



T.C.
ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
ZİRAAT FAKÜLTESİ
TARIM EKONOMİSİ BÖLÜMÜ



ALGILAMA İLETİŞİM DAVRANIŞLAR ve GÜDÜLENME

Prof. Dr.GökseİARMAĞAN

ALGILAMA:

Duyum bir uyancının duyu organları tarafından alınmasıdır. Duyum sadece fizyolojik bir süreç değildir.

Algılamada daha önceki yaşantı ve deneyimlerin etkisi büyüktür. Bu yüzden algılama son derece öznel bir süreçtir. Her düşünce ve davranış algılama sürecinden geçerek ortaya çıkmaktadır. Kendimizi ve çevremizi anlama bu şekilde gerçekleşmektedir.

Algılama süreci genel olarak ele alındığında iki boyut karşımıza çıkmaktadır..

Seçici algılama ve algısal örgütleme.

2

SEÇİCİ ALGILAMA:

Neyin algılanacağı ve nasıl algılanacağına etki eden bir çok değişken söz konusudur. Kişi, her an sayılamayacak kadar uyancıyla karşı karşıyadır. Ancak bunlardan bir kaç belirgin olarak algılanır. Kişi sadece algılama istediklerini algılayacaktır.

Seçici algılamada hangi uyancının seçileceği kişisel faktörlere ve uyancının yapısına bağlıdır.

Kişinin ihtiyaçları ile yakından ilgili olan algılama sürecinde, insanlar ihtiyaçları olan şeyleri algılama eğiliminde olacaklardır. Örneğin karnı aç olan birinin yiyecek ile ilgili olan olaylara dikkati daha açıktır.

Uyancının yapısını tanımlamada zıtlık, büyüklük, şiddet gibi kavramlar karşımıza çıkar.

3

Algıda seçicilik

İletişimde en etkili faktörlerden biri algıdır. Aşağıdaki resimde ne görüyorsunuz?



Resme bakıldığı zaman, bazılarımız genç bir bayan gördüğünü söylerken, bazılarımız ise yaşlı ve çirkin bir kadın gördüklerini iddia edeceklerdir.

Her birimizin farklı algılara sahip olmasından kaynaklanan bu durum algının önemini anlatmaktadır.

ALGILASAL ÖRGÜTLEME:

Kişi bir uyararı örgütleme ilkelerinden biri ya da birkaçına göre algılar.

Kişilerin nesne algılamalarındaki başlıca örgütleyici eğilimi, şekil ve zeminin bir birinden ayrılmasına ilişkindir. Bütün görsel algılamalarda bir şekil ve bir zemin vardır.

Gruplamada ise birbirine yakın olan nesneler gruplanarak algılanır.

Tamamlama eğilimi ise, kişinin kopuk parçalar yerine bütünü algılayacağını açıklar. Müzik dinlerken tek tek notalar yerine melodiyi algılamamız bu ilke ile ilgilidir.

ALGILAMANIN GENEL İLKELERİ:

Algılamalarımız kesin olmaktan çok görelidir.

Algılamalarımız çok seçicidir.

Algılamalarımız organize edilmiştir.

Neyi bekliyorsak veya neyi algılamaya koşullanmış isek onu algılarız.

Değişik idrak tarzları nedeniyle aynı koşullarda herhangi bir kimsenin algılaması diğerlerinden belirgin şekilde değişebilir.

İletişim

Nasıl İletişim Kurulmalı?

Sempati _____ Antipati

EMPATİ

7

Empati ve İletişim

Empati

Empati iletişim içerisinde kritik bir rol oynar. Empati Webster Sözlüğü'ne göre 'Bir kişinin diğer kişinin duygularına ve hislerine iştirak edebilmesi yeteneğidir.' Hintliler empatiyi "diğer kişinin makosenları ile bir mil yürümek" olarak ifade ederler.

Kendini diğer insanın yerine koymak, diğer kişinin perspektifinden olayları analiz etmeye yardım edebilir. Mesajı gönderen ve alan arasındaki karşılıklı anlayış, geniş bir ölçüde, taraflar arasında etkili bir iletişimin gerçekleşmesini sağlar.

8

İletme ve İletişim

İletme ve İletişim

Empatinin daha iyi anlaşılabilmesi için iletişim ile ilişkisinden söz etmek yerinde olacaktır. Bilindiği üzere iletişim karşılıklı bir ilişki demektir. Bir tarafın diğerine herhangi bir mesaj vermesi, bunu sadece karşı tarafa iletmesi olayına iletişim değil "iletme" adı verilir. Bu ilişki karşılıklı olduğunda ise **iletişim** gerçekleşmektedir.

Bilgi İletişim Nasıldır?

9

İletişim Çeşitleri

İletişim Çeşitleri

Çatışmalı iletişim (bilgi aktarımı yok, yalnızlık var)

Çatışmasız iletişim (bilgi aktarımı var, yalnızlık var)

Empatik iletişim (bilgi aktarımı var, yalnızlık yok)

* Prof. Dr. Üstün Dökmen, İletişim Çatışmaları ve Empati, Sistem Yayınları, 1997.

10

İletişim Tutumları

İletişim Tutumu 1: "Karşımdaki İnsan Küçük"

Eğer bir kişi diğer insanı kendisinden aşağı görüyorsa şu tür varsayımları iletişim kuma biçiminin merkezine koyacaktır:

"Benim istediğim gibi düşünme hakkım var, onun yok, benim istediğimi hissedebilme hakkım var, onun yok, benim istediğim gibi davranabilme hakkım var, onun böyle bir hakkı olamaz. Ben ondan üstünüm, onu denetleyip, değerlendirebilirim ve onu eleştirebilirim. Onun ise böyle bir hakkı yok. Ben ondan daha değerliyim, bilgiliyim, benim düşünce ve görüşlerim dikkate alınmalı, onun düşünce ve görüşleri benimki kadar önemli değil ve dikkate alınmaya değmez"

11

İletişim Tutumları

İletişim Tutumu 2: "Karşımdaki İnsan Üstün"

Bu tür eğilime sahip olan birey kendini güçsüz, diğer insanları ise güçlü görür. Bu kişi kurduğu iletişimde, karşındakini kendisinden güçlü görecektir. Özellikle de bu durum herhangi bir otorite karşısında kendisini daha iyi gösterecektir. Bu kişi kendisinin yetersiz, eksik ve kusurlu, diğer insanların güçlü, saygıdeğer olarak görecektir ve diğer insanın isteklerine, en ufak bir zor durumla karşılaştığında, kendi isteklerini bir kenara bırakarak, boyun eğecektir.

12

İletişim Tutumu 3: "Empatik İletişim"

Bu tür bir yaklaşım ile iletişim kuran bireylerin kurdukları iletişimin temelinde şu varsayımlar bulunacaktır:

"Bir insan olarak benim kendime özgü, herkesten bağımsız, duygu, düşünce ve davranış biçimim bulunmaktadır ve bunlar benim benliğimin bir parçasıdır. İletişim kurulan diğer insanın kendisine özgü bir düşünce yapısı, dünyaya bakış açısı ve duygusal yaşantısı bulunmaktadır."

Bu noktada birey bu bakış açısı ile empati kumak için çok uygun bir zemin oluşturmaktadır. Empati kumak için bireyin hem diğer insanı hem de kendisini saygıya, ilgiye değer bulmasının yattığı söylenilebilir.

13

Empatik İletişim İçin *:

Diğer kişiye karşı şunu veya bunun yapmalısın gibi ifadelerden kaçınmak.

Sözünü kesmekten kaçınmak. Sözünü kesmek, konuşan kişinin söyleyeceklerinin, diğer kişinin söyleyeceğinden daha önemli olduğuna işaretidir.

"Seni anlıyorum" ve "anladığıma göre" gibi ifadeleri kullanarak, diğer kişiye anlaşıldığı izlenimini vermek.

Diğer kişinin mesajını doğrulamaktan ve düzeltmeye kalkmaktan kaçınmak: Böyle bir durum eşit olmayan bir ilişkinin bir işaretidir ve diğer kişiyi rahatsız eder.

* Joseph A. Devito, The Interpersonal Communication Book, Harper Collins College Publishers, Seventh Edition, 1995.

14

Nasıl Uzlaşabiliriz?
"Portakal Testi"

Sempati _____ Antipati

EMPATİ

15

İletişim:

Yayın çalışmalarının temelinde iletişim yatar. Bütün yayıncılar hangi alanda uzmanlaşmış olurlarsa olsunlar, usta iletişimciler olmak zorundadırlar.

İletişim anlam ve fikirlerin bir kişiden diğerine iletildiği bir süreçtir.

İletişim sürecinde;

-Fikirler azalmaz.

-Alıcının kafası fikir iletilmezden önce boş değildir.

-İletişim süreci sonunda fikirler değişebilir, tamamı yanlış anlaşılabilir veya fikir bambaşka bir şekilde kullanılabilir.

16

İletişim Nedir?

İletişim; kişi ya da kişilerin karşılıklı bilgi, duygu ve düşüncelerini paylaşma sürecidir. Diğer bir anlatımla anlamları eşit kılma sanatıdır.

İletişim, bir zihnin diğer zihinleri etkileme yollarının tümüdür; sadece yazılı ve sözlü konuşmalar değil, müzik, resim, heykel, tiyatro, bale, dans gibi bütün insan davranışlarını içine alır.

İletişim



Bir düşünce **yaratılır.**

Kotlanır ve mesaj oluşturulur.

Bir kanal ile **iletir.**

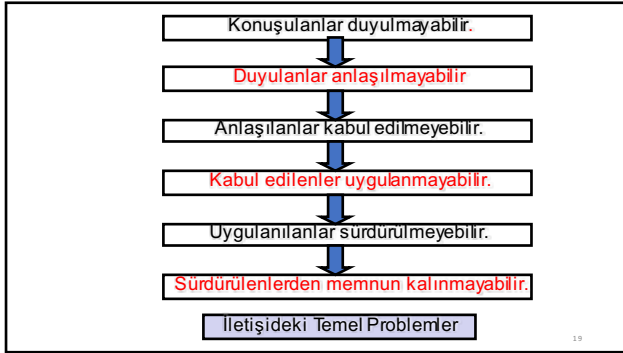
Alıcı tarafından **alınır.**

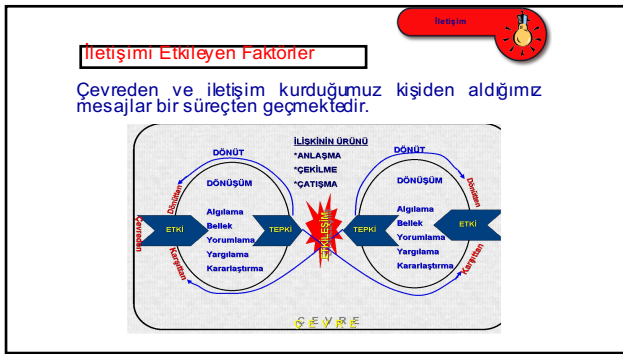
Kot çözme işlemi uygulanır.

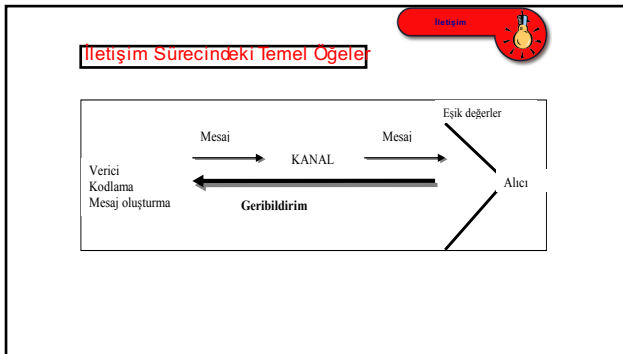
Çözülen mesaj **özümnenir.**

İletişim Süreci

18







İletişim Sürecindeki Temel Öğeler

Kaynak (Verici): İletişim sürecini başlatan kişi, bilgi veya düşüncenin geldiği yerdir.

Kodlama: Kaynak, iletmek istediği bilgileri bir dizi sembole çevirerek, sinyaller halinde kodlar.

Mesaj: Kodlanan fikrin aldığı fiziki şekle mesaj denir. Alıcı tarafından anlaşılmayan mesaj "gürültü"dür.

Kanal (Araç): Mesajın alıcıya iletilmesini sağlayan araç, yöntem ve tekniklerdir.

Hedef (Alıcı): Gönderilen mesaja hedef olan kişi, mesajın hedef aldığı kişidir.

Geribildirim: Mesajın bütününe ya da bir bölümünün alıcıya ulaşmış, alıcının tepkilerinin kaynağa dönmesidir.

İletişim Sürecindeki Temel Öğeler

İletişimde mesajları gönderen kişinin ya pacağı konuşmaların ve yazacağı metinlerin anlaşılır olması ve böylece konuşmaların karşıdaki tarafından dinlenmesi, yazıların okunması için anlaşılabilirliğin aşağıda verilen dört temel kuralına dikkat edilmelidir:

- ♦ Basitlik:
- ♦ Sıralama ve Düzen
- ♦ Kısa ve Özlü Olma
- ♦ Rahatlatma ve İlgi Çekme

İletişim Yöntemleri

Sözlü İletişim: Sözlü iletişim özellikle ses (yükseklik, tonlama, telaffuz, ritim, konuşma biçimi...) ve dil (cümle yapısı, kelime grupları, kelime kullanımı, terimler ...) yoluyla gerçekleşir.

Sözlü iletişimin sürdürülmesinde iki ana becerinin rolü vardır: *Konuşma ve dinleme.*

İletişim Yöntemleri

Konuşmanın etkili olmasındaki faktörler:

- Ses tonu
- Sözcüklerin seçimi
- Vurgu

İletişim



İletişim Yöntemleri

Sözsüz İletişim: Verilen bilginin doğruluğu "sözsüz iletişim kanalıyla" daha iyi takdir edilir.

Beden dili aslında insanların ne demek istedikleri konusunda, dünyada konuşulan dillerdeki tüm sözcüklerden daha fazla şey anlatır. Konuşurken beden tarafından gönderilen sinyallerin çoğu biz farkında olmadan dış dünyaya mesaj verir.

İletişim



İletişim Yöntemleri

-Genel görünüm: Vücut hareketleri, yürüyüş tarzı, vücut duruşu vb. gibi unsurlar kişilerde düşünülmezsizin ön yargılar oluşturur.

-Yüz ifadesi: Sözlü mesajın içeriğini tamamlarlar veya da bazen tamamen onun yerine kullanılırlar. Örneğin yüz ifadesiyle onaylama veya reddetme gibi.

-Genel görünüm: Etkin bir ilişki isteğini gösterebileceği gibi bazen de bir arama ifadesini gösterebilirler.

İletişim



Etkili İletişimde Engeller



***İletişimde Açıklık – Savunuculuk:** İletişimde kişilerin kendilerini savunma özelliği arttıkça, iletişimdeki verim düşer.

***Yargılama:** Değerlendirmesi ister olumlu, ister olumsuz olsun, yargılayan kişi yargılanandan belirli yönlerden kendisini üstün gördüğünden, konuşanın davranışını olumlu ya da olumsuz yönde değerlendirir.

***Analizci Dinleme:** Dinleyen, konuşanı konuşandan daha iyi anladığını ima eder.

***Rahatlatma:** Rahatlatmak, işi şakaya boğmak her zaman ve her yerde yararlı olmayabilir. Onun sorunlarını ciddiye almadığınız izlenimi verebilir.

***Tuzak Soru Sormak:** Soru, inceleme, gibi yaklaşımlarda karşısındakinin ne düşündüğünü anlamaktan çok önyargı, eleştiri veya zorunlu çözüm bulunması, düşüncelerini yönlendirmek, tuzak olarak kullanacağı bir yere götürmek amacıyla sorulan sorular, savunuculuğa yol açar.

Etkili İletişimi Kolaylaştıran Yöntemler



***İlk İzlenim:** Araştırmalara göre, insanlar üzerinde yarattığımız ilk izlenim 30 saniye içinde oluşmaktadır.

***İletişimde Ben Dilini Kullanmak:** Kızgınlık içindeki insanlar genellikle kendilerini rahatsız eden duyguyu açık ve yalın olarak ifade etmeden, karşıdakini suçlamaya yönelirler.

***Sen dili:** “Sen şusun!” “sen busun!” gibi ifadeler hep “sen” kelimesini içerdigi için, böyle bir tutum içinde kullanılan dile sen dili adı verilir.

***Ben dili:** Karşı tarafta suçlama, aşağılama, akıl öğretme, yargılama izlenim oluşturmaz. Konuşan kişinin kendi iç dünyasındaki duyguları ifade eder.

***Empatik İletişim:** Em pati kurmak, diğer kişinin gözü ile dünyayı görmek, diğer kişinin kulakları ile duymak ve diğer kişi ile birlikte hissetmektir.

Etkili İletişimi Kolaylaştıran Yöntemler



***İlk İzlenim:** Araştırmalara göre, insanlar üzerinde yarattığımız ilk izlenim 30 saniye içinde oluşmaktadır.

***İletişimde Ben Dilini Kullanmak:** Kızgınlık içindeki insanlar genellikle kendilerini rahatsız eden duyguyu açık ve yalın olarak ifade etmeden, karşıdakini suçlamaya yönelirler.

***Sen dili:** “Sen şusun!” “sen busun!” gibi ifadeler hep “sen” kelimesini içerdigi için, böyle bir tutum içinde kullanılan dile sen dili adı verilir.

***Ben dili:** Karşı tarafta suçlama, aşağılama, akıl öğretme, yargılama izlenim oluşturmaz. Konuşan kişinin kendi iç dünyasındaki duyguları ifade eder.

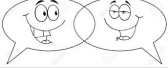
***Empatik İletişim:** Em pati kurmak, diğer kişinin gözü ile dünyayı görmek, diğer kişinin kulakları ile duymak ve diğer kişi ile birlikte hissetmektir.

***Aktif dinleme:** Görüşmenin başarısı için yayımcının sahip olması gereken “düşünceleri” ve buna uygun “davranışları” ifade eder.

Değişim 

- Aktif dinleme sırasında kişiye şu düşünceler mutlaka hissettirilmelidir:

Güven veren bir görünüm sergilemek.
Ben senin için buradayım.
Seni okuduğun gibi kabul ediyorum.
Ben iyi niyetli ve samimiyim.



Güdülenme 

Davranışların Temellen ve Güdülenme

Kırsal toplumun yaşam standartlarını yükseltmek için tarımsal yayımcılar, topluma teknik ve sosyo ekonomik yenilikleri benimsetmeye çabalarlar. Bunun için hedef kitle üyelerinde bir **davranış değişikliği** yaratmak zorunluluğu vardır.

Toplum önderleri bu davranış değişikliğinde nasıl rol oynar?

32

A- Bilişsel Alan (cognitive domain)

B- Duyuşsal Alan (affective domain)

C- Psikomotor Alan (psychomotor domain)

Üç Temel Davranış Alanı

33

A. Bilişsel Alandaki Davranışların Sınıflandırılması

Bilgi	Bilginin aynen tekrar edilmesi. Olay, yer, tarih ve ana fikirlerin aynen tekrar. Belleğe kayıt, papağan gibi tekrarlama.
Kavrama	Bilginin anlaşılması, anlaşılmanın kavranması. Verilerin yorumlanması, karşılaştırılması, zıtların belirlenmesi. Kendi sözcükleriyle anlatma. Gruplandırma, nedenlerini belirleme, sonuçları öngörme.
Uygulama	Öğrenilen bilgilerin, kavramların, metot ve teorilerin yeni bir durumda kullanılması. Yeni bir problemi önceden öğrenilmiş olan çözüm yolları arasında seçilen bir çözüm yoluyla çözülmesi, hangi çözüm yolunun izleneceğinin bulunması.
Analiz	Teکرatlayan motiflerin tanımlanması. Bileşenlerin tanımlanması. Bileşenlerin yeniden organizasyonu. Gizli anlamların farkedilmesi. Ögeler arasındaki ilişkilerin keşfi.
Sentez	Eski fikirleri kullanılarak yenilerini yaratma. Eldeki verilerden genellenemeyen yeni farklı alanlardan bilgiyi toplayıp ilişkilendirme. Sonuç çıkarma, tahminde bulunma. Özgün bir ürün ortaya koyma.
Değerlendirme	Fikirleri karşılaştırma ve birbiriyle karşılaştırma. Teorilerin değerlendirilmesini yapabilmek. Mantığa dayalı seçim yapma. Kanıtların değerlendirilmesini yapabilmek. İç ve dış ölçütleri göz önüne alarak değerlendirme.

34

B. Duyuşsal Alandaki Davranışların Sınıflandırılması

Alma	Bu kategorideki davranışlar, belli olaylar ya da uyarılara dikkat etme isteği ile ilgilidir. Farkında olma, almaya açıklık ve kontrollü-seçici dikkat alt kategorilerinden oluşmaktadır.
Teşhise Bulunma	Bu düzeyde, uyarıların farkında olmanın ötesinde uyarılara tepkide bulunma davranışları görülmektedir. Tepkide uyusallık (oyunun kurallarına uyma gibi), tepkide isteklilik (gönüllülük) ve tepkide doyum (çoşkuyla şarkı söyleme) alt kategorilerinden oluşur.
Değer Verme	Kişinin bir davranışa, bir olaya, bir nesneye değer ya da önem vermesiyle ilgilidir. Bir değerlin kabulü, bir değeri yeğleme ve bir değere adanmışlık alt kategorileri vardır.
Örgütlenme	Örgütlenme, iç tutarlılığı olan bir değerler sistemi gelişime ile ilgilidir. Alanındaki ilişkilerin belirlenerek, farklı değerlerin bir sistem oluşturacak biçimde örgütlenmesi söz konusudur.
Değerler Bütünüyle Nitelenen İlişki	Duyuşsal alanın bu düzeyinde, kişi davranışlarını sürekli olarak kontrol edebilen bir değer sistemine sahiptir. Birey, özümlediği değerlerle tutarlı davranır.

35

C. Psikomotor Alandaki Davranışların Sınıflandırılması

Psikomotor alan, vücut organlarının birisi tarafından yapılan ya da yapılması birden çok organın koordinasyonunu gerektiren hareketlerle becerileri kapsar. Psikomotor beceri terimi ile karmaşık davranışlar zincirinden oluşan vepsikomotor yönü ağır basan beceriler ifade edilmektedir. Piyano çalmak, bisiklet sürmek, on parmak klavye kullanabilmek, yüzmek vb. bu tür becerilerdir. Hiçbir becerinin sadece psikomotor davranışlardan oluşması düşünülemez. Bütün becerilerin bilişsel dayanakları vardır. Bir çok beceri de duyuşsal davranışlar doğurur.

36

Güdülenme (Motivasyon):

Güdülenme ihtiyaçların üstesinden gelmeye yönelik davranış ve bu ihtiyaçların giderilmesi arasındaki ilişki olarak tanımlanabilir.

Güdülerin tümü fizyolojik ihtiyaçlardan kaynaklanmaz, takdir edilme duygusu, başarma arzusu gibi sosyo-psikolojik ihtiyaçlarda motivasyon sürecinde etkilidir..

Güdülenme süreci;

- Belirli bir amaca yönelten güdüleyici durum,
- Amaca yönelik davranış ve amaca ulaşmak.

Güdülenme kuvvetlerini itici ve kısıtlayıcı olmak üzere iki gruba ayırabiliriz. Bütün eylemlerimiz kısıtlayıcı ve itici kuvvetlerin değerlendirilmesinin bir sonucudur.

37

Motivasyon



Motivasyon kavramının temelini oluşturan üç ana faktör :

- ✓ İnsan davranışını tetikleme
- ✓ Bu davranışı yönlendirme
- ✓ Bu davranışı sürdürme



38

Motivasyon

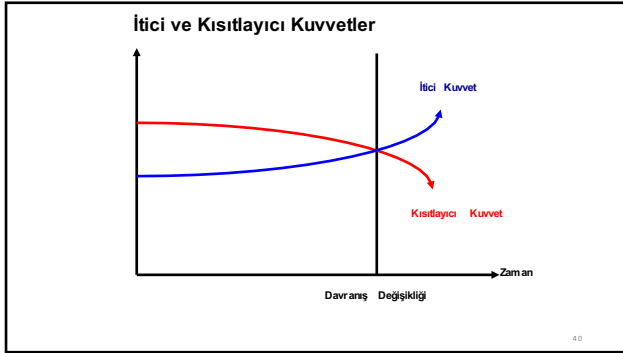


Güdü döngüsü şu şekilde meydana gelir:

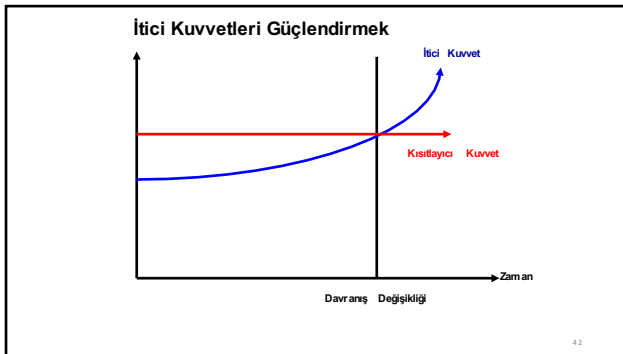
- 1-İhtiyaç hissedilir
- 2-İhtiyacı gidemeye yönelik davranış oluşur
- 3-İhtiyaç giderilir

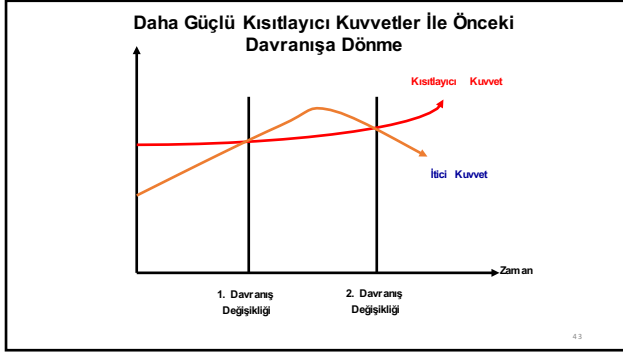
Gereksinme → Uyarılma → Davranış → Doyum (Amaç)

39









1. Para kazancı veya kaybı
2. İşgücü ve zamanda artış ya da azalış
3. Kişilerle tatmin
4. Kişilerle uyum
5. Başka insanlarla ilişkiler
6. Seçkin biri olma arzusu
7. Grup baskısı
8. Başka insanlarla ilişkiler
9. Yardımcı ile ilişkiler
10. Diğer faktörler
Güdülenme Faktörleri

44

1. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi

Fizyolojik İhtiyaçlar
İnsanların doğuştan sahip oldukları ve arzu ettikleri temel ihtiyaçlardır. Yemek, uyumak, hava teneffüs etmek vs.

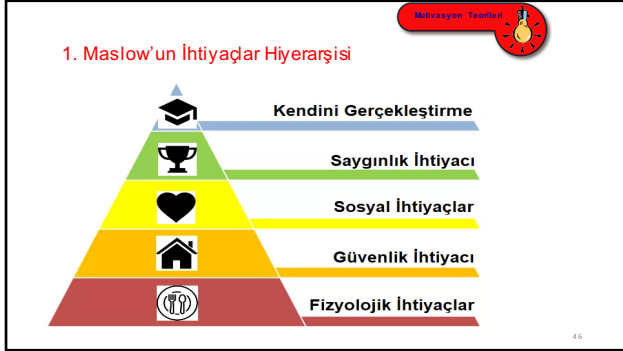
Güvenlik İhtiyaçları
İnsanların baskıya ve zorlamaya karşı kendilerini korumak istemesi, yaşlılık, hastalık, işsizlik vs. durumlara karşı geleceğinin güvenlik içerisinde olması.

Sevgi ve Aidiyet İhtiyacı
Fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçlarından sonra insanın sosyal yönü ağırlık taşıyan ihtiyaçları ortaya çıkar. Örneğin, sevmek, sevilme, bir gruba mensup olma, şefkat, yardımseverlik vs.

Saygı Görmek İhtiyacı
İnsanlar sevmek, sevilme dışında saygı duyulmak da isterler. Tanınma, sosyal mevkii ve statü sahibi olma, başarı elde etme, takdir edilme, saygı görme vs.

İdeallerini ve Yeteneklerini Gerçekleştirme İhtiyacı
Bireyin ideallerini gerçekleştirme, başarmaya ve haz duymaya daha fazla önem vermesi.

Motivasyon Teorileri



Motivasyon Teorileri

2. Herzberg'in Motivasyon - Hijyen Teorisi

"Çift Faktör Teorisi" ya da "Motivasyon-Hijyen Teorisi" olarak bilinen yaklaşımdır. Herzberg motivasyonu belirleyici iki faktörden söz etmektedir:

1. **Motivasyonel Faktörler:** Başarı, tanınma, takdir edilme, yapılan işin niteliği, yetki ve sorumluluk sahibi olma, ilerleme ve yükselme imkânlarının olması vs.
2. **Hijyen Faktörler:** İşletme politikası ve yönetimi, çalışma koşulları, ücret düzeyi, özel yaşamdaki mutluluk düzeyi, organizasyonda alt-üst arasındaki ilişkiler vs.

47

Motivasyon Teorileri

3. Mc Clelland'ın ve Aldefer'in Motivasyon Teorisi

İnsanların farklı ihtiyaçlara yöneledikleri ve bu ihtiyaçları karşılandığı ölçüde tatmin olacakları görüşünü savunmuştur. Mc Clelland, Maslow' dan farklı olarak üç tür insan ihtiyacı üzerinde durur:

- ❖ Başarı ihtiyacı
- ❖ Sosyal ilişkilerde bulunma ihtiyacı
- ❖ Güç ihtiyacı

48



3. Mc Clelland'ın ve Aldefer'in Motivasyon Teorisi

Clayton Aldefer adındaki yönetim uzmanı ise insan ihtiyaçlarını üç farklı kategoriye ayırmaktadır:

- 1. Varlık ihtiyaçları:** Bunlar insanların doğuştan itibaren sahip oldukları ihtiyaçlardır. Yiyecek, içecek, barınma ihtiyaçları vs. bu konuda örnek gösterilebilir.
- 2. Sosyal ilişkiler ihtiyacı:** İnsanlar, başka insanlarla bir arada olmak, duygu ve düşüncelerini onlarla paylaşmak isterler.
- 3. Gelişme ihtiyaçları:** İnsanların kendilerini geliştirme ihtiyaçlarıdır. Başarı elde etme, tanınma, kabul edilme vs. bu tür ihtiyaçlara örnek gösterilebilir.

49



4. Diğer Teoriler

Vroom' un motivasyon konusundaki yaklaşımının temeli ödüllendirme beklentisine dayalıdır.

Vroom'un beklentiler teorisi, daha sonra **Lyman W Porter ve Edward E. Lawler** tarafından daha farklı şekilde ele alınmış ve yorumlanmıştır. Bu iki yönetim uzmanı ödüllendirme beklentisi dışında "ödüllendirmenin adaleti olup olmayacağı beklentisi" nin de önem taşıdığını ifade etmişlerdir.

John Stacy Adam organizasyonda uygulanan ödüllendirme sisteminin adaletli olması gerektiğini vurgulamıştır. Adam'ın ödül adaleti konusunda geliştirdiği formül şu şekildedir:

Bir çalışanın üretimi (çıktı) = Başka bir çalışanın üretimi (çıktı)
Bir çalışanın emeği (girdi) = Başka bir çalışanın emeği (girdi)

50
