- Bitirdiğinizde bu yardımcı gereçleri ortadan kaldırın

### 1.6. Sunuş Mekanının Kontrolü

İster bir konferans salonunda kalabalık bir dinleyici topluluğuna, ister meslektaşlarınızdan oluşan küçük bir gruba konuşacak olun, sunuş yapacağınız mekanı önceden incelemeniz gerekir.

Konuşmalar genelde, birkaç biçimde gerçekleştirilir:

- İşyerinde düzenlenen yuvarlak masa toplantıları; yönetim kurulu toplantısı, pazarlama toplantısı, bölüm toplantıları gibi. Bunlar resmi ya da gayri resmi niteliktedir.
- Sizin işyerinizde ya da başka işyerlerinde düzenlenen müşteri toplantıları; genelde bu toplantılara en fazla on iki kişi katılır.
- Otellerde düzenlenen bölge toplantıları; 20 ya da daha fazla kişinin katıldığı pazarlama toplantıları gibi.
- 150'den fazla katılımcının bulunduğu, otellerde ya da konferans merkezlerinde düzenlenen konferanslar.

Sunum yapılmadan önce konuşmanın yapılacağı mekanı ziyaret etmek, sunuşunuzu olumsuz etkileyeceğini düşündüğünüz ayrıntıları değiştirmek ve ortama alışmak için iyi olacaktır. Sunum yerindeki imkanların, dinleyici kitlesinin, sunumun ve kendinizin gereksinimlerini ne kadar karşıladığını belirleyin. Sunumunuz için önceden iyi test edilmiş olan görsel donanımlara gerek duyabilirsiniz. Donanımı kendiniz idare edeceksiniz, nasıl kullanıldığını bilmeniz ve tüm işlevlerini araştırmanız gerekiyor. Bazen ne kadar iyi bir içeriğe sahip olursanız olun teknik donanım ya da sunum araçlarının kullanımı konusunda yaşayacağınız problemler o güzelim anlatıma gölge düşürebilir.

Dinleyiciler ne tür sandalyelerde oturacaklar? Dinleyicinin dikkatini toplamadaki sorunlarını önlemek istiyorsanız, plastik ya da düz sandalyeler daha uygundur. Oda nasıl düzenlenecek? U ya da dairesel biçimdeki düzen dinleyicileri fikir alışverişine yönlendirir. Masalara kümelenendirilmiş sandalyeler takım çalışmasına özendirir ve hepsi konuşmacıya dönük durumda sıralanmış sandalyeler genel tek yönlü sunum yapma biçimidir. Aydınlatma, okuma için yeterli mi ve bir film ya da slayt sunulurken kapatılabilir mi? Kürsü ya da gerekirse mikrofon olacak mı? Yeri ve olanakları değerlendirmeniz, size zamanı geldiğinde, sunumunuzun neye benzeyeceğinin tam bir görsel anlatımını sunar. Eğer mümkünse, önceden konuşma yapacağınız yere gidin ve burada en azından bir kez deneme sunumu yapın.

### 1.6.1. Küçük Mekânlarda Dikkat Edilmesi Gerekenler

- Dinleyicilerin salona nasıl bir oturma düzeni içinde yerleşmesini istediğinize karar verin. Masaya gereksinim var mı? Yoksa masaların olmadığı bir yarım ay dizilimi mi uygun? Birlikte, ayrı ya da size yakın oturmasını istediğiniz katılımcılar var mı? Herkes birbirini, sizi ve eğer görsel malzeme kullanacaksanız ekranı görebilecek mi?
- Notlarınız, görsel malzemeler ve dağıtacağınız belgeler için yeterince yer var mı? Dinleyicilerle aranızda masa gibi bir engel var mı, yoksa kapana kısılmış bir vaziyette mi olacaksınız? Tabloyu ve projektörü nereye koyacaksınız?
- Prizler nerede olacak? Uzatma kablosuna ihtiyacınız olacak mı?
- Eğer gerekirse, ışıkları nasıl kapatacaksınız? Ekranda ayrıntıları işaret etmek için elinizde bir çubuk olacak mı? Isınma ve havalandırma ile ilgili değişiklikleri nasıl yapacaksınız?
- Çay, kahve servisi ne zaman, kim tarafından yapılacak?
- Odada saat bulunuyor mu? Yoksa kendi saatinizi mi kullanacaksınız? Kol saatinizi çıkarıp önünüze koysanız dahi, zamanı küçük bir masa saatinden okumak daha kolay olacaktır.
- Kalemler, not defterleri ve suyu kim sağlayacak?
- Toplantı da sigara içmek serbest olacak mı?

### 1.6.2. Orta Büyüklükteki Mekanlarda Dikkat Edilmesi Gerekenler

Küçük mekanlar için verdiğimiz listedekilerin tamamını gözden geçirmek gerekir.

- Sunuşunuzun bir otelede gerçekleşecekse, kullanacağınız salonun kiralanmasından sorumlu yöneticinin ismini alın.
- Salona ne zaman gireceksiniz?
- Toplantının organizasyonundan kim sorumlu olacak ve mekanda sorumlu sıfatıyla kim bulunacak?

- Sandalyeler rahat mı? Toplantı uzun sürecekse, yerlerine daha rahat sandalyeler koymak mümkün mü? Fazladan sandalye gerekebileceğini de hesaba katın ve bir oturma planı hazırlayın.
- Toplantı salonunda cep telefonu gürültüsünü önleyin.
- Görsel malzemelerin sunumunda kullanılacak cihazları kontrol edin. Projektörü kullanabiliyor musunuz? Salondaki model bildiğiniz bir model mi? Nasıl bir ekran kullanılacak? (Kullanılacak görsel ve işitsel araçlar ile ilgili olarak 5. bölüme bakınız)
- Kürsü kullanacaksanız, yüksekliğini öğrenin. Alçaltılabiliyor mu? Gerekğinde üstünde durmanız için bir şeyler verecekler mi? Ana ışıklar kapatıldığında notlarınızı okuyabileceğiniz küçük bir ışık sağlayabilecekler mi?
- Kendi görsel malzemelerinizi kendiniz mi sunacaksınız? Bu iş teknisyene kalacaksa, ona ne gibi talimatlar vereceksiniz.
- Işık düğmelerinin nerelerde olduğunu, bunları kimin idare edeceğini öğrenin. Gerekğinde salonun sadece yarısını karartmak mümkün olabilecek mi? Pencerelerin örtülmesi gerekiyor mu?
- Tuvaletler ve telefonlar nerelerde? Otel mesaj alma imkanı sunuyor mu?
- Kahve çay servisi ne zaman, nasıl yapılacak? Servis toplantı salonunda mı yapılacak? Toplantı salonunda yapılacaksa, servisin toplantı öncesinde bitmesini sağlayın. Konuşmanızın fincan, kaşık şıkırtılarıyla bölünmesini istemezsiniz.

### 1.6.3. Büyük Mekanlarda Dikkat Edilmesi Gerekenler

Büyük konferanslarda, ayrıntıların çoğu konferansı düzenleyenler tarafından halledilir. Ancak bir konuşmacı olarak asıl sorumluluğunuz, yapacağınız konuşmayı her yönden değerlendirmek ve sunuşunuzun sorunsuz geçmesi, profesyonel görünmesi için yapabileceklerinizi düşünmektir. Ayrıntıları kontrol etmek sorunsuz bir sunuş için gereklidir.

Küçük ve orta büyüklükteki mekanlarda dikkat edilmesi gereken ayrıntılara ek olarak büyük mekanlarda da şunları gözden geçirmek gerekir;



Resim 1.6 : Bir konferans salonu görünümü

- Konuşmanızı yapacağınız sahneye ya da kürsüye nasıl çıkacaksınız?
- Nerede duracaksınız?
- Sahnede sizinle birlikte başka insanlar da bulunacak mı?
- Dinleyicileri görebilecek misiniz? Yoksa ışık size engel mi olacak?
- Görsel malzemeleri nasıl kullanacaksınız?
- Ne tür bir mikrofon kullanacaksınız? Sabit mi olacak, yoksa mikrofonla birlikte dolaşabilecek misiniz?
- Konuşma metniniz dinleyicilere ya da konferans delegelerine dağıtılacak mı? Dağıtılacaksa ne zaman?

#### **1.6.4. Sunum İçin Kullanılacak Salonunun Hazırlanması**

Sunuş yapılacak salonun temizletilmesi gerekir. Eşya düzeninin yapılması, yerlerin, kullanılacak masasının, koltukların ve tabloların temizlenip, tozlarının alınması, oturma düzenlerinin yapılması gerekir. Toplantıdan birkaç saat önce oda havalandırılır. İklima göre klima açılarak ısı derecesi düzenlenir. Sunuşa az bir zaman kala ışık düzeni ayarlanır.

Tüm bu işlerden sonra masa düzeninin yapılması gerekir. Sunuş için gerekli evraklar ve dosyalar bir gün öncesinden hazır bulundurulmalıdır. Sunuş bir iş toplantısını içeriyorsa katılacak kişilere toplantının konusuyla ilgili dosya ayrı ayrı masaya kişilerin önüne düzenli bir şekilde yerleştirilmelidir. Masanın görünüşü estetiğe uygun olmalıdır. Bu nedenle masadaki dosyalar özenle yerleştirilmelidir. Toplantı masasında canlı çiçek bulundurmak estetiği sağlar.

Ayrıca katılımcılara ikram edilecek yiyecek ve içecekler de yönetici asistan tarafından düzenlenir. Yiyecekler toplantı süresine, İklima ve katılacak kişi sayısına göre katılımcıların damak zevki esas alınarak sipariş edilir. Toplantı süresi boyunca aksatmadan yiyecek ve içecek servisi yapılır.

Sunuşun başarılı olabilmesi ve olumlu sonuçlar doğurabilmesi için tüm bu kriterlerin gerçekleştirilmesi önemlidir. İyi bir yönetici sekreter toplantı için gereken en ufak ayrıntıyı bile atlamamalıdır.

## UYGULAMA FAALİYETİ

İşlem Basamakları	Öneriler
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Sunum türü (yöntemini) belirleyiniz.</li>          <li>➤ Sunuşu planlayınız.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Sunum türleri bölümlerini dikkatlice okuyunuz.</li><li>➤ Amacınıza uygun sunum yöntemini öğretmeninizle birlikte belirleyiniz.</li><li>➤ Özellikle belirlediğiniz yöntemle ilgili başka kaynak ve kişilerden detaylı bilgiler toplayınız.</li><li>➤ Niçin sunum yaptığınızı belirleyiniz (yazılı olarak).</li><li>➤ Dinleyicilerin özelliklerini belirleyiniz</li><li>➤ Sunum için gerekli ortamı ve donanımları belirleyiniz.</li><li>➤ Sunum için gerekli araç gereç materyalleri belirleyiniz. ( Bu aşamada öğretmeniniz ve arkadaşlarınızdan yardım alabilirsiniz)</li></ul>

## ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

1. Bir iş yerinde yıl boyunca yapılan çalışmaların sonuçlarını personel ile paylaşmak üzere yapılan sunum türü aşağıdakilerden hangisidir?  
A) Eğitimsel  
B) Satış  
C) Biçimsel  
D) Gerçeklere dayanan
2. Aşağıdakilerden hangisi etkili bir sunuşun hazırlanması için gerekli hedef dizisinden biri değildir?  
A) Konuşmacının hedefi  
B) Sekreterin hedefi  
C) Dinleyicinin hedefi  
D) Sunuşun hedefi
3. Aşağıdakilerden hangisi bir sunuşun genel amaçları arasında yer almaz?  
A) Bilgilendirme  
B) Güldürme  
C) Araştırma  
D) İkna etme
4. Aşağıdakilerden hangisi sessiz görsel araçlardandır?  
A) Plaklar  
B) Projeksiyon  
C) Teypler  
D) Videoteyp
5. Bir yazı sehпасına ya da tahtaya iştirilebilen büyük boy boş kağıtlardan meydana gelen görsel araç hangisidir?  
A) Yazı tahtası  
B) Slayt  
C) Yazı levhası  
D) Yazılı materyal
6. Farklı noktalarda bulunan iki ya da daha fazla insanın çeşitli cihazlar kullanarak işitsel ve görsel olarak gerçek zamanlı haberleşme yöntemine .....denir.

### DEĞERLENDİRME

- Sorulara verdiğiniz yanıtları modül sonundaki cevap anahtarıyla karşılaştırınız.
- Bu faaliyet kapsamında hangi bilgileri kazandığınızı belirleyiniz.
- Yanlış cevaplandığımız sorularla ilgili konuları tekrar inceleyip öğrenmeye çalışınız.
  - Kaynak veya yardımcı ders kitaplarından faydalanınız.
  - Kütüphanelerden, internetten, işletmelerden araştırma yapınız.
  - Öğrenme faaliyetiyle ilgili olarak öğretmenlerinizden yardım alınız.

# ÖĞRENME FAALİYETİ-2

## AMAÇ

Büro makinelerini, araç ve gereçleri kullanarak etkili bir sunuş yapabileceksiniz

## ARAŞTIRMA

- Kişisel gelişim eğitimleri veren şirketlere giderek ya da kütüphane araştırması yaparak sunuş teknikleri konusunda kaynak sağlayınız.
- Sunum yapılan mekânlarda (Seminer, konferans vb. salonlar) bulunan özellikleri incelemek üzere bu tip mekânları ziyaret ediniz.

## 2. SUNUŞU HAZIRLAMAK

Bir sunuş, sunuşun analizi ile başlayıp fiilen yapılmasıyla sona eren birtakım aşamalardan geçer. Etkili bir sunuş geliştirmek için tüm aşamalara gerek vardır. Bunlardan bir ya da birkaç tanesini atlamak daha az etkili bir sunuşa neden olacaktır. Aşamalar şunlardır:

- Sunuş analizini yapma
- Veri toplama
- Verilerin düzenlenmesini yapma
- Sunuşun planını çıkarma
- Metni yazma
- Görsel yardımcıları kararlaştırma
- Metni konuşmaya dökme
- Sunuşu prova etme
- Sunuşu yapma



## 2.1. Veri Toplama

Bir sunuş analizi yaptıktan sonra konuşmacı vakit geçirmeden sunuşun konusuyla ilgili araştırma yapmaya başlar. Muhtemel veri kaynakları konuşmacının kendisi, organizasyonun dosyaları, görüşmeler, istatistikler, öyküler, alıntılar, örnekleri ve yayınları içerir.

- **Konuşmacı:** Pek çok durumda kendiniz en iyi veri kaynağı olabilirsiniz. Çoğunlukla ya konuya ilişkin deneyiminiz olduğu ya da konuyu araştırmak ve sunmak için gerekli becerileri taşıdığınız için sizden bir sunuş yapmanız istenir.
- **Bilgi deponuzdaki verileri etkili biçimde hatırlamanın bir yolu beyin fırtınasıdır.** Etkili bir beyin fırtınası, konuyu alt kategorilere ayırmayı, her alt kategori için en az bir sayfa bulundurmamayı bu sayfaların mantıksal bir sıraya konmayı ve verileri uygun kağıda bilgileri anımsama hızına eşit bir hızla ilgili sayfaya yazmayı kapsar. İçsel veri deponuzu iyice yokladıktan sonra, dış kaynaklara bakmalısınız.
- **Organizasyonun Dosyaları:** Şirketin dosyaları sunuş geliştirmek için mükemmel bir bilgi kaynağı olabilir. Notlar, mektuplar, politika ve yöntemle ilgili broşürler, raporlar, istatistiksel analizler, daha önceki sunuşlar, bunların tümü potansiyel bilgi kaynaklarıdır.
- **Görüşmeler:** Bilgiye ihtiyaç duyulduğunda gösterilen ilk tepki bilen birisine sormaktır. Konu hakkında dolaylı ya da dolaysız deneyimi olan insanlarla görüşmek genellikle yarar sağlar. Konuya ilişkin çok şey bilseniz bile, başkalarıyla konuşmak size ek bilgiler sağlar. Başka insanların deneyimlerini, bilgilerini katmak sunuşu daha da güçlendirebilir.
- **Yayınlar:** Yayın; basını herhangi bir materyaldir. Dergiler, periyodik yayınlar, gazeteler, broşürler, kitaplar, magazinler, elkitapları gibi. Yayınlar kamu kuruluşları, kar amacı gütmeyen organizasyonlar ve özel kuruluşlar tarafından çıkarılabilir.
- **İstatistikler:** Sayılar, oranlar gerçeklerdir. İfadelerinize inandırıcılık kazandırır ve düşüncelerinizin gerçek gibi algılanmasını sağlarlar. Birçok dinleyici,“Yapılan son bir çalışma göstermiştir ki ...” diye başlayan bir ifadeye inanacaktır.
- **Örnekler:** Bir olayın ya da nesnenin temsilcileridir. Örnekleri karmaşık bir ifadeyi netleştirmek ya da belirli bir uygulamayı çeşitlendirmek ve başka durumlara genellenebilmesini kolaylaştırmak için kullanın. Örnekleri daha etkileyici yapmanın başka bir yolu kişisel deneyimlerinizden faydalanmanızdır.
- **Öyküler:** Belli bir konuyu pekiştirmeye yarayan genişletilmiş örneklerdir. Genellikle dinleyici tarafından hoş karşılanır çünkü insanlar öykü dinlemeyi severler; ancak gereğinden fazla uzayan öyküler sıkıcı olmaya başlar.

- Alıntılar: Sunumunuza farklı bir yapı ve resmiyet kazandırır. Sunumunuzda kullanacağınız alıntıyı olduğu gibi okumanın yanında alıntıya “bir uzmanın dediği gibi... “ya da “...’nın deyimiyle “ diyerek başlamak yeterli olacaktır.

## 2.2. Verilerin Düzenlenmesi

Bir sunuşu dinleyip, arkasından konuşmacının maksadını anlamadığınızı düşündüğünüz hiç oldu mu? Sunuşun hedefleri açık ve konuşmacının hitabet becerisi iyi olsa bile, içerik iyi düzenlenmemişse dinleyiciler hayal kırıklığına uğrayacak ve zaman yitirilecektir. Konuşmacı, konuşmasındaki kilit noktaların sırasına ve zamanlamasına dikkat ederse, böyle bir durumun ortaya çıkma olasılığı azaltılabilir.

### 2.2.1. Kilit Düşünce

Kilit noktalar belirlemeden önce, konuşmacının kilit düşünceyle ilgili bir ifade geliştirmesi gerekir. Kilit noktalar buradan çıkacaktır. Kilit düşünce, etrafında kilit noktaların geliştirileceği sunuşun özüdür. Yani kilit noktalar kilit düşünceye çıkarılır. Larry Samovar ve Jack Mills, Sözlü İletişim: Mesaj ve Yanıt adlı kitaplarında kilit noktaların seçilmesi ve ifade edilmesiyle ilgili bir dizi yol gösterici kural belirlemiştir.

- Her nokta kilit düşüncenin bir ürünü olmalıdır.
- Her nokta öteki kilit noktalardan farklı olmalıdır.
- Kilit noktalar kilit düşünceyi yeterince tartışmalıdır.

Örneğin; sunuşunda kilit düşünceyi şu şekilde ifade eden kişi:“ Esnek çalışma saatleri ve yoğun iş haftası geleneksel iş haftası karşısında en yaygın kullanılan iki alternatiftir.” Bu konuşmacının hedefidir.

Sunuşun kilit noktaları şöyle olabilir:

- “Esnek çalışma saatleri”nin tanımı
- “Yoğun iş haftası”nın tanımı
- Bunların her biri ile ilgili özgül deneyler
- Her birinin avantajları ve dezavantajları

## 2.2.2. Ana Noktaların Sıralanması

Kilit düşünce ve kilit noktalar belirlendikten sonra kilit noktaların sıraya konması gerekir. Verileri art arda düzenlemenin birkaç değişik yolu bulunmaktadır. Bu yollar şunlardır:

- **Kronolojik:** Eğer ana noktalar en iyi kronolojik sıraya göre geliştiriliyorsa bunları ortaya çıkacakları zamana göre sıralayın. Buna bir örnek olarak, özel bir görevin aşamalarının, bu aşamaların ortaya çıkış sırasına göre sunulması verilebilir.
- **Tarihsel:** Eğer ana noktalar bir dönem meydana gelen içinde değişikliklerle birlikte arkaplan bilgisi de veriyorlarsa, sıralamanın tarihsel (örneğin kuruluş günlerinden o ana kadar bir şirketin evrimi ) olmalıdır.
- **Mekansal:** Bu düzenleme coğrafi konumlar ya da fiziksel alanlar (örneğin bir şirketin bölge ya da yöreye dayalı çalışmalarının tartışılması ) hakkında bilgi vermek amacıyla kullanılır.
- **Konuya göre:** Bu düzenleme konuyu mantıksal ya da doğal bileşenlerine ayırır. Buna örnek, bir finans müdür yardımcısının yerine getireceği rollerin sunulmasıdır.
- **Problem çözümü:** Bu düzenleme bir problemi, problemin nedeninin analizini ve önerilen bir çözümü ortaya koyar. Konuşmacı problemi saptar, neden ve sonuçlarını tartışır ve bir çözüm önerisini tanımlar. Buna örnek, yüksek taşıma maliyetleri üstüne bir sunuş vermektir.
- **Uzamsal sıralama:** Bu yöntemle başvurursanız, özelden başlayıp genele gidebileceğiniz gibi, ilk olarak genel tabloyu ele alıp sonra bunu dinleyicilerle nasın bir ilgisi olduğunu göstermeyi de deneyebilirsiniz. Örneğin son altı ayın satış çizelgesini inceleyip, ardından bunu son üç yıllık satışlar bağlamında ele alabilirsiniz.
- **Teori / Uygulama:** Önce teoriyi açıkla, sonra da bunun pratikte nasıl işlediğini gösterirsiniz. Teoriyi anlatırken, dinleyicilerin konuyla ilgili bilgileriyle bağlantı kurulması ve sonra daha az bildikleri noktalar üzerinde durulması daha yararlı olacaktır.

Konuşmacının seçeceği somut sıralama konuya ve sunuşun hedefine bağlıdır.

## 2.3. Plan Çıkarma

Bir plan iki temel amaca hizmet eder. Seçilen düzenlemeye dayalı olarak kilit noktaları sıraya koyar ve içeriğin sadece esas enformasyonu kapsayacağı bir şekilde toplanan verileri azaltır.

Plan ayrıca ikinci dereceden birkaç amaca da hizmet eder. Ek ya da daha az destekleyici veriye ihtiyaç duyan kilit noktalar meydana çıkarır ve konuşmacının sunulacak noktaları hatırlamasına yardımcı olur. Bunlara ek olarak, konuşmacının konuyu sunmak için gerekli zamanı kestirmesine etkili olacaktır. Bu aynı zamanda konuşmacının şunu özetleyen doküman işlevini görür ve son olarak, konuşmanın tam metninin iskeletini oluşturur.

Fikirleri planda hiyerarşik bir sıraya koymak için semboller kullanılır. Ana bölümler Romen rakamlarıyla, kilit noktalar büyük harflerle ve her bir noktanın destekleyici verileri normal rakamlarla gösterilir. Ortaya çıkan plan şuna benzer:

- Ana nokta
  - Kilit nokta
    - Destekleyici veri
    - Destekleyici veri
  - Kilit nokta
- Ana nokta

Bir plandaki her bölüm sadece bir fikri gösterir. Bu, bilgilerin birbirinden ayrılmasına, konunun açık ve öznlü biçimde sunulmasına, fikirlerin çakışmasının en aza indirilmesine yardımcı olur. Kilit düşünceler ve kilit noktalar aşırı ölçüde çakışırsa dinleyicilerin kafası karışabilir. Plandaki her alt bölüm kendi ana bölümüyle bağlantılı olmalıdır. Kilit düşünce, sunuşun amacıdır. Kilit noktalar, kilit düşünceden çıkartılan fikir, kavram ve düşüncelerdir. Alt noktalar, kilit noktayı desteklemek, açıklamak ya da kanıtlamak amacıyla kullanılan verileri içerir.

## 2.4. Metni Yazma

Sunuşun yapılacağı döküman; yazılı metnin gerekli içeriğini kapsayacak kadar ayrıntılı bir plan veya plandan ve son metinden yararlanılarak çıkartılan kartlar ya da metnin bizzat kendisi olabilir. Yazı planı ya da not kartları 15 dakikayı geçmeyen kısa sunuşlarda gayet iyi iş görür. Uzunluğu ne olursa olsun, sunuş asla ezberden yapılmamalıdır; çünkü sunuşun dinamikleri çok karmaşıktır ama notlara da çok fazla bağımlı kalmamak gerekir. Notlar, sadece hafızayı canlandırır. Taslağı mı, kartları mı, yoksa yazılı metni mi tercih edeceğiniz, konuşmanın uzunluğuna, konun karmaşıklığına ve özgüveninize bağlıdır. Not olarak ne kullanıldığına bakılmaksızın her zaman yazılı bir metnin çıkarılması gerekir.

Yazılı metin sözlü sunuştan farklıdır. Hem mesajı, hem de sunulacak görsel materyalleri tanımlar. Yazılı metin kendi kendine yeterlidir; sözlü sunuş olmadan da anlaşılabilir. Yazılı metnin ilk taslağı, çalışma kopyasıdır. Konuşmacının okuyabilmesi ve sunuşun hedefini aktarıp destekleyecek değişiklikleri yaparak düzeltebilmesi için çift aralıkla daktilo edilmelidir. Son taslak, temiz ve öz olmalı, mantıksal bir sırayı izlemeli ve ana noktaları vurgulamalıdır.

### Yazılı Metnin Bölümleri

Yazılı metinde, plandaki dört bölüme denk düşen bölümler bulunur. Bölümler sırayla giriş, kilit düşünce(hedef), gelişme ve sonuçtur.

- **Giriş:** Bir sunuşu giriş bölümü dinleyicilerin konuşmacıyla ilgili ilk izlenimlerine katkıda bulunur. Giriş birkaç amaca hizmet eder:
  - Konuşmacıyla dinleyiciler arasında uyum ve güven oluşturur.
  - Sunuşun amacını bildirir.
  - Dinleyicilerin dikkatini yakalar.
  - Dinleyiciyi sunuşun özüne doğru yöneltir.
  - Dinleyicilerin konuya alışması için zaman tanır.
- **Kilit Düşünce:** Daha önce belirtildiği gibi, kilit düşünce sunuşun hedefidir. Bu özel olarak dinleyiciye sunuşun neyi gerçekleştireceğini söyler.
- **Gelişme:** Yazılı metnin gelişme bölümü planda romen rakamı (I, II, III ..) ile gösterilmiştir. Bu kısım hem plandaki her bir kilit noktanın ayrıntılı tartışılmasını, hem de kilit noktayı destekleyici verileri içerir. Bu bölüm konuşmacının mesajını aktarır. Sözcüklerin kolayca anlaşılması, cümlelerin kısa olması ve sadece bir fikri içermesi, uzun ifadelerin gereksiz sözcükler taşımaması ve fiil çatısının pasif değil aktif olması durumunda etkili iletişim olanağı artar.
- **Sonuç ya da Kapanış :** Etkili olması için sonuç bölümü dinleyicilerin dikkatini iletilen mesaja yöneltmeli ve dinleyicilere bir tamamlanmışlık duygusu vermelidir. Dinleyicileriniz her zaman konuşmanın başında ve sonunda daha dikkatlidir; bu yüzden de bundan yararlanmalı ve olumlu bir mesajla sözlerinizi noktalamalısınız. Son derece güvenli bir konuşmacının acele bir teşekkürle kürsüden inip oturduğuna tanık olmuşsunuzdur. Bu konuşmacının hoş olmayan bir deneyimi noktalamak için daha fazla bekleyemediği izlenimini yaratır. Dinleyicilere teşekkür etmek için hiçbir sebep yoktur, ayrıca bu söz genellikle konuşmacının kürsüden inmesine ve aşırı ilgiden kurtulmasına yardımcı olmak için kullanılır. Sonuç cümleleriniz bir sürpriz niteliği taşımamalıdır. Dinleyicilerin dikkatini yoğunlaştırabilmeleri için bu cümleler öngörülebilir olmalıdır. Kapanışı kısa tutmaya ve yeni unsurlarla süslememeye özen gösterin.

Kapanış cümleleriniz için şu yollara başvurabilirsiniz:

- **Özetleme.:** Konuşmanızı bitirmek üzere olduğunuzu göstermek için “sonuçta”, “özetlemek gerekirse”, “son olarak” gibi deyimler kullanabilirsiniz. Bu sözcüklerin ardından kesinlikle son noktayı koymalısınız. Beş dakika daha konuşmaya devam etmeyin.
- **Eylem talebi:** Sözlerinizi özetleyip dinleyicilerinizden beklentilerinizi aktarabilirsiniz.

- **Soru sorun:** Dinleyicileri bir soruyla baş başa bırakmak isteyebilirsiniz. Bir soruna değinip bir çözüm önerdiyseniz bu etkili bir yöntem olabilir:“..... Karar size kalmış, bilmem siz ne dersiniz?“
  - **Alıntı kullanın:** Espirili ya da anlamlı bir bitiriş cümlesi için bir alıntı kitabından yararlanabilirsiniz
  - **Bir anekdot anlatın:** Konuşmanın sonunda anlatılan hikaye kısa olmalı ve vurgulamak istediğiniz temayı anlatmalıdır. Hikayeyi kişiselleştirin ve dinleyicilerinizin ilgisini kurun.
- **Son Taslağı Hazırlama:** Metnin ilk taslağı yazılıp düzeltilince, sıra son taslağın hazırlanmasına gelir. Bu taslağı büyük harflerle ve çift aralıkla daktilo ederseniz okunması daha etkili ve kolay olabilir. Taslak standart boyutlardaki bir kağıda ve yanlarda geniş boşluklar bırakılarak yazılmalıdır.

## 2.5. Görsel Yardımcıları Kararlaştırma

Sunuşlar görsel yardımcıları çerçevesinde yazılmamalıdır. Bazı konuşmacılar önce yaratıcı ve ilginç görsel araçları seçip, daha sonra sunuşu bunları kapsayacak şekilde yazma yanlışına düşer. Bu süreci tersine çevirir. Doğru sıra, sunuşu yazmak, sonra hangi görsel araçların kullanılacağına karar vermektir.

## 2.6. Metni Konuşmaya Dönüştürme

Son taslağı bitirdiğinizde işin yazma kısmının sona erdiğini düşünebilirsiniz; ancak yazılı metnin dili ve stili sözlü bir sunuşta kullanılan dilin ve stilin aynı olamaz; bu yüzden, sözlü sunuşu yapmadan önce yazılı metni konuşma stiline dönüştürmeniz gerekir. Bir konuşma stili geliştirmek için önerilen bazı ilkeler şunlardır:

- Şahıs zamirleri kullanın. Organizasyondan söz ederken "biz","bize", "bizim" sözcüklerini bu zamirleri dinleyicileri göstermek için kullanacağınız „siz“ ve „sizin“ zamirleriyle dengeleyin.
- Kısaltmalar kullanın. Kısaltmalar zamirleri ve fiilleri birbirine bağlar ve fiilleri olumsuz yapar. Kısaltmalar kullanmak size rahat ve samimi bir hava verir.
- Günlük sözcüklere dayanın. Dinleyiciler “optimum“ un „en uygun“ demek olduğunu bilebilir, ama bunu tercüme etmek zorunda değildirlere. Dinleyicinin bakış açısından karmaşık sözcükler kolay dinlemeden daha az önemlidir.
- Kısa ama çok fazla olmayan bağlaçlar kullanın. Bunlar kullanıldığında konuşma tarzını taşımalıdır. Örneğin, “buna karşılık“ değil, “gene de“.
- Argo, jargon ve akrostişlerden kaçının. Oynak ifadeler kadar meslek argosu da profesyonel bir sunuşla bağdaşmaz. Bunlar sadece dinleyicilerin kafasını karıştırır.
- Olumlu sözcükler kullanın.“ Konunun diğer yanını göremediniz“ demek yerine, “İşin bir de öteki yanına bakalım“ gibi ifadeler kullanın.

- Cümleleriniz kısa olsun. Çeşitlilik amacıyla hem uzun hem kısa cümleler kullanılabilir. Bunların ortalama 20 kelime ya da daha az olması gerekir. Eğer bir nefes alışta söyleyebiliyorsanız, bir cümle genellikle uygun uzunlukta demektir.

Daha önce söylediğimiz gibi, sunuşu bir plana, not kartlarına ya da yazılı metine bakarak yapabilirsiniz. Bunlardan hangisini kullanırsanız kullanın, notların hatırlama ve konudan ayrılmama bakımından size yardımcı olacağını bilmek önemlidir. Notlara ya da bir metne bakarak asla okumamalısınız. Rahat ve sohbet eder gibi konuşmak yapaylığı azaltır ve tek tek her dinleyicide sadece kendisine konuşuluyormuş gibi bir duygu uyandırır.

## **2.7. Sunuşu Prova Etmek**

Önümüzdeki bir sunuşun birkaç defa provasını yapmak, özgüveninizin güçlenmesine, içeriği ve kurgusunu iyice tanımanıza, potansiyel problemleri ve yanlış anlamaları saptamaya yardımcı olacaktır. Provalar aynı zamanda içerik ya da lojistikle ilgili yapılması gereken değişiklikleri belirlemekte de size yardım edecektir. Prova, basit olarak, sunuşu kullanmayı planladığınız malzeme ve görsel araçlarla birlikte salonda yapmak demektir.

Dinleyici olmadan prova tamam olmayacaktır. Size geri besleme sağlaması açısından provaya birkaç arkadaşınızı ya da yardımcınızı çağırmak son derece yararlıdır. İlk prova yapılıncaya kadar sunuşun içeriğiyle genellikle çok fazla tanışık hale geldiğiniz için iyileştirilebilecek yerleri göremeyebilirsiniz.

En azından iki prova yapılmalıdır. İlk provadan gelecek samimi geri besleme iyileştirilebilecek alanları meydana çıkaracaktır. Bu değişiklikleri yaptıktan sonra tam donanımlı bir prova ayarlamak yararınıza olur. Bu size, resmi sunuş gününde doğal ve düzgün bir sunuş yapabilmeniz için bazı düzeltmeleri pratiğe geçirme olanağı sağlar.

## **2.8. Sunuşu Yapmak**

### **2.8.1. Kâğıttan Okumak**

Kâğıttan okumak, seçebileceğiniz en kötü yöntemdir. Bundan kaçınmalısınız. Küçük gruplara yönelik sunuşlar da tamamen etkisizdir, grubun büyüklüğüyle ilgisi olmayan başka dezavantajları da vardır.

Etkileyici bir konuşmacı samimi, şevkli ve canlıdır. Profesyonel bir aktör değilseniz, kâğıttan okurken bu duygulara yansıtmakta zorluk çekersiniz. Okumanın başka dezavantajları da vardır:

- Göz teması kuramazsınız ki bu etkileyici konuşmanın temel bir unsurudur.
- Beden diliniz sınırlanır; metniniz beden hareketlerinizi kısıtlayan bir zincirdir.
- Beden dilinizi etkili kullanamazsanız gayri samimi bir etki bırakırsınız.
- Metin bağımlılığı sizin hiçbir zaman ikna edici bir konuşmacı olmayı öğrenemeyeceğinizi, kendinize güvenemeyeceğinizi ortaya koyar.

### 2.8.2. Metni Ezberlemek

Metni ezberlemek de kaçınılması gereken yöntemlerden biridir; çünkü bu şekilde bütün enerjinizi dışarıya dinleyicilerinize yönelteceğinize içe yöneltmiş olursunuz. Nedenini anlamasalar da aranızda görünmez bir duvar olduğunu, sıcaklık olmadığını hissederler. Konuşmanız kulağa mekanik gelecektir. Şevk ve doğaçlama gibi hayati unsurlardan yoksun olacaktır.

Etkileyici bir tarzda, dengeli cümlelerle, geniş bir sözcük hazinesiyle konuşan, ancak sözlerini yarıladağında teklemeye başlayan bir konuşmacı görmüştüm. Notlarına baktı, ama kendine güvenini bir daha kazanamadı. Onda fotoğraf hafızası vardı; bütün konuşmayı ezberlemeye kalkmış, ama hafızası onu yarı yolda bırakınca metinde nerede kaldığını bulamamıştı. Etkileyici bir konuşmacıdan, kararsız bir konuşmacıya döndüğünde bütün güvenilirliğini de yitirdi.

Konuşmanızı kelimesi kelimesine bildiğinizi düşünseniz de, sınırlarınızın hafıza üzerinde olumsuz bir etkisi vardır. Ve hızlı düşünemiyorsanız, sarsılmaya başlarsınız. Metne alıp almama konusunda tereddüte kapıldığınız bölümleri ezberleyin, ama bütün konuşmayı ezberlemek için hafızanıza güvenmeyin.

### 2.8.3. Doğaçlama Konuşmak

Bu, en etkili sunuş biçimidir; çünkü doğaçlama konuşmanın bütün avantajların sahip olduğu gibi, okumanın dezavantajlarından da uzaktır. Etkileyici bir başlangıcı, mantıklı bir akışı ve bir sonucu olan konuşmanızı titizlikle hazırlarsanız; provalarını yaparsanız; kendinize güveninizi kazanmak ve şevkli görünmek için birtakım notlar hazırlarsınız. Canlı görünün ve samimiyetle dinleyicilere bakın.

Doğaçlama konuşan bütün konuşmacıların bir emniyet kemeri vardır. Siz de konuşmanız için uygun düşen bir yöntem belirlemelisiniz.

- **Zihin haritasını kullanabilirsiniz.** Hazırladıysanız zihin haritanıza konuşma yapacağınız konuyla ilgili bütün olguları ve ayrıntıları dökmüş, bunların belli bir yapı içinde yer alıp almayacağı değerlendirmesine girmemiştiniz. Zihin haritanızı emniyet kemeri gibi kullanacaksanız sadece temel fikirleri ve malzemeleri içeren ikinci bir harita çizmeniz gerekir. Bu fikirleri saat yönünü izleyen mantıksal bir akış içinde sıralayın ki, konuşmanız sırasında göz atarak önemli noktaların hepsine değinip değinmediğinizi kontrol edebilirsiniz.



- **Konuşma metnini kullanabilirsiniz.** Elinizde metnin olması tamamen okumanız anlamına gelmez. Kilit fikirleri iyice belirtmek için altlarını renkli kalemle çizin. Provalarınız ve tekrarlarınız sırasında her fikri anlatmalı ve bir sonrakiyle arasında bağlantı kurmalısınız. Ara sıra sırada hangi fikrin olduğunu görmek için metne göz atabilirsiniz.
- **Kartlar kullanabilirsiniz.** Konuşmanızın kilit sözcüklere ve fikirlere indirgeyerek kartlara, kendiniz için birtakım notlar düşebilirsiniz. Kartlara cümlelerin tamamı yazılmamalıdır, çünkü bunları kelimesi kelimesine okumaktan kaçınmanız gerekir. Sadece başınız sıkıştığında size yol gösterecekler diye göz atmak için kullanırsınız.

<p>KART ÖRNEĞİ</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- MALİYET / ZAMANIN KULLANIMI</li><li>- REKLAMLAR</li><li>- SEKRETERİN VE YÖNETİCİNİN ZAMANI</li><li>- ÜRETKEN OLMAYAN ZAMAN</li></ul> <p>TABLO BİR SEKTÖR İSTİHDAMI = .... ÖRNEK: 12 AYDA 5 POSTA GÖREVLİSİ</p>
---

Şekil 1.1: Kart örneği

Kart kullanmak şu yararları sağlar:

- Kulağa doğal gelirsiniz; çünkü konuşurken kendi sözcüklerinizi seçeceksiniz.
  - Kendinize güvenirsiniz; aklınızdan her şeyin silinmesi ihtimaline karşı bir emniyet kemeriniz olacak.
  - Dinleyicilere bakabilirsiniz; çünkü metni okumanız gerekmeyecek.
  - Rahatça beden dilinizi kullanabileceksiniz, hareket edebileceksiniz.
- **Görsel malzemeyi kullanabilirsiniz.** Görsel malzemeler unutkanlık hallerinde ipucu olabilir ama sırf ipucu olsun diye sözcüklerden oluşan slaytlar hazırlamaktan kaçınınız.

## 2.9. Beden Dili ve Ses Kullanımı

### 2.9.1. Beden Dili

Nasıl görünseniz ve davransanız da, dinleyicilerinize hislerinizle ilgili birtakım işaretler vereceksiniz. İletmemeniz mümkün değildir. Belli bazı tavırlarınız ya da sınırlı hareketlerinizin farkına varırsanız eğer, bunları düzeltip, güvenli ama kendinin farkında olmayan bir imaj bırakabilirsiniz.

Konuşma esnasında vücudumuz, kimi zaman kontrollü kimi zaman da kontrolsüz, istem dışı hareketler yapmaktadır. Tamamen ruhsal durumumuzun aynası olan bu hareketler kontrol altına alınabildiği oranda, konuşmaya renk katarlar; aksi halde zamanla istem dışı hareketlerimiz, bizi kontrol altına alır ve bir süre sonra da tamamen kontrolümüzden çıkarlar. Böyle bir durumda konuşma, konuşan için de dinleyen için de eziyet halini alır. Eğer iç paniğiniz salladığınız ayaklarınızda ya da titreyen parmaklarınızda ortaya çıkarsa, dinleyicileriniz kendilerini rahatsız hissedeceklerdir. Çünkü sizin rahat ve kontrolde olmanızı ister ve beklerler. Ayrıca size, fikirlerinize, ürününüze ya da hizmetinize güvenlerini yitirir.

Beden dilimizi kontrollü ve bilinçli olarak kullandığımızda kendimizi anlatma ve karşımızdakileri anlama konusunda bir avantaj elde etmiş oluruz. Bu sessiz dil yardımıyla vermek istediğimiz mesajlar daha net bir şekilde aktarılacağından, dinleyenlerin de bizi anlamaları o derece kolaylaşacaktır. İletişim sözlü ve sözsüz iletişim olmak üzere iki kanal üzerinden yapılabilmektedir. Beden dili sözsüz iletişim kapsamına girmektedir ve kendi içinde üç bölüme ayrılmaktadır:

- Sessiz olan: Sadece görsel beden dilini kapsar.
- Sesli olan: Dil ile yakından ilgili olguları kapsar. (örneğin vurgu ve konuşma araları) ve bağımsız ifadelerden oluşur (örneğin gülmek veya iç çekmek)
- Kişilerin görüntülerini tamamlayan şeyler de sözsüz iletişime dahil edilebilir. (örneğin kıyafet, ev, çalışma masası vb.)

Sözsüz mesajlar jestler, göz ve baş hareketleri, beden duruşu, yüz ifadeleri, mesafe, temas gibi beden dili öğeleriyle ifade edilir. Bu mesajlar, düşmanlık, sıkıntı, güven, saldırganlık, hoşlanma ve benzeri gerçek duygu ve tavırları yansıtmak konusunda, söylenen kelimelerden çok daha önemli rol oynarlar. Söze dökülmeyen bu mesajlar, özellikle diğer insanlar üzerinde yaratılan ilk izlenim sırasında son derece önemlidir.

#### 2.9.1.1. Jest ve Mimikler

Yüz kaslarının kullanımı mimikleri, başımız dışında bedenimizin hareketleri de jestleri meydana getirmektedir.

İnsanlar arası iletişimde kullandığımız sözcükler ve ses tonumuz kadar bedenimizin dili de izlenim bırakmaktadır. Öyle ki kimi zaman söylemek istemediğimiz duygu ve düşüncelerimiz beden dili yoluyla dışa vurulur. O halde sözsüz iletişim kanalını mümkün olduğu ölçüde doğru kullanmak, kendimizi doğru ifade etme bakımından son derece önemlidir.

İletişimde olumlu izlenim bırakabilecek etkili beden dili özelliklerini kısaca maddeleyecek olursak;

- **Göz teması:** İnsanların yüzüne bakanlar, bakmayanlardan daha çok hoşta gider. İnsanlarla onları rahatsız etmeyecek ölçüde, ancak mümkün olduğu kadar çok göz teması kurun.
- **Yüz ifadesi:** Canlı olun. Mümkün olduğu kadar sıcak ve dostça tebessüm edin ve gülün. Yüzünüz, çevrenize olan ilginizi yansıtın. Donuk ve ifadesiz görünmekten kaçının.
- **Baş hareketleri:** Karşınızdaki konuşurken, sık sık başınızı hafifçe aşağı yukarı hareket ettirerek onu dinlediğinizi ve anladığınızı hissettirin. Söylenenleri kabul edip etmemeniz önemli değildir, sizinle konuşana “anlaşıldım” duygusu yaşatın. Başınızı hafif dik tutun.
- **Jestler:** Çok aşırıya kaçmadan jestlerinizi kullanın. Ellerinizi, cebinizde tutmaktan ve kollarınızı kavuşturmaktan, ellerinizle ağızınızı örtmekten kaçının. Açık ve anlaşılır jestleri tercih edin.
- **Beden duruşu ( Postür ) :** Ayaktaysanız dik durun. Oturuyorsanız sandalye ve koltuğunuzu tam olarak doldurun ve arkanıza yaslanın. Birisiyle konuşurken ve birisi doğrudan sizinle konuşurken öne eğilin ve ilginizi gösterin.
- **Yakınlık:** İnsanlara daima onları rahatsız etmeyecek, mümkün olan en yakın mesafede durmaya gayret edin.
- **Yönetiliş:** Daima konuştuğunuz veya sizinle konuşan insana dönük durun. İki kiden fazla insanla bir grup oluşturuyorsanız, sizin için önemli olanların dışındakilere merkezinizi kapatmayın. Mümkün olduğu kadar çok kişiye merkezinizi açık tutun.
- **El teması:** İnsanları tedirgin etmeden, mümkün olan her durumda el teması kullanın. Özellikle sizden gençlere, aynı cinsiyetten olanlarla, sizden daha alt statüde olanları el teması kurmak için her fırsatı değerlendirin.
- **Dış görünüş:** Toplumsal rol ve konumunuza uygun giyinin. Giyiminize mümkün olduğunca renk katın. Kadınlar erkeklerden daha çok renk kullanabilir. Saç ve el bakımınıza özen gösterin. Kendinize gösterdiğiniz özen kendinize verdiğiniz değer göstergesidir. Günlük tıraşını olmamış bir erkek, bıraktığı olumsuz izlenimle ilgili başka bir neden aramamalıdır.

- **Konuşmanın sözel özellikleri:** Çok fazla ve çok hızlı konuşmaktan kaçının. Bir topluluk içinde dinlendiğinize yaklaşık olarak eşit miktarda konuşmaya gayret edin. Sesinizin yüksekliğini ve tonunu, bulunduğunuz ortama göre ayarlayın.

### 2.9.1.2. Kürsüde Nasıl Hareket Edilmeli

Sunuşunuza ya da toplantıya başkanlık eden şahıs sizi takdim ettikten sonra, artık bir mağazanın vitrininde teşhir edilen bir mal durumunda olduğunuzu unutmayın. O andan itibaren, birkaç saniye içindeki görünüşünüz ve hareketleriniz, dinleyicilerinizin gözünde size yardım ettiği gibi zarar da verebilir.

Daha kürsüye ulaşmadan, konuşmacı kürsüye nasıl yaklaşacağını düşünmeli, başkanın takdiminden sonra salondaki bütün gözlerin kendisi üzerinde toplanacağını bilmelidir.

Kürsüye veya sınıfın önüne doğru yürürken, ne söyleyeceğinizi bildiğinizden, kendinize güven beslediğinizi ifade etmek istercesine, kendinizden emin, canlı adımlarla yürüyün. Omuzlarınız düşük, başınız öne eğik olmasın; başınız yukarıda, omuzlarınız dik olsun. Bu hal size güvenlik verir. Kendinize olan güveniniz de, dinleyicilerin sizi sempati duyarak dinlemelerinde görülecektir.

### 2.9.1.3. İyi Bir Duruş İçin Bazı Tavsiyeler

Ellerinizi serbestçe iki yanınıza sarkıtmak iyi bir durumdur. İyi bir kol durumu bulmak için, kollarınızı omuzlarınız hizasına kadar kaldırın, rahatlayın ve bırakın kollarınız kendiliklerinden aşağı düşsün. Önünüzde kürsü bulunduğu takdirde, bir kolla, dirsek hizasından itibaren rahatça kürsüye dayanmak, diğerini serbestçe sarkıtmak veya kalçaya koymak iyi bir duruştur.

Diğer iyi bir duruş vaziyeti de, her iki kolun dirseklerden bel hizasına kadar getirilmesidir. Bu durumda avuç içi ve parmaklar kısmen uzatılmış vaziyettedir. Bu durumda kollar, takriben vücudun orta yerinde vücutla birleştirilir.

- **Sakin ve rahat durun.** Bütün bu duruşları dikkatle kontrol ettikten sonra, yeni duruş, yeni ve garip görünmeyene kadar sakın durunuz. Sevdiğiniz bir duruşu bulduğunuz zaman, bu duruş ile ilgili egzersiz yapınız.
- **Sıkıcı hareketlerden sakınınız.** Herhangi bir eşyaya dayanma arzusundan kendinizi kurtarın. Bu, dengesizliğinizi ve kendinize güven beslemediğinizi gösterir. Fiziki kontrol, zihni uyanıklığı doğurur.
- **Mütevazı olun.** Kendisinde üstünlük gören bir hatibin kürsüde başarılı olmasına imkan yoktur. Ne haddinden fazla mütevazı, ne de “Bana bakın da büyük bir konuşmacının nasıl olacağını görün.” edası ile konuşan biri hiç hoş karşılanmaz.

## 2.9.2. Ses Kullanımı

Dinleyiciler, konuşmacıyı derhal anlamazlarsa, bir daha anlayamazlar. Dinleyiciler anlayamadıkları kelimelerden veya konuşmacının sesinin tonundan ya da ses kalitesinden ötürü, konuşmacı hakkında yanlış fikir edinirlerse bu durum en baştan sunum başarısını kötü etkiler.

Etkili bir konuşmacı olmak için;

- Duyulmalısınız
- Anlaşılmalısınız
- Sesiniz çeşnili olmalı

Ses, konuşmacı ve dinleyiciler arasındaki temel bağıdır. Dinleyicilerin sunumu kolaylıkla işitmeleri gerekir, duyabilmek için kendilerini sıkıntıya sokmaksızın ya da ses yüksekliğinden rahatsız olmadan işitebilmelidirler.

Sesin hacmi, salonun büyüklüğüne veya dinleyicilerin sayısına bağlıdır. Her ikisi de küçükse, normal bir ses tonuyla konuşulmalı, odanın arka sıralarında oturanlar tarafından işitilmelidir. Müzik nasıl yükselir, çoşar ve yumuşarsa, ses hacminiz de artmalı ve azalmalı. Bazı kelimeleri vurgulamak için yüksek sesle ve bazılarını da çeşitlilik vermek için yumuşak sesle söyleyin. Konuşma süresince aynı normal sesle konuşulursa can sıkıcı ve monoton olur. Öte yandan söylediklerinize inanarak samimice konuşursanız, ses hacminizin kendiliğinden değiştiğini göreceksiniz.

### Mikrofonda konuşma tekniğı

Eğer küçük bir dinleyici grubu önünde veya küçük bir salonda konuşuyorsanız, mikrofonu ihtiyaç hissetmeyebilirsiniz; fakat büyük bir salonda, büyük bir dinleyici grubu önünde mikrofon gereklidir.

Mikrofon, sizin daha iyi ve daha rahat konuşmanızı sağlar. Mikrofonda konuşurken rahatlayacak, sesinizi çekip gerginleştirmek ihtiyacını duymayacaksınız. Büyük bir grup önünde gerekli ses değişimlerini, ancak mikrofonda yapabilirsiniz. Ses hacminizi alçaltmak ve bunu yaparken kelimeleri biraz daha ağır telaffuz etmekle, ses tonunuzu tesirli bir şekilde gölgeleyebilirsiniz. Böylece, konuşmanızın önemli noktalarını daha tesirli belirtmeniz mümkün olur.

Dinleyicilere, “Beni duyuyor musunuz?” diye sormayın. Eğer onlar söylediklerinize işitmezlerse, bazı dinleyicilerdeki gerginliği göreceksiniz. Şayet onların sizi işitmediklerini sanıyorsanız, en emin yol, ses kuvvetinizi biraz artırmaktır. Bununla beraber, mikrofonda sesinizin salonda yankılanıp yankılanmadığına da dikkat ediniz. Ses, aşırı yüksek olduğunda da rahatsızlık verir.

Konuşurken mikrofonu dokunmayınız. Bu, sizin sadece amatör biri olduğunuzu göstermekle kalmaz, kötü sesler çıkmasına neden olabilir ya da mikrofon bozulabilir. Ayrıca mikrofonun yanında kâğıtları karıştırmayın. Kürsüden konuşun biri pek anlamasa da mikrofon yanında karıştırılan kâğıtların büyütülmüş sesi dinleyicileri rahatsız eder.

## 2.10. Dinleyici Profilleri

Dinleyici nedir? Dinleyici, özel bir amaçla biraraya getirilmiş bir insan grubudur. Dinleyiciler arasındaki tek ortak bağ bu olabilir. Bunlar, farklı geçmiş deneyleri, kişisel ihtiyaçları, inançları ve özanlayışları olan insanlardır.

Bir sunuş sırasında her zaman iki çeşit iletişim görülür:

- Dinleyicilerin arasındaki etkileşim
- Dinleyicilerle konuşmacı arasındaki etkileşim

Bir sunuş öncesinde dikkatli bir gözlem yapmak, konuşmacıları dinleyiciler hakkında bilgilendirir. Bu bilgi konuşmacının, yaklaşım konusunda son dakika değişiklikleri yapmasını ya da kendisini dinleyici kitlesine göre ayarlamasına olanak sağlar.

### 2.10.1. Dinleme Modelleri

- **Rekabetçi veya mücadelecî dinleme:** Bu dinleme türü daha çok ilgilendiğimiz konularda ve görüş noktalarımızı destekleme durumunda ortaya çıkar. Amaç bir başkasının görüş açısını anlamak değildir. Önemli olan kendi görüş açımızı destekleyecek noktaları yakalamak, onun açıklarını bulmak delillerini çürütmek ve zaferi kazanmaktır.
- **Pasif veya özenli dinleme:** Bu dinleme tipinde diğerlerinin ne demek istediklerini dinlemeye ve anlamaya çalışırız. Dinlerken dikkatliyiz ve fazla katılmadan (pasif) mesajı, olayı anlamaya çalışırız. Bu dinleme tipinde söylenenleri doğrulatma amacı ve çabası yoktur.
- **Aktif ve düşünceli dinleme:** Daha kullanışlı olması ve önemli bir dinleme becerisi olması nedeniyle bu dinleme türü tektir. Bu dinleme tipinde diğerlerinin söylediklerini duygularını isteklerini ve mesajın ne anlama geldiğini tam olarak anlamaya çalışırız. Bundan sonra mesaja nasıl bir tepki (karşı mesaj) vereceğimizi düşünürüz. Anladıklarımızı doğrulatmak için geri beslemelerden (soru sorarak) yararlanırız.

## 2.11. Dinleyici Davranışı

Her grupta liderler ve izleyiciler vardır. Dinleyicilerin konuşmacıya değişik roller yüklemesine rağmen, sunuş boyunca konuşmacının lider olduğu gerçeği değişmez. Ne var ki, bu aslında başka yerde olmak isteyen katılımcıların olmayacağı anlamına da gelmez.

**Düşman Katılımcı:** Düşmanlık sayısız yolla ifade edilir. Konuşmacının otoritesine sözlü olarak meydan okuyan ya da saldıranlar; geriye çekilerek ortamı bulandırma yolunu seçenler; alaycı mizah ya da yorumlarla rahatsızlık yaratınlar vardır. Düşmanlık bir protesto ifadesidir. Birey konuyu, konuşmacıyı, organizasyonu ya da kişisel baskıları protesto ediyor olabilir. Dürtüsü ne olursa olsun, düşmanlık konuşmacıda korku duyguları uyandırabilir. Bu tepki normaldir. Hepimiz kabul görmek ve beğenilmek isteriz.

Bu düşmanca durumu yönetmenin en iyi yolu önce, izkontrolü korumayı, sonra düşman katılımcı üzerinde kontrol kurup sürdürmeyi gerektirir. Korku ya da öfke duygularınızı kabul edip yönetmeli ve kendinize hakim olmalısınız. Bu, göz teması kurarak, iddialı sözcükler kullanarak ve iddialı sözsüz davranışlar sergileyerek başarılır.

Düşmanca tavrı kontrol etmek için, kişisel düşmanlığı dağıtmaya çalışın. Bunu yapmanın bir yolu kişiye davranışını nasıl gördüğünüzü söylemektir. Sonra kişiye düşmanlığının gerisindeki motivasyonu paylaşmaya çağırın. Örneğin: “Sayın Aktaş, son on dakikada bana iki kez meydan okudunuz. Her defasında da bir seçenek önermediniz. Kızgın olduğunuzu anlıyorum. Kaygınızı açıklayıp, grubun düşüneceği öneriler sunmanızda bir sakınca var mı?” Bu yolla durumun kontrolünü elinizde tutar ve aynı zamanda da kişisel korkunuzu yenersiniz.

**Gönülsüz Katılımcı:** Sunuşta olmayı istemeyen bir dinleyici genellikle sandalyeye yayılma, bir şeyler karalama ya da uyuklama gibi pasif sözsüz davranışlar sergileyecektir. Bu, sunuşunu hazırlamak amacıyla büyük zaman harcayan ve herkesin heyecanla katılmasını bekleyen bir konuşmacı için çok sinir bozucu olabilir. Bazı insanlar, konuşmacı kim olursa olsun ya da mesaj ne kadar değerli olursa olsun sunuşlara katılmaktan hoşlanmayabilir. Dinleyicilere genellikle ya gelmeleri söylenir ya da kendilerini mecbur hissederek. Her dinleyici gurubunda böylesi davranışlar olabileceğini kabul edin ve öteki dinleyiciler için mümkün olan en iyi konuşmayı yapın.

Kişiye, konuya ve sunuşun uzunluğuna bağlı olarak, böyle bir kişiyle bir mola sırasında konuşma olanağı bulabilirsiniz. Bu fırsatı, duygularını paylaşma konusunda bu kişiye yardımcı olmak ve onu sunuşun geri kalan bölümüne daha aktif katılma yönünde yüreklendirmek için kullanın. Sadece ilgi göstermek bile kişinin açılmasına yardımcı olabilir.

### 2.11.1. Teknik Sorunlar

Sunum yapılacak olan yerde, kullanılacak görsel materyallerde ve diğer ayrıntılar ile ilgili sorunlar çıkması muhtemeldir. Bu tür sorunların neler olabileceğini önceden kestirmek ve sunumun akışını engelleyecek teknik sorunlara karşı gerekli önlemleri almak gerekir. Oluşabilecek teknik sorunlardan bazıları:

- Sunum süresinin ve ara verilecek zamanların iyi ayarlanmaması; bu sebeple yapılacak ikramlarda aksamalar,
- Sunum yapılacak olan mekânın iklim şartlarına göre sıcaklık ayarının ayarlanması,
- Kullanılacak görsel malzemeler ile ilgili arızalar,
- Salonun ışıklandırması ile ilgili sorunlar,

### 2.11.2. Konuşmacıdan Kaynaklanan Sorunlar

Konuşmacılar, sunuş anında birçok soruna neden olabilir;çünkü çıkabilecek diğer sorunlar konusunda ya da kendi sorunları ile ilgili tedirginlikler yaşarlar.

Konuşmacıdan kaynaklanan sorunlardan bazıları:

- Konuşmacı, sunumun yapılacağı gün hasta olabilir ve sunum sırasında yeteri kadar verimli olmayabilir.
- Sunu mekânındaki aksaklıklar sunumu etkilediği için moral bozukluğu yaşayabilir.
- Sunum yapmak konusunda yeterli bilgi ve beceriye sahip değildir.
- İş gereği sunum yapmaya zorlanmıştır. İsteksizdir.
- Heyecanlı bir yapısı olduğundan, panik halinde olabilir.
- Çok hızlı konuşuyor ve ne dediğini takip etmek dinleyiciyi zorluyor olabilir.
- Çok hızlı, yavaş ya da aynı tonda konuşuyor, sesini iyi kullanamıyor olabilir.
- Sunum ile ilgili gerekli hazırlığı yapamamıştır.
- Sunum için gerekli materyaller eksiktir. Unutulmuş, kaybedilmiş vb. olabilir.
- Sunum mekanına yabancı olabilir. Sunum mekanını önceden görmediği için neyin nerede olduğunu bilmiyor, sunuş anında teknik konularla ilgilenecek kişileri tanımıyor olabilir.
- Geç kalmış büyük bir telaş içindeyken kendini sahnede bulabilir ve ne yapacağını şaşırabilir.
- Sunum öncesinde prova yapmamış, bu sebeple neyi, nerede söylemesi gerektiğini karıştırıyor olabilir.



- Sunum sonrası gelecek olan sorulara hazırlıklı değildir. Konuşmacılar, genellikle kendilerine karşı çıkılacağını, aptal görünüp müşkül durumda kalacaklarını düşündüklerinden soru bölümünden korkarlar.

### 2.11.3. Dinleyiciden Kaynaklanan Sorunlar

- Dinleyiciler sunuma zorunlu olarak katılıyor olabilirler; bu sebeple ilgisiz olabilir.
- Dinleyici sunum günü hasta olabilir. Sunuma ilgisiz kalabilir.
- Konuşmacı ile ilgili kötü deneyimleri olabilir.
- Sunum konusu dinleyici ile ilgisiz olabilir ya da konuyla ilgili hiç bilgisi olmayabilir.
- Oturma düzeni, dinleyicilerin konuşmacıyı ve görsel araçları görmesini engelliyor olabilir.
- Koltuklar rahatsız olabilir. Bu da dinleyiciyi rahatsız eder.
- Sunuş mekânında katılımcı ihtiyaçlarının göz ardı edilmesi sebebiye dinleyiciler huzursuz olabilir.
- Dinleyicinin amacı sunum süresinde kendi görüş açılarını destekleyecek noktalar yakalayarak, konuşmacının açıklarını bulmak, delilerini çürütmek olabilir.

## 2.12. Özetleme ve Geri Bildirim Almak

### 2.12.1. Özetleme

Dinleyicilere konuşmanın genel çerçevesini sunmak, onlara ilerlediğiniz yönü göstermek sizi izlemelerini kolaylaştırır. Okuyucunun ayrıntılara inmeden önce temel noktaları belirlemek için hızlı bir okuma yapmasına benzer bu. Bir konuşmacının dinleyicilerini yönlendirmesine örnek verelim: “Pazarlama bölümü geçen altı ay içinde üç temel alanda incelemeler yaptı: Reklam, fiyatlandırma ve satış. Konuşmamda sırasıyla bu üç alanı ele alacağım. İlk olarak reklam ”Konuşma boyunca arada önceden söylediklerinizi özetlemeniz, dinleyicilerinizin konuşma boyunca ne kadar ilerlediğinizi görmesini sağlayacaktır. Aynı konuşmadan bir başka örnek: “reklamlarla ilgili iki önerimizi şöyle özetleyebiliriz: a) tüketiciye yönelik reklamı artırmak vb) sınırlı fakat iyi tanımlanmış ticari reklama başvurmak. İncelediğimiz ilk alan olan reklam ile ilgili önerimiz bunlarla sınırlı. (konuşma arası) Şimdi ikinci alana geçmek istiyorum: fiyatlandırma.” Bu örnekte konuşmacının üzerinde duracağı her noktayı numaraladığını görüyoruz.Sunuşun sonunda kilit düşünceleri, önerileri, varılan sonuçları özetlemek gerekir. Son özetle, geri dönerek söylediklerinizi tekrar etmeniz bir okuyucunun okuduğunu anladığından emin olması için yeniden okuması gibi dinleyenlerin hafızasını tazeleyecektir. Örneğin: “Pazarlama bölümü reklam, fiyatlandırma ve satış olmak üzere üç alanda inceleme yapmıştır, biz de bunlara ilişkin şu önerileri geliştiriyoruz:

İlk olarak reklam alanında tüketiciye yönelik reklamların artırılmasını, sınırlı ama iyi tanımlanmış olması koşuluyla ticari reklam faaliyetlerine de girişilmesini öneriyoruz. İkincisi, fiyatlandırmayla ilgili olarak yeni ve basitleştirilmiş bir indirim yapılmasını; son olarak satışlarla ilgili olarak da deneyimli bir satış gücü oluşturulmasını öneriyoruz.”

Yazılı metinde bu özetler tekrar gibi görünebilir ve gereksiz bulabilirsiniz, ancak bunları sadece gözler için değil, kulaklar için de olduğunu unutmamak gerekir. Dinleyicilerin söylenenleri takip edip anlayabilmesi için bu tekrarlara başvurmak gerekir.

### 2.12.2. Geri Bildirim Almak

Sunum türü ne olursa olsun dinleyicilerden istesek de istemesek de geri bildirim alırız. Konuşmacı bilinçli olarak dinleyicilerine sorular yöneltir ya da sunum ile ilgili dinleyicilerden sorular gelir.

Soru sorma işlevi, sunum sırasında ya da sunum sonunda yapılabilir. Konuşmacı sunum sırasında sorular sorarak hem dinleyicileri sunuma dahil etmiş olur hem de söylediklerinin ne kadar anlaşıldığı ve ne kadar dikkate alındığı hususunda bilgi sahibi olur.

Soru sorarken izlenmesi gereken kurallar:

- Sorunuzu kişiye daima adıyla veya bir tanımlamayla yöneltin. Soruyu ortaya atarsanız, yanıtlayan kişi pek çıkmayacaktır. Soruyu direkt olarak yöneltmek, o kişiyi yanıt vermeye zorlayacaktır.
- Aynı soruyu daima birden fazla kişiye sorun. Hatta salonda, soruyu ilk sorduğunuz kişiden uzakta oturan birine yöneltirseniz dinleyiciler sorunun ikinci kez kime sorulacağını bilmediklerinden, daha dikkatle dinleyeceklerdir.
- Yanıtları yorumlamayın. Gerçekten doğru bile olsa “Doğru yanıt!” tarzı şeyler söylemekten kaçının. Çünkü insanlar yanlış yanıt verdiklerinde doğru diyemeyeceğinize göre, bu insanlar kendilerini küçük düşmüş hissedeceklerdir. O halde en iyisi hiçbir yanıtı yorum getirmemektir.
- Daima doğru yanıtları verin. Soru sormanın esprisi, size durumunuzu eşitlemekte yardımcı olmasıdır. Dinleyicilerinizden bilgi almak değildir. Dinleyici sizden bilgi almak için orada bulunmaktadır. Sorunuzu birkaç kişiye sorun ve sonra doğru yanıtı verin. Göreceksiniz doğru yanıtı duymak için dikkat kesilen bir dinleyici grubunuz olacaktır.
- Bir tartışma ortamı yaratmayın. Asla dinleyicilerinizden biriyle tartışmaya girmeyin. Bu durum diğerleri açısından sıkıcı olacaktır.
- Çok fazla soru sormayın. Bunu yaptığınız takdirde, devamlılığınızı kaybeder ve dinleyicilerinizi yorarsınız. Yeri geldiğinde ve doğru zamanda sorulmuş sorular çok etkili olur. Soru sormanızın nedeni dinleyicilerinizin katılımını sağlamak ve konuyu ne kadar anladıklarını tespit etmektir.

- Sorularınız çok belirsiz olmamalıdır. Sorularınızı, dinleyicilerinizin yanıtlayabileceğini düşündüğünüz ve vermek istediğiniz bilgi çerçevesinde oluşturun.
- Gerekli ise, yanıtı tekrar edin. Aldığınız yanıtları tekrarlamak yararlı olacaktır, bu dinleyicilerin duymasını ve neler olup bittiğinin daha iyi farkında olmalarını sağlar.
- 

## 2.13. Sunuşun Başarısını Ölçmek / Değerlendirmek

Konuşmacılar çoğu kez bir sunuşun ne denli iyi gittiğini sezebiliyorlar ama gerçeklikte çoğu sunuş bu iki uç arasında bir yerde seyrediyor. Kendi sunuşunuzu objektif biçimde eleştirmek genellikle zordur. Her şeyden önce, bunun için büyük oranda kişisel zaman ve emek harcanmıştır. Dolayısıyla, sunuş sonrasında kendi davranışınızın ve bizzat sunuşunuzun değerlendirilmesinde ya çok gevşek ya da çok eleştirel davranma yönünde doğal bir eğilim vardır. Sadece sizin değerlendirmenizi değil, başka birisinin ya da birilerinin değerlendirmelerini içerirse, sunuş sonrası değerlendirmeler daha objektif olur. Sunuş sonrası değerlendirmelerden hem mesleki bakımdan kendiniz, hem de gelecekteki dinleyiciler yarar görecektir.

Bir sunuşun etkinliği bazen planladığınız gibi olmaz. Tahmin edemediğiniz bir aksaklık meydana gelir. Sunuş sonrası değerlendirme, gelecekteki uygulamalara yönelik neler öğrenebileceğinizi belirlemek amacıyla geriye gidip, olayı analiz etmenize olanak tanır. Bunun anlamı, özel durumlarda nelerin işleyip işlemediğine bakmaktır.

### Değerlendirme Araçları

Sunuşları eleştirmek amacıyla konuşmacıların kullanabileceği birkaç araç bulunmaktadır. Birincisi, sunuşu teybe ya da videoya çekmek dinleyicilerin önündeki haliyle kendinizi görmeyi ve duymayı için bir fırsat yaratır.

Bu iki seçenektен en yararlı olanı videoya çekmektir. Böylece kendi sözlü ve sözsüz davranışlarınız kadar, bu davranışların dinleyiciler üzerindeki etkisini de eleştirebilirsiniz. Değerlendirme sonrası kasetlerden oluşturulacak kişisel bir arşiv, sunuşları planlama, yazma ve yapma konusunda yeni beceriler edinmeye ve var olanları geliştirmeye yönelik kişisel ilerlemeyi ölçmekte yeni bir konuşmacıya yardımcı olur.

İkinci bir değerlendirme tekniği, gerçek sunuş sırasında değerlendirmeci işlevini görecek bir ya da birkaç kişinin bulunmasıdır. Bu kişilerin kullanacakları ölçütleri kararlaştırmak, kişisel gelişme ihtiyaçlarının değerlendirme süreci boyunca dikkate alınması konusunda konuşmacıya olanak sağlar. Bu teknik, teyp ya da videoya çekme tekniğine ilave olarak kullanılabilir.

## UYGULAMA FAALİYETİ

İşlem Basamakları	Öneriler
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Sunu yapılacak yeri hazırlayınız.</li><li>➤ Sunuyu katılımcılara aktarınız.</li><li>➤ Sununun metnini ilgililere aktarınız.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Sunumun yapılacağı mekan katılımcı sayısına göre belirleyiniz.</li><li>➤ Mekanda gerekli düzenlemeler için sunumdan önce yeterli zaman ayrılıp gerekli tüm öğeleri kontrol ediniz.</li><li>➤ Kullanılacak görsel malzemelerin çalışıp çalışmadığını, ses ve ışık düzenini kontrol ediniz.</li><li>➤ Sunum sonrasında, yapılan sunum ile ilgili gerekli bilgilerin yer aldığı yazılı materyaller katılımcılara dağıtılmalıdır. Sunum, eğitim amaçlı, bilgilendirme amaçlı yapılmışsa konuların kilit noktalarını özetle anlatan bir yazılı materyal dinleyicilerin daha sonra hafızalarını yenileyecektir.</li><li>➤ Sunum metni sunum konusuyla ilgili olan tüm katılımcılara çoğaltılarak iletilmelidir. Örneğin: Sunum bir şirket, kurum ya da kuruluşta düzenlenmiş katılımcıların bilgileri dahilinde bulunması gereken bilgiler içeriyor olabilir.</li></ul>

## ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

### Ölçme Soruları

1. Aşağıdakilerden hangisi en etkili sunuş biçimidir?
  - A) Metni ezberleyerek sunmak
  - B) Doğaçtan konuşmak
  - C) Kağıttan okumak
  - D) Görsel araçlara bağlı kalarak sunmak
2. Sunum sırasında oturduğu sandalyeye yayılan, bir şeyler karalayan, uyuklayan ya da benzeri hareketler sergileyen bir katılımcı için hangisi söylenebilir?
  - A) Rekabetçi katılımcı
  - B) Düşünceli katılımcı
  - C) Gönülsüz katılımcı
  - D) Düşman katılımcı
3. Aşağıdakilerden hangisi sunuş anındaki sorunlardan biri değildir?
  - A) Dinleyicinin oturduğu koltukta rahat edememesi
  - B) Salonun ışık ve ses düzeni ile ilgili aksaklık
  - C) Yazı tahtası yerine yazı levhası kullanmak
  - D) Konuşmacının çok hızlı konuşması

Sunum için yapılacak hazırlıkları düşünerek aşağıdaki cümleleri doğru/ yanlış şeklinde yanıtlayınız.

4. Salonun temizlenmiş, havalandırılmış olması önemli değildir. ( doğru/yanlış)
5. Sunuş için gerekli evrak ve dosyaların önceden hazır bulundurulması gerekir. (doğru/yanlış)
6. Sunuş süresince hiçbir ikram yapmaya gerek yoktur.(doğru/yanlış)
7. Oturma düzeninin ve salonun ısısının ayarlanmış olması gerekir.(doğru/yanlış)

### DEĞERLENDİRME

- Sorulara verdiğiniz yanıtları modül sonundaki cevap anahtarıyla karşılaştırınız.
- Bu faaliyet kapsamında hangi bilgileri kazandığınızı belirleyiniz.
- Yanlış cevaplandırdığınız sorularla ilgili konuları tekrar inceleyip öğrenmeye çalışınız.
  - Kaynak veya yardımcı ders kitaplarından faydalanınız.
  - Kütüphanelerden, internetten, işletmelerden araştırma yapınız.
  - Öğrenme faaliyetiyle ilgili olarak öğretmenlerinizden yardım alınız.

# MODÜL DEĞERLENDİRME

Aşağıda verilen konular ilgili örnek hazırlayınız.

- Bir konu belirleyerek, bu konu ile ilgili bir sunuşun planlamasını yapınız.
  - Kurum içinde sunum yapılacak mekanı hazırlayınız.
  - Sunum sonunda katılımcılara iletilecek yazılı materyalleri hazırlayınız.
- Süreniz 1 haftadır.

## Dereceleme Ölçeği

Modülün Adı:	Sunuş Teknikleri				
Amaç:	Gerekli ortam sağlandığında bu modül ile sunum türü ve amacına uygun olarak planlama yapabilecek, toplantı salonu hazırlayabilecek ve sunum sonunda belgeleri gerekli yerlere iletilebileceksiniz.				
Adı ve Soyadı:	.....				
AÇIKLAMA: Bu faaliyeti gerçekleştirirken aşağıdaki dereceleme ölçeğini öğretmeniniz dolduracaktır. Sadece ilgili alanı doldurunuz. Aşağıda listelenen davranışları öğrencide gözleyemediyse (0), zayıf nitelikte gözledinizse (1), orta düzeyde gözlediyseniz (2) ve iyi nitelikte gözledinizse (3) rakamının altındaki ilgili kutucuğa X işareti koyunuz.					
Değerlendirme Ölçütleri		DEĞER ÖLÇEĞİ			
		0	1	2	3
1	Sunuşun amacı belirlendi mi?				
2	Konuşmacının hedefleri belirlendi mi?				
3	Katılımcıların rolü ve ihtiyaçları gözden geçirildi mi?				
4	Sunuşun ne zaman, nerede yapılacağı, kaç kişinin katılacağı hususları incelendi mi?				
5	Kullanılabilecek görsel ve işitsel araçlar düşünüldü mü?				
6	Sunuş hazırlıklarının maliyetleri düşünüldü mü?				
7	Sunuş mekanında gerekli düzenlemeler yapıldı mı?				
8	Sunum yapılacak salon temizlenip havalandırıldı mı?				
9	Oturma düzeni belirlendi mi?				
10	Isınma, ses ve ışık düzeni kontrol edildi mi?				
11	İkram edilecek yiyecek ve içecekler sipariş verildi mi?				
12	Kullanılacak belgeler hazırlandı mı?				
13	Sunumdan önce son kontroller yapıldı mı?				
14	Sunum sonrasında katılımcılara iletilecek yazılı materyaller hazırlandı mı?				
15	Sunumun belgeleri gerekli dosyalara yerleştirildi ve ilgili kişilere dağıtıldı mı?				
Toplam:					
Düşünceler:.....					

## Değerlendirme

Öğrenci derecelendirme ölçeği listesindeki davranışları sırasıyla uygulayabilmelidir. Hangi davranıştan 0 ve 1 değer ölçeğini işaretlediyseniz o konuyla ilgili faaliyeti tekrar etmesini isteyiniz.

- Araştırmanızda ziyaret ettiğiniz yerlerde edindiğiniz bilgileri not alarak bu bilgiler ile sunuş teknikleri modülünde öğrendiğiniz bilgileri karşılaştırınız.
- Almış olduğunuz eğitimle sunum yapma yöntemlerini öğrenmiş oldunuz. Edindiğiniz bu bilgi ve tecrübeleri çeşitli sektörlerde hazırlayacağınız sunum çalışmaları ile pekiştirebilirsiniz.
- Size verilen konularla ilgili sunum yapabilmelisiniz. Anlayamadığınız bir nokta olursa konuyla ilgili faaliyeti tekrar ediniz.
- Bilgi işlenmezse zamanla körelir.
- Nihai rapor, çalışmanın özü ve kanıtıdır...
- Ölçme ve değerlendirmedeki soruları ve işlemleri yapabilirseniz bu modülü başarıyla tamamlarsınız. Böylece bu modülle ilgili tam öğrenmeyi sağlayarak diğer modüle geçebilirsiniz.
- Ölçme soruları ve performans testinden başarılı olamazsanız bu modülü tekrar etmeniz sizin için daha yararlı olacaktır.

Sorulara verdiğiniz cevaplar ile cevap anahtarınızı karşılaştırınız, cevaplarınız doğru ise bir sonraki öğrenme faaliyetine geçiniz. Yanlış cevap verdiyseniz öğrenme faaliyetinin ilgili bölümüne dönerek konuyu tekrar ediniz.

# CEVAP ANAHTARLARI

## ÖĞRENME FAALİYETİ-1 CEVAP ANAHTARI

1	D
2	B
3	B
4	B
5	C
6	Videokonferans

## ÖĞRENME FAALİYETİ-2 CEVAP ANAHTARI

1	B
2	C
3	C
4	Y
5	D
6	Y
7	D



## KAYNAKÇA

- BINGAMAN Chistine E., **Etkili Sunuş**, Rota Yayınları, İstanbul 1993.
- MUALLİMOĞLU Nejat, **Bütün Yönleri ile Hitabet**, Avcıol Basım Yayın, İstanbul 2000.
- STUART Cristina, **Etkili Konuşma Yöntemleri**, Çev: Ebru Kılıç, Alfa Yayınları, İstanbul 2002.
- WITZ Marion, **1000 Kişi Önünde Konuşmak**, Çev: Mehmet Gürsel, Dharma Yayınları, İstanbul 2004.
- [www.bilkent.edu.tr](http://www.bilkent.edu.tr)
- [www.egitim.bilesim.com.tr](http://www.egitim.bilesim.com.tr)