

EĞİTİM SEVİYESİ DÜŞÜK KİŞİLER İÇİN
SAĞLIK VE AİLE PLANLAMASINI
GELİŞTİRME GEREÇLERİ REHBERİ



path

"Program for Appropriate Technology in Health"
Sağlık Alanında Uygun Teknoloji Programı



EĞİTİM SEVİYESİ DÜŞÜK KİŞİLER İÇİN
**SAĞLIK VE AİLE PLANLAMASINI
GELİŞTİRME GEREÇLERİ REHBERİ**

path

"Program for Appropriate Technology in Health"
Sağlık Alanında Uygun Teknoloji Programı

Yeni Baskı, 1996

Margot Zimmerman, Nancy Newton, Lena Frumin, Scott Wittet

Path

(Sağlık Alanında Uygun Teknoloji Programı)

Sağlık Alanında Uygun Teknoloji Programı (PATH), dünya çapındaki sağlık ürünleri ve teknolojilerinin güvenliğinin, elde edilebilirliğinin ve kullanılabilirliğinin geliştirilmesini hedefleyen, özel, kar amacı gütmeyen uluslararası bir organizasyondur. PATH'in amacı özellikle yeni teknolojiler geliştirmek ve yeni teknolojileri mevcut teknolojilerin kullandıkları kültürlere uyarlayarak geliştirmektir.

PATH genel merkezi Washington, Seattle'da, İletişim Departmanı Washington D.C.'dedir. Yurt dışında ise Bangkok, Tayland; Cakarta, Lombok, Endonezya; Nairobi, Kenya; Manila, Filipinler ve Kiev, Ukrayna'da ofisleri bulunmaktadır.

PATH hakkında daha fazla bilgi için lütfen aşağıdaki adrese başvurun:

PATH
4 Nickerson Street
Seattle, Washington, 98109-1699, USA
Faks:(206)285-6619
İnternet [www:http://www.path.org](http://www.path.org)

PATH programının İletişim faaliyetlerine ilişkin daha fazla bilgi için lütfen aşağıdaki adrese başvurun:

Communication Department
PATH
1990 M Street, N.W., Süite 700
Washington, D.C., 20036, USA
Fax: (202) 457-1466 İnternet:info@path-dc.org

Not: Bu rehber gelişmekte olan ülkelerdeki kuruluşlar ve bireyler tarafından ücretsiz olarak tedarik edilebilir. Bunun dışında kalanlar ABD doları üzerinden çek veya ön ödemeli olarak yukarıda belirtilmiş olan İletişim Departmanı'ndan rehberi talep edebilirler.

Bu rehberin herhangi bir bölümü, kopya ile çoğaltılan bölümlerin ücretsiz olarak ya da (kar amacı gütmeksizin) ücretli olarak ve PATH'in bilgilendirilmesi koşuluyla, PATH'den izin almadan fotokopi ile çoğaltılabilir veya özel ihtiyaçlar doğrultusunda değiştirilebilir. PATH bu Rehberin kullanılan bölümlerinden bir kopya edinmeyi rica eder.

Materyal Hazırlama Rehberi

1996 Baskısı için Önsöz

PATH'in Eğitim Seviyesi Düşük Kişilere Yönelik Orijinal olarak 1998 yılında yayınlanan Sağlık ve Aile Planlaması Geliştirilmesine ilişkin Yazılı Materyaller bu alanda bir klasik haline gelmiştir. Dünya çapında bu çalışmaya olan ilgi onun değerinin bir kanıtı olmuştur. Şimdi, 7 yıl sonra yeni baskının aslına sadık kaldığım belirtmekten gurur duyuyoruz; sadece kapağı, güncelleştirilmiş olan istatistikleri ve kaynakları değiştirdik ve görsel okuryazarlık için dört sayfalık yeni bir bölüm ekledik. Görsel ve işitsel materyaller de çalışmada da yer aldığından başlıkta "basım" kelimesi yoktur. Belirtilen teknikler sadece mevcut materyallere değil belirli kitleler için tüm program planlamaya uygulanabilir. Tadını çıkarın- ve kullanın!

Mart, 1996

Teşekkür Bölümü

1978 yılından beri Sağlık Alanında Uygun Teknoloji Programı (PATH) dünya çapındaki kamu ve özel kuruluşlarla işbirliği yaparak çalışmalarını yürütmüş, sağlık ve aile planlaması çalışmalarının daha iyi şekilde anlaşılmasını hedeflemiştir. Sözü geçen kuruluşların çalışanları ile birlikte ve hastalarının sabrı sayesinde PATH, kişilerin ihtiyaçlarını karşılamak için tasarlanan programlar çerçevesinde uygun, yazılı ve işitsel/görsel materyallerin geliştirilmesi için gerekli teknikleri kullanmış ve belirlemiştir. Bu Rehberde ana hatları belirtilmiş olan teknikler, aynı zamanda iyi eğitilmiş kişilere yönelik bazı mesajlar, materyaller ve programlar hazırlamak için de kullanılabilir.

Bu Rehber içinde belirtilmiş olan projeler Ford Vakfı, İngiltere Yurtdışı Geliştirme İdaresi, John Hopkins Üniversitesi/Toplum İletişim Hizmetleri, Noyes Vakfı, Pew Memorial Vakfı, Andrew W. Mellon Vakfı, William ve Flora Hewlett Vakfı, Toplum Konseyi, Uluslararası Toplum Faaliyeti (Population Action International) ve Wallace Küresel Fonunun (Wallace Global Fund) da arasında bulunduğu çeşitli kamu ve özel kuruluşlar tarafından desteklenmiştir. PATH'in ilk materyal Hazırlama eğitim programının tasarımını destekleyen Dünya Sağlık Örgütü Anne ve Çocuk Sağlığı Birimine özel olarak teşekkür ederiz.

Monica Sorensen, Rehberi tasarlamış ve hazırlamış, Isobel Donovan da resimlerin birçoğunu hazırlamıştır. Aynı zamanda Rehberin aslının ve yeni baskısının bölümlerini hazırlayan ve derleyen diğer PATH çalışanları ve çalışma arkadaşları:

Kwame Asideu
Linda Bruce
Carol Corso
Ellen Clancy
Beth Crane
Barbara Crook

Lisa Culliane
Dan Elswit
Joan Haffey
Ann Hendrix Jenkins
Laurie Krieger
Mary Beth Moore

Elaine Murphy
Renee Rogers
Susan Schneider
Elizabeth Younger
Gordon W. Perkin, M.D.
PATH Başkanı'na

Teşekkür ederiz.

Türkçe'ye uyarlanmasında emeği geçenler:

Yayın Kurulu: Dr. Salih MOLLAHALİLOĞLU
Dr. Özlem COŞKUN
Dr. Ümit BASARA
Dr. A. Esra TİRYAKİOĞLU

Baskı: Onur Matbaacılık Ltd. Şti. 0.312 287 99 98-2003

İÇİNDEKİLER

Şekil listesi.....	6
I. GİRİŞ.....	9
II. HEDEF KİTLE.....	11
A. Kitle Bilgi Gereksinimleri	11
B. Kitleleri Belirleme	14
III. PROJE PLANLAMA	15
A. Çalışma Planları.....	15
B. Bütçeler	16
IV. KİTLE ARAŞTIRMASI.....	17
A. KAP Araştırmaları	17
B. Ayrıntılı Görüşmeler	17
C. Odak Grup Görüşmesi (OGG)	18
1. OGG Katılımcıları.....	19
2. OGG Bölgesi	19
3. OGG Fasilitatörü	19
4. OGG'de Not Alıcı	20
5. OGG'nin Ana hatları	20
6. OGG Oturumu.....	21
7. OGG Veri Analizi.....	21
V. MESAJ GELİŞTİRME	21
A. OGG Verileri ve Tasarım Mesajları Analizi	21
B. Anlatım Zeminini Şekillerle Geliştirme	22
C. Taslak Metin.....	23
VI. MATERYAL ÜRETİMİ ANA HATLARI.....	24
A. İzlenmesi gereken yollar.....	24
1. Tasarım/Taslak	24
2. İllüstrasyonlar (Resimler)	26
3. Metin.....	31
VII. ÖN TEST VE GÖZDEN GEÇİRME	32
A. Bireysel Ön Testler	32
B. Ön Test Şekilleri	36
1. Ön Test Geçmiş Sayfası	36
2. Ön Test Veri Sayfası.....	38
3. Ön Test Sonuç Sayfaları Özeti	40
C. Grup Ön Testleri	42

Materyal Hazırlama Rehberi

VIII. BASIM.....	44
IX. DAĞITIM VE EĞİTİM.....	46
X. DEĞERLENDİRME	47
XI. SONUÇ	48
KAYNAKÇA	49
KAYNAKLAR	49
EK A. Ön Test Geçmiş Sayfası.....	50
EK B. Ön Test Veri Sayfası.....	51
EK C. Ön Test Sonuç Sayfaları Özetleri.....	52
EK D. Eğitim Materyallerinin Sağlık Eğitimcileri Tarafından Dağıtımına Yönelik Aylık Rapor.....	53
EK E. Görsel olarak Anlaşılabilirliğe ilişkin Özel Hususlar	54

O Path

ŞEKİLLİSTESİ

1. Değişik hedef gruplarına ve davranış edinme aşamalarına yönelik etkin medya kullanımı	11
2. Politika oluşturan ve karar verenlere ilişkin bir broşürden alınan tablo	12
3. Doktorlara yönelik bir kitapçıktan alınan şekil.....	12
4. Bu sahada çalışanlara yönelik bir kitapçıktan alınan şekil.....	13
5. Eğitim seviyesi düşük hastalara yönelik resimli bir kitaptan alınan şekil	13
6. Örnek çalışma planı	15
7. Örnek bütçe	16
8. Katılımcı özelliklerine göre OGG düzenleme örneği.....	19
9. OGG kolaylaştırıcı unsuru için yöntemler	21
10. OGG Not alma yolları	21
11. Örnek mesaj geliştirme sayfası.....	23
12. Örnek anlatım zemini	24
13. Çalışma zemininden yola çıkarak tasarlanmış Resim	25
14. Her birim şekil için bir mesaj sunma	27
15. Mesajları hedef kitleye yönelik en mantıklı sıraya göre düzenleme	28
16. Benzer resimler kullanma	29
17. Gerçekçi resimler kullanma	30
18. Basit şekiller kullanma	31
19. Objeleri şekil ve içerik olarak verme	32
20. Uygun semboller kullanma	32
21. Uygun şekil stilleri kullanma	33
22. Olumlu bir yaklaşım kullanma.....	34
23. ORS mesajı taslakları.....	36
24. Şekillerle ön test ve test.....	39
25. Soru şekilleri.....	39
26. Örneği tamamlanmış ön test geçmiş sayfası.....	41
27. Örneği tamamlanmış ön test veri sayfası.....	43
28. Örneği tamamlanmış ön test özeti sonuç sayfası	45
29. Örnek şekil, ön test birinci aşama.....	46
30. Örnek şekil, ön test ikinci aşama	46
31. Grup ön testleri için örnek sorular	48
32. Yazılı materyallerin etkin olarak kullanımına ilişkin yollar	51

Materyal Hazırlama Rehber

Sağlık temel insan haklarından biridir. Tüm uğraşlarımız, amacımız halkımızın sağlık hizmetlerinden en verimli şekilde faydalanmasıdır. Bu çalışmalarımız arasında eğitim seviyesi düşük olan halkımızı da göz önünde bulundurmalıyız.

Tüm halkımıza hitaben birçok tanımlayıcı, tanıtıcı, bilgilendirici broşürler, kitapçıklar hazırlanıp zaman zaman ihtiyaç oluşması ile basılıp dağıtımları yapılmaktadır. Tüm bu hazırlıklar genel olarak okuma yazması olan eğitim düzeyi bir noktaya gelmiş insanlara hitap etmektedir.

Eğitim düzeyi ve okuma yazma oranının düşük olduğu bölgelerimizde de kullanılacak eğitim materyallerinin hazırlanması hususunda gerekli teknik ve bilimsel yaklaşımlar bu kaynakta içerilmiştir. Geri kalmış, okuma yazma oranlarının oldukça düşük olduğu ülkelerden elde edilmiş tecrübelerin bu tip popülasyona ulaşmada yöntem geliştirmek açısından oldukça yardımcı olacaktır.

Konu ile ilgili yapılacak çalışmalarda eğitim seviyesi düşük olan halkımızda ulaşmamızı sağlayacak bu dokümanın kaynak olarak kullanıma sunulmasının faydalı olacağına inanıyorum. Kitabın tercümesi, adaptasyonu ve basımında emeği geçenlere teşekkür eder, çalışmalarının devamını dilerim.

Prof. Dr. Recep AKDAĞ
Sağlık Bakam

Sevgili Meslektaşlarım,

Dünyadaki yetişkinlerin yüzde yirmi üçü okur yazar değildir. Bu oran gelişmekte olan ülkelerde daha da yüksektir. Gelişen dünyanın yetişkin nüfusunun yansından fazlası cahildir. Toplam sayılar düşünüldüğünde gelişmekte olan ülkelerdeki okuma yazma bilmeyen insanların sayısı artış göstermekte iken gelişmiş ülkelerin birçoğunda bu sayı düşüş göstermektedir.

Ülkemizde ise okur yazarlık oranı birçok gelişmiş ülkeyle dahi karşılaştırıldığında iyi olmasına rağmen halen okuma yazma oranlarının oldukça düşük olduğu birtakım bölgeler mevcuttur.

Sağlık alanında her konuda eşitliği kovaladığımızı düşünürsek bu grubunda kesinlikle sağlık, tarım, temizlik, su kullanımı, beslenme ve gelişmenin diğer konularına ilişkin olarak bilgilendirilmeye ihtiyacı

Elimizdeki bu kaynakta eğitimsiz popülasyona ulaşmada hangi ince noktalara dikkat edilmeli ne tip yollar izlenmeli gibi konulara değinilmiştir. Geri kalmış ülkelere verilen çarpıcı örnekler ile konulara açıklık getirilmiştir.

Bu kitabın elimize ulaşmasına kadar geçen sürede emeği geçen Sağlık Projesi Genel Koordinatörlüğü'ne ve Mektebimiz Sağlık Hizmetleri Araştırma ve Geliştirme Bölümü çalışanlarına katkılarından dolayı teşekkür ederim.

Sağlık Projesi Genel Koordinatörlüğü çatısı altında başlayan ve Hıfzıssıhha Mektebi çatısı altında süre gelen çalışmalar eskiden olduğu gibi sizlerin katkı ve destekleriyle devam edecektir.

Dr. Salih MOLLAHALİOĞLU
Hıfzıssıhha Mektebi Müdürü

Materyal Hazırlama Rehberi

- Cahil insanlar okuma yazma bilmezler.
- Eğitim seviyesi düşük insanların okuma ve yazma becerileri azdır.
- Hiç eğitim görmemiş insanlar yazılı dilleri olmayan kültürlerden gelirler.

I. GİRİŞ

Dünyadaki yetişkinlerin yüzde yirmi üçü okur yazar değildir. Bu oran gelişmekte olan ülkelerde daha da yüksektir. Gelişen dünyanın yetişkin nüfusunun yarısından fazlası cahildir; erkek ve kadınların dörtte üçünden fazlasının okuyup yazamadığı Afrika ülkeleri de vardır.^{14,15} Fakat eğitim düzeyi düşük toplumlar sadece gelişmekte olan dünya ülkeleri ile sınırlı değildir; Amerika Birleşik Devletlerinde her beş Amerika'lıdan birinin okuma becerilerinin beşinci sınıf seviyesinden altında olduğu tahmin edilmektedir.²

Günümüzde kadınlar dünyada okuma yazma bilmeyenlerden oluşan nüfusun yüzde 64'ünü oluşturmaktadır ve okuma yazma bilmeyen erkeklerin sayısı düşerken okuma yazma bilmeyen kadınların sayısı sürekli olarak artış göstermektedir.⁵ Yüksek ulusal doğurganlık hızları ve doğumda düşük yaşam beklentisi bulunmasının nedenlerinden en önemlilerinden biri, araştırmalar göstermektedir ki, düşük seviyeli kadın eğitim düzeyidir.

Toplam sayılar düşünüldüğünde gelişmekte olan ülkelerdeki okuma yazma bilmeyen insanların sayısı artış göstermekte iken gelişmiş ülkelerin birçoğunda bu sayı düşüş göstermektedir.¹⁵ Bu grubun kesinlikle sağlık, tarım, temizlik, su kullanımı, beslenme ve gelişmenin diğer konularına ilişkin olarak bilgilendirilmeye ihtiyacı vardır. Kadınların okur yazarlık oranı ve bebek ölümü arasındaki ters orantı özellikle eğitim seviyesi düşük gruplar için tasarlanmış olan bilgi materyallerinin geliştirilmesi ihtiyacını ortaya çıkarır.

Radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçları bazı bölgelerde başarılı şekilde kullanılmaktadır. Kukla gösterileri, tiyatro ve şarkılar gibi geleneksel halk kitle iletişimi yöntemleri de bu konuda önemli bir yer tutar. Fakat bu teknikler kişiler arası iletişimi artırıp destekleyebilecek olmasıyla birlikte bunların hiçbirisi yüz yüze iletişim sağladığı etkileşimli öğrenme olanaklarının yerini tutamaz. Özenle tasarlanmış olan yazılı materyaller sağlık çalışanları ve hastalar arasındaki etkileşimi desteklemek için kullanılabilir ve bu materyaller "destek materyalleri" olarak adlandırılabilir.

Bu kılavuz dünya çapında okur yazar olmayan ve eğitim seviyesi düşük olan gruplara yönelik olarak sağlık ve aile planlaması destek materyallerini Hazırlamaya ilişkin olan ana hatları sunar. Sağlık Alanında Uygun Teknoloji Programı (PATH), temel olarak materyallerin hedeflediği (hedef kitle) insan grubunun katılımına dayanan materyalleri ve Hazırlama tekniklerini kullanır. Odak grup görüşmeleri (OGG= Focus Group Discussion) ve ayrıntılı görüşmeler gibi niteliğe dayanan araştırma teknikleri, özellikle sağlık veya aile planlaması ürünü veya davranışı açısından hedef kitlenin bilgisi, tutumları ve davranışlarını değerlendirmek için kullanılabilir.

Bilgilendirme materyalleri hazırlanırken (ilk belirlemenin yapılmasından başlayarak mesajların geliştirilmesi ihtiyacı ve parçanın kendisinin üretimine kadar) hedef kitle temsilcileri ile olan sürekli etkileşim, üretilen materyallerin doğru, iyi anlaşılır ve kitlenin ihtiyaçlarına ve ilgisine cevap verecek nitelikte olmalıdır. Bu konuda çalışmalarını sürdürenler ve program sorumluları nihai ürünün kendi kriterlerine uygun olmasını sağlamak ve materyallere dair bir "mülkiyet" duygusu vermek amacıyla materyal hazırlama sürecine dahil edilmeli ki böylece materyalleri kullanma olasılıkları artsın ve diğerlerini de aynı şeyi yapmaya teşvik etsinler.

Sağlık ve aile planlaması programlarının bilgilerinin, eğitiminin ve iletişim içeriklerinin (IEC) yazılı olarak kullanmanın birçok avantajı vardır. Yazılı materyaller:

10 Path

- Bunlar kitapçıklar, paket ekleri, posterler, el ilanları, boyama kitapları, çizgi romanlar gibi birçok şekilde olabilir.
- Saklanmaları kolaydır ve kullanılırken hiçbir özel gereç gerektirmez,
- Sağlık çalışanı ya da hastanın herhangi önemli bir mesajı belirtmeyi unutmuş olması halinde referans materyalleri kullanılabilir.
- İfk alıcıya iletilmesinden sonra, standartlaştırılmış bilgileri hedef kitleye, iletmenin diğer bir yöntemidir çünkü hastalar kendi yazılı materyallerini genelde arkadaşları, akrabaları ve komşuları ile paylaşırlar.
- Genel olarak bölgesel üretim için uygundur ve belirli kitleler için amacına uygun şekilde değiştirilerek yeniden şekillendirilebilir.
- Kullanıcının anlama oranını artırır. Bangladeş'te gerçekleştirilen bir çalışma gebeliği önleyici yöntemlerin resimlerle tanıtımının yapılmasından bir ay sonra, alıcıların yüzde 84'ünün, sadece sözlü tanıtım yapılan yüzde 16'ya karşın haplarını ne zaman alacaklarını hatırladıklarını ortaya çıkarmıştır.¹⁷
- Söylentileri önler, muhtemel yan etkilerden dolayı ortaya çıkabilecek korkuları azaltır ve alıcıların sağlık ve aile planlaması yöntemlerinin ve diğer sağlık teknolojilerinin etkin ve güvenilir olduğundan emin olmasını sağlar.
- Okuma yazma becerilerini geliştirmek isteyen kişileri motive edici bir unsur olabilir.

Bu rehber okuyucuyu, eğitim seviyesi düşük olan yetişkinler için sağlık ve aile planlaması konulu yazılı materyallerin geliştirilmesi sürecinde aşamalı olarak yönlendirmek amacıyla tasarlanmıştır. Aynı materyal hazırlama teknikleri radyo ilanları, videolar veya tiyatro programlarını hazırlamak için de kullanılabilir.

Bu Rehberin her bölümü materyal hazırlama sürecinde ayrı bir basamaktan bahseder.

"Hedef Kitle" terimi kitlelerin profilinin nasıl çıkarılacağı ve özel ihtiyaçlarının nasıl belirleneceğini açıklar.

"Proje Planı" zamanın ve mali kaynakların nasıl tahsis edileceğini belirlemeye ilişkin çalışma planlarını oluşturma yöntemleri sunar.

"Kitle İncelemesi" ihtiyaçlarını ve ilgilendikleri konuları değerlendirmek ve daha iyi anlamak için, hedef kitleden bilgi edinme yöntemlerini açıklar.

"Mesaj Geliştirme" OGGlerden ve kitle araştırmasından mesajlar elde etmek ve resimli olarak anlaşılır şekilde sırayla vermek amacıyla elde edilen verilerin kullanılma sürecini ve ayrıntılarını verir.

"Materyal Üretiminin Ana hatları" eğitim seviyesi düşük gruplara yönelik materyaller hazırlarken yardımcı olabilecek bazı hususları sunar.

"Ön Test ve Gözden Geçirme" verilmek istenen mesajların hedef kitleye iletilmesini ve verilen materyallerin kabul edilebilir nitelikte olmasını sağlar.

"Baskı" materyal hazırlama sürecinin üretim aşaması sırasında göz önünde bulundurulması gereken konuları ortaya çıkarır.

"Dağıtım ve Eğitim" materyallerin nasıl yayılması ve sağlık çalışanlarının bu materyalleri hastaları için etkin olarak kullanmaları için nasıl eğitilmeleri gerektiğini açıklar.

"Değerlendirme" materyallerin kullanım alanının incelenmesine ilişkin yöntemleri ve hedef kitle üzerindeki etkilerini açıklar.

II. HEDEF KİTLE

Bir hedef kitle materyal geliştiren kişilerin hazırladıkları ile ulaşmaya çalıştıkları kişilerin oluşturduğu özel bir gruptur. Materyalleri hazırlamaktan sorumlu olan proje ekibi ilk olarak hedef kitlenin ihtiyaçları ve isteklerini karşılayacak nitelikte materyaller hazırlamak için hedef kitleyi tanımlayabilmelidir. "Kitlenin İhtiyaçları" değişik grupların ihtiyaç duydukları bilgileri açıklar; "Kitleyi Tanımlama" hedef kitlenin demografik, coğrafi, kültürel ve psikolojik özelliklerine göre nasıl belirlenebileceğini açıklar.

A. Kitlenin Bilgi Gereksinimleri⁹

Proje ekibi, sağlık ve aile planlaması teknolojilerinde kullanılacak, tanıtımı yapılacak veya önerilecek olan iletişim programlarını hazırlarken, sağlık ve aile planlaması programının hedeflerinin yerine getirilmesi açısından büyük öneme sahip olan temel grupları hedef almalıdır. Sağlık ve aile planlaması personeli tarafından genel olarak hedef alınan kitle politikayı belirleyen ve kararlar alan çalışanları, program sorumluları, klinik çalışanları, bu alanda çalışmalarını sürdüren kişiler ve hastaları içerir. Bu gruplar belirli bir program için gerekli olursa alt bölümlere de ayrılabilir.

Bu hizmet sağlayan temel gruplar genellikle farklı karmaşıklık düzeyinde farklı şekillerde bilgi gerektirir.

Politika belirleyiciler ve karar vericiler sağlık ürünü veya doğum kontrol yönteminin objektif olarak, diğer deyişle avantajları, dezavantajları ve kullanım mantığının da verilerek sunulmasına ihtiyaç duyarlar. Bazen politika belirleyenler ve karar verenler teknik verilere ihtiyaç duyabilirler, fakat diğer zamanlarda sadece genel bir bakışa ihtiyaç duyarlar.

Program idarecileri doğum kontrol ilaçlarının etkililik oranları gibi açıkça ve anlaşılması kolay herhangi bir dil ile sunulan teknik bilgilere ihtiyaç duyan topluluk içindeki politika belirleyenler ve sağlık çalışanları arasındaki bilgi alışverişinden sorumludur.

Klinik uzmanları bir ürünün nasıl kullanılması gerektiği, hastaları bu ürünün kullanım şekli hakkında nasıl yönlendirileceği ve herhangi bir sorun çıkarsa ne yapılması gerektiğine ilişkin olarak bilgilendirilmelidir.

Saha çalışanları hastaları ile olan iletişimlerini destekleyebilmek için doğru ve standart eğitim materyallerine ihtiyaç duyarlar. Saha çalışanlarının materyalleri klinik uzmanlarınınkine oranla genellikle daha az teknik olmalı ve hastalara etkili şekilde nasıl yardımcı olunabileceğine dair bilgileri içermelidir.

Hastalar faydalanabilecekleri seçeneklere ve ayrıca bir sağlık ürününün veya doğum kontrol yönteminin uygun kullanım şekli veya etkisine ilişkin olarak bilgilendirilmelidir. Hastalar aynı zamanda kullanmayı seçtikleri herhangi bir yöntem veya ürünün muhtemel yan etkileri konusunda bilgilendirilmeli ve böylelikle de kendiliğinden geçecek olan ve tıbbi müdahale gerektiren belirtileri birbirinden ayırabilmelidirler.

Hedef kitlenin bilgi ihtiyaçları, kitlenin sağlık ürününün kullanılması davranışı ve savunulan davranışı edinme sürecine bağlı olarak değişir. Davranışı edinme safhaları şunlardır: (1) bilincine varma, (2) karar verme, (3) eğitim ve (4) süreklilik. İlk safha sırasında potansiyel bir hasta yeni sağlık davranışı konusunda bilinç kazanır. Daha sonra hasta bunu denemek için bir karara varır. Eğer harekete geçtiyse hasta söz konusu davranışı nasıl yerine getireceğini öğrenecek ve bunu günlük yaşamında da uygulamaya koyacaktır. En son safhada ise hasta bu davranışa devam edip etmeyeceğine karar verir. Bu gelişme ile birlikte proje ekibi davranışı edinme safhalarının biri ya da birkaçını kolaylaştırabilmek için uygun iletişim araçları kullanarak mesajlar tasarlamalıdır.

Davranış edinme sürecinin değişik safhalarında belirli kitleler için değişik iletişim araçları daha uygundur (Şekil 1'e bakınız). Örneğin, ilk safha sırasında (bilincine varma) radyo, politikayı belirleyenlere, program idarecilerine, alan çalışanlarına ve hastalara ulaşmak için daha uygun bir yöntem olabilir. Fakat radyo klinik uzmanları için pek faydalı olmayabilir çünkü genel olarak kitlelere uymayacak çok fazla teknik bilgiye gerek duyarlar.

12 Path

HEDEF KİTLE	DAVRANIŞ EDİNME SAFHALARI			
	1 .Bilincine varma	2. Karar verme	3. Eğitim	4. Süreklilik
Politika belirleyiciler ve Program idarecileri	I, N, P, R.T.V	I, N, P, R.T.V	I, P, V	I,N, P, R, T, V
Klinik uzmanları:	I,N, P . T . V	I,P	I, P, V	I, P, R, T, V
Doktor ve Hemşireler	i, P, R, V (N,T)	F,I, P,R (N, T, V)	I, P, V	F.I.P.R (N, T, V)
Alan çalışanları	F, I, P.R.V	F, I, P,R,	I.P.V	F, I, P, R
Hastalar	(N,T)	(N, T, V)		(N, T, V)

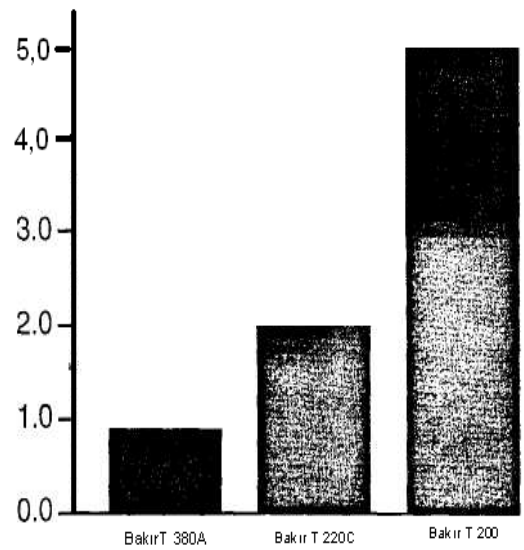
Anahtar. F = Halk iletişim araçları
I = Kişiler arası iletişim
N = Gazete (politika belirleme seviyesinde yabancı dilde gazeteler)
P = Yazılı basın
R= Radyo (Politika belirleme seviyesinde kısa dalga radyo)
T = Televizyon
V= Video () = Şehirlerde veya kitle iletişimin geniş çapta mümkün olduğu herhangi bir yerde.

Şekil 1: Değişik hedef gruplarına ve davranış edinme aşamalarına yönelik etkin medya kullanımı (Şekil G.W. Perkin ve L. Saunders tarafından hazırlanmıştır.)

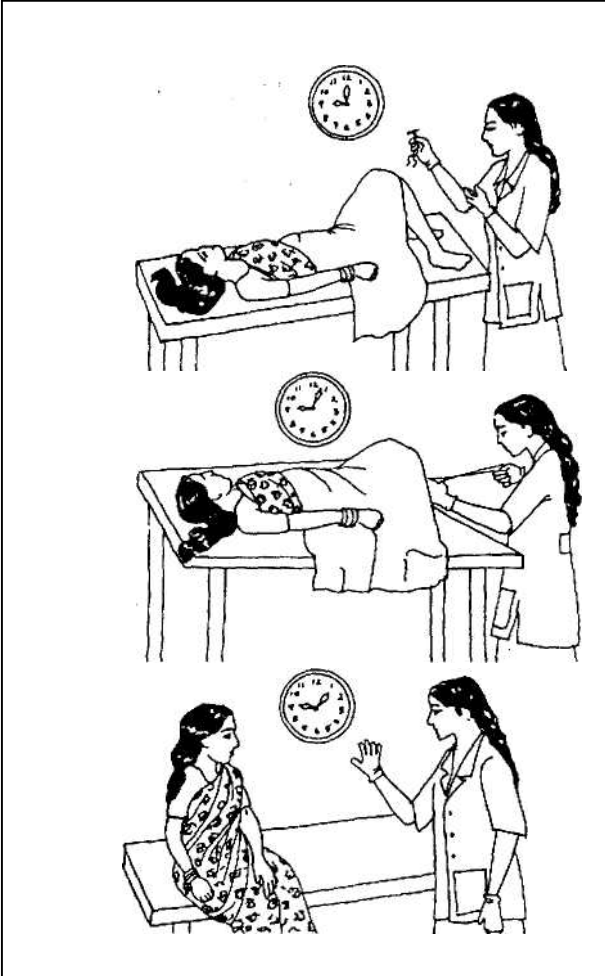
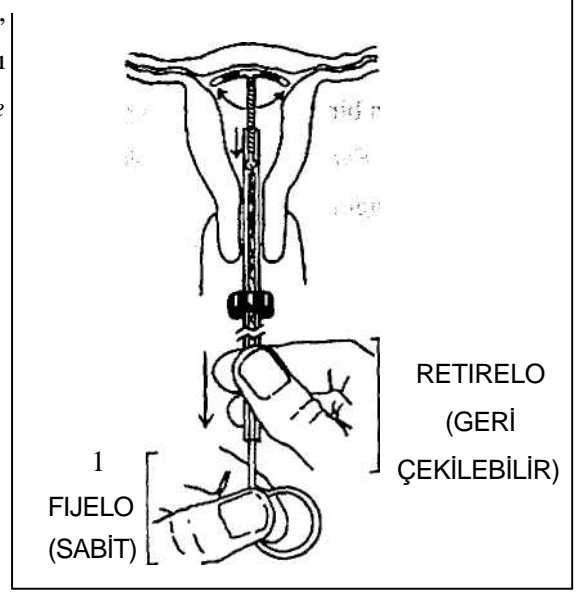
Şekil 2'den Şekil 5'e kadar Bakır T 380 A spiralini (RİA) değişik kitlelere tanıtmak için hazırlanan materyaller gösterilmiştir.

Şekil 2: Politika belirleyenler ve karar verenler için hazırlanan broşürden alınmış bir tablodur ve Bakır TIUDlerin etkilerini göstermektedir. (Nüfus Konseyi ve PIACT'ın izniyle)

İki yılda her 100 Kadına düşen Net Kümülatif Hamilelik Oranları



şekil 3: Doktora yönelik bir kitapçıktan alınan şekil, Bakır T 380 A RİA yerleştirme işleminde bir basamağı göstermektedir. (SOMEFA, Bogota Colombia ve Finishing Enterprises, ABD)



şekil 4: Saha çalışanlarına yönelik bir kitapçıktan alınan resim, BİA'nın yerleştirilmesinin 5 dakikadan daha az bir zaman aldığı gösterilir (Bangladeş Aile Planlaması Müdürlüğü IEM Birimi ve PIACT /Bangladeş'in izni ile)

14 Path

şekil 5: Eğitim seviyesi düşük hastalara yönelik bir kitapçıktan alınan resim, aile planlaması yöntemlerinden birini seçen bir çift gösterilmektedir (Bangladeş Aile Planlaması Müdürlüğü'nün IEM Birimi ve PIACT/Bangladeş'in izni ile)



B. Kitleleri Belirleme

Hedef kitleyi özenli şekilde belirlemek, araştırmanın bilgiyi, tutumları ve uygulamaları değerlendirmek amacıyla yapılırken seslenen hedef kitlenin doğru şekilde temsil edilmesini sağlar.

Hedef kitle aşağıda belirtilen özelliklerle belirlenebilir:

- Yaş
- Cinsiyet
- Medeni Hali;
- Mesleği;
- Gelir Düzeyi;
- Dini;
- Irk ve dil grubu; ve
- Deneyimi (Örneğin bir ürünü veya hizmeti kullanan/kullanmayı kabul edenlere karşın bunları yapmayan kişiler)

Hedef kitlenin "kırsal kesimde yaşayan kadınlar" gibi geniş çaplı insanları kapsıyorsa, bu kitle daha küçük gruplara ayrılabilir örneğin "aile planlaması önlemlerini yakın zamanda kesmiş olan, kırsal kesimde yaşayan ve üreme çağında olan evli kadınlar."

III. PROJE PLANI

Proje ekibinin hedef kitleyi belirlemesinden sonra, faaliyetlerin programını yapmak amacıyla bir çalışma planı ve bütçe ile birlikte insan kaynaklar ve mali kaynakların da hazırlanması gerekir.

A. Çalışma Planları

Doğum kontrol yöntemlerinden birine ilişkin bir hasta kitapçığı hazırlamak amacıyla örnek bir çalışma planı Şekil 6'da verilmiştir. Materyal hazırlama sürecinin her safhasını tamamlamak için gerekli olan süre çalışmanın kapsamına ve projede çalışan ekipteki kişilerin sayısına göre değişir. Bu süreci tümüyle tamamlamak 6 ile 8 ay arasında veya daha fazla olabilir.

IEC MATERYAL HAZIRLAMA ÇALIŞMA PLANI												
FAALİYET	Aylar											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
I. Personeli işe alma ve görüşmeler	X											
II. Ekibi eğitime	X											
III. OGG katılımcılarını işe alma	X											
IV. OGG'leri tutma (örneğin her kategori için 2 OGG; toplam: 8 OGG)		X										
V. Taslak materyali hazırlama												
a. OGG verilerini analiz etme, taslak mesajları tasarlama			X									
b. Anlatım zemini hazırlama			X									
c. Resimler üzerinde çalışma			X	X								
d. Metin taslağı çıkarma				X								
VI. Ön test ve materyalleri gözden geçirme												
a. Ön test, gözden geçirme ve materyaller yeterli seviyeye gelene kadar ileri ön test				X	X	X						
b. İlgili kişiler ve kuruluşlar tarafından yapılan ön değerlendirme						X	X					
c. Materyaller yeterli seviyeye gelene kadar gözden geçirme ve ön değerlendirme yapma												
VII. Materyalleri kullanma ile ilgili olan gruplar tarafından nihai onay verilmesi								X				
VIII. Baskı								X	X			
IX. Sağlık çalışanlarının eğitimi										X	X	
X. Dağıtım											X	X
XI. Değerlendirme											X	->

Şekil 6: Örnek çalışma planı

B. Bütçeler

• : " , ; , ! ' ; ; ■ ; ■ -ilH. İl

Şekil 7'deki örnek bütçe maliyetleri hesaplarırken göz önünde bulundurulması gereken kalemleri göstermektedir. Her projenin bölgesel kaynakları, hazırlama biçimlerini ve sağlık ve aile planlaması programlarına kuruluşlar tarafından yapılan katkıları gösteren değişik bütçe kalemleri ve maliyetleri olacaktır.

IEC MATERİYAL HAZIRLAMA BÜTÇESİ	
Hedef: Sayfa 15'teki örnek çalışma planında da belirtilmiş olduğu gibi bir doğum kontrol ürününe ilişkin olarak hastalar için bir kitapçık hazırlama, saha testleri yapma, gözden geçirme, baskısını yapma ve değerlendirme.	
Personel Maliyeti	\$ olarak miktar
Proje Müdürü (\$xx/ay'a .10 kez)	
Proje Koordinatörü (\$xx/ay'a .50 kez)	
Destek ekip (\$xx/ay'a .25 kez)	
Şoför (\$xx/ay'a .25 kez)	
Toplam	
Karlar	
Danışmanlar	
Çizer (resimler) (\$xx/çizim 20 resim)	
Alan çalışanları (\$xx/gün 35 gün)	
Ulaşım	
Eğitim için (\$xx/seyahat başına 2 seyahat/10 katılımcı)	
OGG araştırması için (\$xx/seyahat başına 8 seyahat) Alan testi için (\$xx/seyahat başına 4 oturum) Değerlendirme için (\$xx/seyahat başına 5 seyahat)	
Günlük Harcırah	
Eğitim için (\$xx/gün'e 6 gün x 10 katılımcı)	
OGG'ler için (\$xx/gün'e 8 gün)	
Alan testi için (\$xx/gün'e 8 gün)	
Değerlendirme için (\$xx/gün'e 5 gün)	
Eğitim	
Bölge (\$xx/gün'e 6 gün)	
(İkramlar (\$xx/kişi'ye 10 yemek, hafif yemekler) ' Alan testi için (\$xx/gün'e 20 gün)	
Değerlendirme için (\$xx/gün'e 5 gün)	
<u>OGG İkramları (\$xx/hafif yemek'e 80 hafif yemek)</u>	
<u>Fotokopi</u> _____,	
<u>Kitapçığın basımı (\$xx/kopya'ya 3000 kopya)</u>	
<u>İletişim (telefon, teleks, posta)</u>	
<u>İdari/ Genel Masraflar</u>	
TOPLAM	

Şekil 7: Örnek bütçe

IV. KİTLE ARAŞTIRMASI

Proje ekibinin hedef kitleyi onlarla etkili şekilde iletişim kurabilmek amacıyla anlamaları gerekir. Proje ekibi kitlenin konu hakkında neler bildiğini, ne gibi dedikodular duyduktan veya edinmiş oldukları yanlış bilgileri, konu hakkında neler düşündüklerini ve ne gibi sorular olduğunu öğrenmelidir. Mesajları hazırlamadan önce hedef kitle hakkında daha fazla bilgi edinebilmek için birçok teknik kullanılabilir. Bu yöntemler bilgi, tutum ve uygulama (KAP) incelemeleri; ayrıntılı bireysel görüşmeler; resmi olmayan grup oturumları (veya toplantıları); ve odaklı grup tartışmaları (OGG'ler).

A. KAP ARAŞTIRMALARI

KAP araştırmaları, belirli bir toplum içinde yaşayan insanların yüzde kaçının belirli bazı şeylere inandığını ortaya çıkarmak açısından oldukça önemlidir. Çünkü bu yöntemin amacı değişik kategorilere giren insanların sayısını belirlemektir ve buna "nicelik" tekniği adı verilir. Bazı araştırmacılar sadece bu tip geleneksel araştırma aracına aşınadır.

Araştırmalarda açık uçlu, kapalı uçlu veya her iki türde sorular kullanılır. Kapalı uçlu sorular bir soruya ya da ankete cevap verilmesi sırasında cevap verecek olan kişiye sadece birkaç cevap seçeneği sunar. Örneğin: "Evinizde ORAL REHYDRATTON tuz (ORS) kullanır mısınız? ___ Evet, ___ Hayır, ___ Cevapsız." Kapalı uçlu sorular verilecek olan cevapların çeşitlerini, ve böylelikle de toplanacak verileri sınırlandırır. Soru sorulan kişinin "ORAL REHYDRATION tuzun ne olduğunu bilmiyorum," diyerek cevap vermesi durumunda olduğu gibi. Fakat kapalı uçlu sorular sorulması kolay olduğundan ve sonuçlarının analizinin kısmen daha kolay yapılmasından dolayı sıkı sık kullanılır.

Açık uçlu sorular cevap verecek olan kişilerin istedikleri cevabı vermelerini sağlar. Örneğin: "Bu resimde neler görüyorsunuz?" gibi. Bir cevap listesi yerine, boş bir yer bırakılır ve görüşmeyi yapan kişiler boşluğa verilen cevapları yazarlar. Bu tip verilerin analizinin yapılması daha zordur çünkü bu veriler özel bir teknik olan "içerik" tekniğini gerektirir.

İncelemelerde toplumun değişik kesimlerinden tesadüfi olarak seçilen birçok katılımcının olması gerekebilir. Aynı zamanda görüşmeleri yapacak birçok kişiye de ihtiyaç vardır. Bu sebeple de incelemeler masraflı olabilir ve uzun zaman alabilir. İncelemeleri kitle araştırması yapmak amacıyla kullanmadan önce, proje ekibinin kaç kişinin belirli bir konuya inandığını belirlemenin gerekli olup olmadığını ya da insanların nelere inandıklarını bilmelerinin yeterli olup olmadığı konusunda karara varmalıdırlar. Belirtilen ikinci durumda daha hızlı ve daha ucuz "nicelik" araştırması teknikleri daha uygun olabilir.

B. Ayrıntılı Görüşmeler

Ayrıntılı görüşmeler, araştırmacılar insanların düşünce, duygu ve davranışları hakkında önemli oranda fikir sahibi olmalarını sağlar. Bir inceleme anketinin tamamlanması sadece birkaç dakika sürerken, ayrıntılı görüşmelerin süresi genellikle daha uzundur çünkü sorulara cevap veren kişilerin ilgilendikleri konular hakkında uzun konuşmasına izin verilir. Ayrıntılı görüşmelerin birçok açık uçlu sorular içermesi sebebiyle analizlerin yapılması için daha fazla zamana ihtiyaç vardır.¹⁶

Ayrıntılı görüşmeler sonucu edinilen veriler, yeteri kadar geniş ve tesadüfi olarak seçilmiş bir örnek seçildiyse ve verilerin kapsam analizi dikkatli ve güvenilir şekilde gerçekleştirildiyse, bu veriler nicelik sonuçları ortaya çıkarmak için kullanılabilir. Eğer örnekler küçükse veya toplumu temsil edemeyecek kadar tesadüfi olarak seçilmemişse, ayrıntılı görüşme verileri niteliksel olarak da kullanılabilir çünkü görüşmeler araştırmacılara toplumun bilgi açısından nelere ihtiyaç duydukları konusunda fikirler verir. Örnekleme prosedürlerinin ve veri analizlerinin karmaşıklığı ve görüşmelerin uzunluğu sebebiyle ayrıntılı görüşme araştırması nispeten daha masraflı olup daha uzun zaman alabilir.

C. Odaklı Grup Tartışmaları OGGler)^{1,3,6,i3,n}

OGG'ler genellikle bir ve iki saat arasında değişen ve bir yardımcı tarafından yönlendirilen içinde hedef kitleyi temsil eden altı-on kişi bulunan ayrıntılı görüşmelerdir ve bu görüşmelerde bir sonraki proje ve faaliyet açısından belirli öneme sahip konular hakkında görüşler bildirilir. Odak grubu ticari pazarlama yönteminden alınan bir araştırma yöntemidir⁷. Odaklı grup oturumlarının sonuçları niteliğe dayanır: bunlar kapalı uçlu sorulara verilen evet-veya-hayır cevaplarının niceliksel olarak tablo halinde verilmesi yerine bilgiler, inançlar, ilgilenilen konular ve tutumların incelenmesidir. OGG'ler sonucu ortaya çıkarılan niteliğe dayanan veriler, kitlenin davranışlarını etkilemek veya kitlenin korku ve şüphelerini ortadan kaldırmak için kullanılabilir görüşlerin "anımlarını" ortaya çıkarır.

Nicel verilerin gerekli olmadığı durumlar ve kaynakların sınırlı olduğu zamanlarda, OGG genellikle çok faydalı bir nitelik araştırma aracıdır. Birçok insanla bir seferde görüşüldüğünden OGG'ler maliyet etkilidir. Diğer katılımcılarının fikirlerini öğrendiklerinde, OGG katılımcılarının aynı zamanda kendi bellekleri ve düşüncelerini de ortaya koyarlar ve böylelikle de veriler zenginleşir. Fakat OGG'ye dahil olan tüm katılımcılar, diğer katılımcılar tarafından verilen düşünceleri duyabildiklerinden dolayı, katılımcıların grup içinde gerçekten kendi düşüncelerini verip vermediği ve eğer görüşme bireysel olarak yapılırsa farklı bir görüş bildirilip bildirilmeyeceğinden emin olunamayabilir. Bu sebeple de bir grup içinde aynı cevabı veren insanları saymak geçersiz kabul edilebilir; odaklı grup çalışmalarının sonuçları bu şekilde belirlenemez. Diğer bir taraftan da bir araştırmacının, belirli bir düşüncenin belirtildiği OGG'lerin sayısını sayması geçerli olarak kabul edilir.

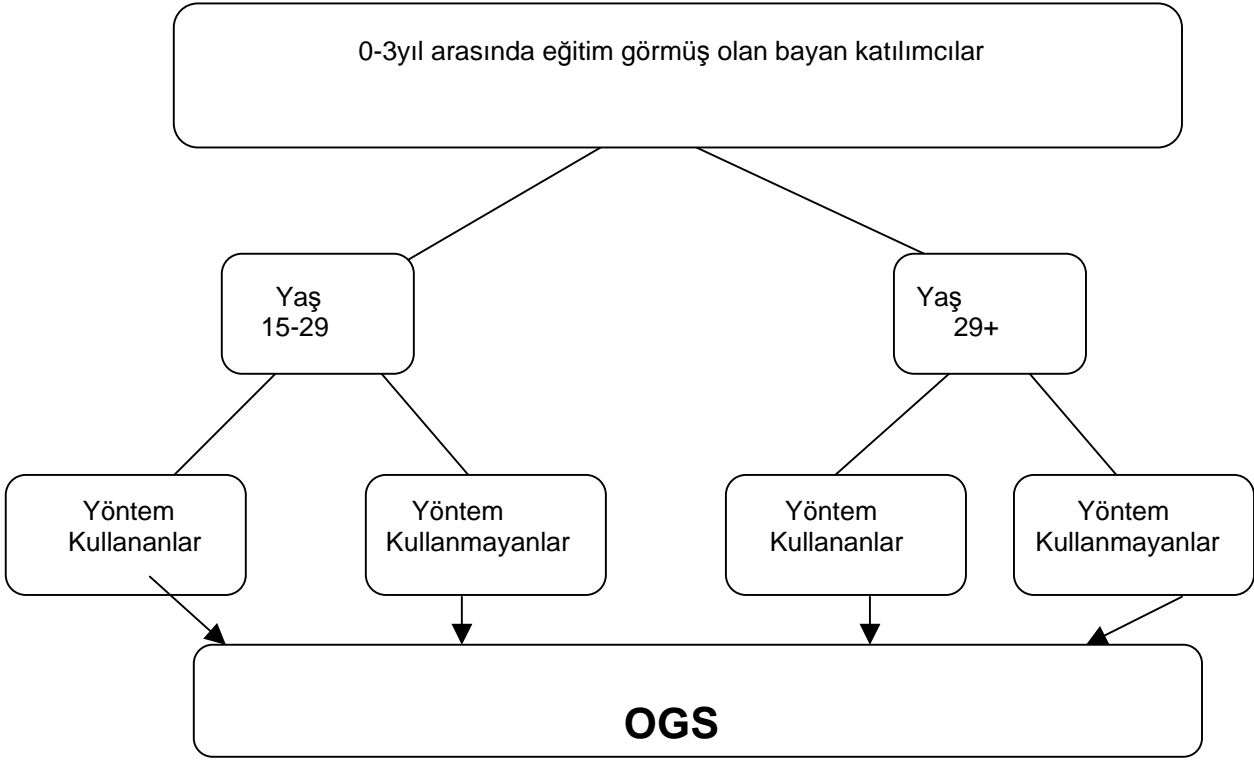
PATH, OGG'lerin genellikle materyal hazırlayanlar için isteğe bağlı olan bir kitle araştırma yöntemidir. Bir kitapçık, poster, veya video tasarımı yaparken, örneğin kitlenin yüzde 30'nun konuyla ilgili olarak bir şeye inandığı, yüzde 25'inin diğer bir şeye ve yüzde 45'nin konuyla ilgili hiçbir şeye inanmadığını bilmek genellikle önemli değildir. Yüzde oranları ne olursa olsun proje ekibi büyük olasılıkla doğru bilgiyi vermeyi ve yanlış anlamalar ve sorulara cevap vermeyi tercih edecektir. Yanlış anlamaların ve soruların ne olduğunu bilmek en önemli konudur; OGG'ler bu verileri çok etkili şekilde ortaya çıkarır.

OGG'ler kolay bir şekilde proje ekibinin araştırma ihtiyaçlarına uygun olabilmesi için değiştirilebilir. Örneğin OGG verileri aşağıda belirtilen amaçlar için kullanılabilir:

- İletişim araçlarının bilgi ve motivasyon materyaller için uygun mesajlar hazırlama.
- Bir ürün veya uygulamayla ilgili olan söylenti ve inançları belirleme.
- Mevcut materyaller veya materyal taslaklarını değerlendirme.
- İnceleme anketleri hazırlama.

Benzer özelliklere sahip olan gruplarla birçok OGG'ler gerçekleştirme bulguları doğrulamaya katkıda bulunacak ve ortaya çıkarılan materyallerde ortak olan tüm bilgi ihtiyaçlarının mevcut olması gerekmektedir. Bir konu hakkında yeterli derecede ilgili bilgi toplayabilmek için, her bir katılımcı özelliği için iki OGG gereklidir. Örnek katılımcı özellikleri cinsiyet, yaş ve sağlık ve aile planlaması yönteminin kullanılması (veya kullanılmaması) gibi unsurları içerir. (Şekil 8'de sadece örnek olarak gösterilmiş olup ayrıntılı değildir.)

ÖRNEK OGG KATILIMCI ÖZELLİKLERİ



Şekil 8: OGG'leri katılımcı özelliklerine göre hazırlama örneği

Aşağıda OGG sonuçlarının güvenilirliğini arttırmaya yönelik ana hatlar belirtilmiştir:

1. OGG Katılımcıları

OGG katılımcıları materyallerin hedef alınarak hazırlandığı kitleyi temsil etmelidir. En iyi sonuçları almak için her odaklı grup, yaş, cinsiyet, sosyo- ekonomik statü gibi benzer özellikleri paylaşan insanlardan oluşmalıdır. İnsanlar kendileri ile aynı veya benzer özellikleri bulunan kişiler arasında kendilerini daha rahat hissederler.

Tepkilerin daha spontane ve açık olmasını sağlamak için katılımcıların birbirini tanımaması veya OGG'den önce görüşmenin konusu hakkında bilgilendirilmemeleri gerekir. Gruplara katılımcı alma yöntemi duruma göre değişecektir: klinikler veya pazarlar gönüllüleri bulmak için iyi seçim olabilir. Evden eve gezilerek yapılan seçim daha iyi olabilir fakat daha fazla zaman alan bir yöntemdir.

2. OGG Bölgesi

OGG'ler katılımcı, fasilitatör ve not alan kişinin rahatça sığabileceği sessiz bir yerde gerçekleştirilmelidir. Ortam grup üyelerinin rahatlığını sağlamalıdır. Katılımcılar, fasilitatör ve not alan kişinin herkesi görüp duyabilmesini ve herkese aynı olanağı verebilmelerini sağlamak için bir daire şeklinde oturmalıdırlar.

3. OGG Fasilitatörü

Grup üyeleri ile uyum içinde olabilmek için, OGG fasilitatörü katılımcılarla aynı cinsiyet ve yaşta olmalı ve onlarla aynı dili konuşmalı ve de görüşülecek olan konuya tam hakim olmalıdır. Fasilitatör konuları anlatır ve gruptaki herkesi katılım için teşvik eder. Fasilitatör katılımcıların konudan uzaklaşmasını engellemek için görüşmeye rehberlik etmeden sorumludur. İyi bir anlatımcı uyumlu, esnek ve iyi bir mizah anlayışına sahip olmalıdır.

4. OGG'de not alan kişi

OGG'ler genellikle kasede alınsa da, not alan kişi fasilitatöre yardımcı olur ve hem bireysel düşünceleri hem de OGG boyunca ifade edilen grup konuşmalarını objektif ve dikkatli bir şekilde kaydeder. Not alan kişi aynı zamanda grubun yaklaşımı veya hassasiyetini belirten ve sözlü olmayan tepkileri de kaydeder. (Sayfa 21, Şekil 10'abakınız)

5. OGG Rehberleri

İlgi alanlarına ilişkin olan tüm konuların kapsama alınması için, proje ekibi OGG'nin yapılmasından önce ana hatları belirlemelidir. Tartışmanın ana hatları gruba ve edindikleri deneyimlere göre değişecek olsa da, OGG rehberleri genellikle şöyledir: (1) fasilitatörün, katılımcıların ve OGG formatının takdimi; (2) görüşmeyi başlatmak için genel konular; (3) katılımcıların yaklaşımları ve algılarının ortaya çıkarılması için kullanılan özel konular; ve (4) daha derin bilgilerin ortaya çıkarılması veya daha önce belirtilmiş düşünceler ile tepkileri belirlemek için sorular yönelmek

OGG FASILİTATÖRÜNE İLİŞKİN HUSUSLAR

1. Görüşmeyi bir ifade ile açın (örneğin, "Hepimiz küçük çocuklara önem veren anneleriz") ve katılımcıların görüş bildirmesini bekleyin. Bir soru ile başlamak katılımcıların toplantının soru-cevap yöntemiyle devam edeceğini düşünmelerine sebep olabilir ve gözlerini korkutabilir.
2. "Sofistike bir saflık" tutumunu uygulayın (örneğin, Ah, bu konuda bilgim yok, biraz daha anlatabilir misiniz? gibi)
3. Cümlelerinizi yarım bırakın ve tepkileri bekleyin (örneğin, "Belki sigara içmek...")
4. Sessizliği kendi lehinizde kullanın. Göz korkutucu olmasına izin vermeyin; konuşma sırasında ara vermek katılımcıları konuşmaya zorlayabilir.
5. Kısa ve kesin bir cevap almak için "kapalı uçlu" sorular kullanınız, (örneğin, Kaç çocuğunuz var? gibi)
6. Daha uzun ve üzerinde daha çok düşünülmüş cevaplar almak için "açık uçlu" sorular kullanın (örneğin, "Ağızdan alınan doğum kontrol ilaçları hakkında neler biliyorsunuz? gibi)
7. Daha fazla bilgi almak için bir cevaba karşılık olarak sorgulayan türde sorular sorun, (örneğin, "Bir annenin çocuğunu her emzirisinde niçin iki göğsünü de kullanmalıdır?)
8. Cevap verecek olan katılımcıların belirli bir yönde cevap vermelerine sebep olabilecek yönlendirici soruları sizin sorgulama stratejinizin bir parçası olmadığı sürece sormayın (Örneğin, "IUD'lerin kadın sağlığına zararlı olduğunu duymuş muydunuz?)

Şekil 9: OGG fasilitatörüne ilişkin konular

OGG'de NOT ALAN KİŞİYE İLİŞKİN HUSUSLAR

1. Fasilitatör ve not alan kişi bir ekip halinde çalışmalı ve OGG öncesi, OGG sırasında ve sonrasında iletişim halinde olmalıdır. OGG'den önce OGG'nin ana hatlarını birlikte dikkatli bir şekilde değerlendirmelidirler. Oturum sırasında hangi görüşlere önem verilmesi ve dikkat edilmesini gösterebilecek sözlü olmayan ipuçları üzerinde anlaşmaya varmalıdırlar. OGG'den sonra notlan açıklığa kavuşturmak ve izlenimlerini karşılaştırmak için işbirliği yapmalıdırlar.
2. Not almak yerine bir ses kayıt cihazını tercih etmeyin. Her ne kadar oturumların cihazla kaydedilmesi gerekse de, bu kayıt sırasında genellikle sorunlarla karşılaşılır (örneğin, aşırı ses, bitmiş piller veya cihazı açmayı unutmak gibi); bu sebeple de her zaman not alınmalıdır.
3. Not alan kişi sadece konuyla ilgili olan bilgileri kaydetmelidir. Aynı zamanda söylenenleri özetleyebilmeli ve mümkün olduğu sürece faydalı ve ilginç olan sözleri kaydetmelidir. Not alan kişi yorumların tekrarlandığını göstermek için kelimelerin atlarında noktalama işaretleri ile birlikte kısaltmalar kullanabilir.
4. Not alan kişi sözlü şekilde belirtilmemiş olan grup yorumlarını da değerlendirmeli (örneğin, yüz ifadeleri, ses tonu, gülme, duruş) ve böylelikle de bunlar OGG kayıtlarındaki tutumlar olarak yerini

Şekil 10: OGG'de not alan kişiye ilişkin hususlar

6. OGG Oturumu

Fasilitatör ve not alan kişi kendilerini tanıttıktan sonra, fasilitatör katılımcılardan da kendilerini tanıtmalarını ister. Fasilitatör daha sonra toplantının amacını anlatır. Gruba dahil olan katılımcılar ilk önce izin alındığında kendilerini not alma ve kayıt konusunda daha rahat hissederler. Bunun sadece proje ekibinin neler söylendiğini hatırlamalarını ve bilgilerin gizli tutulacağını ve bu bilgilerin sadece proje ekibi tarafından özel olarak kullanılacağı konusunda teminat verilmelidir.

Fasilitatör OGG'ye genel konularla başlamalı ve daha sonra özel konulara inmelidir. OGG ana hatlarının katı bir şekilde izlenmesi gerekli değildir; bu sadece tüm konuların görüşüldüğünden emin olunmasını sağlamak için bir kontrol listesi olarak kullanılır. Fasilitatör konuların sırasını grubun ilgi alanlarına bağlı olarak değiştirebilir. Oturumun sonuna doğru fasilitatör, grubun önemli konularda neler düşündüğünü belirlemek için grubun değişik düşüncelerini ifade etmelerine yardımcı olmalıdır.

Bazen katılımcılar fasilitatöre OGG sırasında sorular sorarlar ve yanlış bilgiler verirler. Fasilitatör doğal olarak sorulara cevap vererek veya hataları düzelterek yardımcı olmaya çalışır. Fakat bu OGG sırasında yapılmaması gereken bir şeydir. Bunun yerine fasilitatör bu sorulara geri sormalıdır: "Maria'nın sorusu hakkında sen ne düşünüyorsun Carmen?" gibi. Bir fasilitatör OGG sırasında sorulara cevap vermeye başlarsa, bu durum katılımcıların kendi fikirlerini belirtmekten vazgeçmeye başlamalarına sebep olur ve OGG oturumu bir araştırma faaliyetinden bir eğitim faaliyetine döner. Katılımcıların sürekli olarak soru sorma konusunda ısrar etmeleri halinde, fasilitatör gruba sorular için toplantı sonunda zaman ayracağını belirtir/Genel bir kural da fasilitatörün zamanın yüzde 90'ını katılımcıların dinlemeye ayırması ve yüzde 10'unu ise kendi konuşmasına ayırmasıdır.

OGG öncesi ve sonrası katılımcılara ayırdıkları zaman ve yardımlarından dolayı teşekkür etmek için ikramlar verilmelidir.

7. OGG Verileri Analizi

OGG verileri analizi katılımcılar tarafından OGG süresince geçen her konuda belirtilen düşüncelerin değerlendirilmesidir ve bu veriler hedef kitlenin önceden neler bildiğini, sahip oldukları yanlış bilgileri, ne bilmek istedikleri ve ne bilmeleri gerektiğini belirlemek için kullanılmaktadır. OGG bulguları OGG ana hatlarına göre düzenlenebilir. Tüm OGG'ler gerçekleştirildikten sonra tepkiler farklı grupların özelliklerine göre karşılaştırılabilir. OGG verilerinin grup içinde benzer cevaplar veren katılımcıların sayısını sayarak miktarını ölçmeye çalışmak doğru değildir. Bu gibi istatistikleri çıkarmak gerekli olursa, KAP araştırmaları veya ayrıntılı görüşmeler OGG'ler yerine kullanılabilir.

V. MESAJ GELİŞTİRME¹⁷

Mesaj geliştirme süreci birkaç aşamayı içermektedir. İlk olarak OGG verileri proje ekibi tarafından değerlendirmeye alınmalı ve hedef kitlenin bilgi ihtiyaçları belirlenmelidir (örneğin, OGG katılımcılarının neyin doğru olduğuna inandıkları ve neyi bilmek istedikleri). Sonraki aşamada mesajlar, hedef kitlenin bilgi ihtiyaçlarına cevap verebilmek için, OGG verilerine dayanarak tasarlanmalıdır. Bu noktada mesajı iletmek için metin tasarlanabilir ve illüstrasyonlar yaratılabilir. Metin kısa ve öz olmalı ve her bir illüstrasyonu belirtmelidir ve de illüstrasyonlar yazılı mesajları vermelidir.

A. OGG Verileri ve Tasarlanan Mesajların Analizi

Mesajlar OGG'lerde görüşülen konularla ilgili olan konulara cevap verilmesi amacıyla geliştirilmelidir. Proje ekibi OGG verilerini Mesaj Geliştirme Sayfasının ilk sütununda vermelidir (Şekil 11'e bakınız). Bir sonraki sütunda, proje ekibi OGG katılımcılarının bilgi ihtiyaçlarına cevap veren mesajları liste halinde vermelidir. Proje ekibi bu mesajların program politikaları ve faaliyetleri ile ilgili olmasını sağlamaya çalıştığından, teknik danışmanlardan alınan öneriler mesajların doğruluğunun sağlanmasına katkıda bulunur.

İyi bir mesaj kısa, doğru ve ilgilidir. Mesajda kullanılan ton mizah içerebilir, açıklayıcı, otoriter, akılcı veya duygulara hitap edebilir. Anlık bir cazibesi olabilir veya tekrarlayan bir pekiştirme olabilir. Okuyuculara ilham verebilir veya çok az ilgilerini çeker.

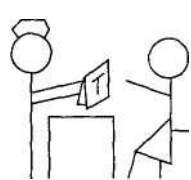

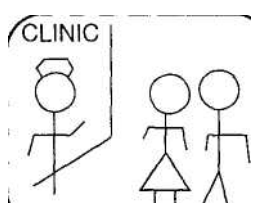
MESAJ GELİŞTİRME SAYFASI			
OGG VERİLERİ	MESAJ	RESİM	METİN
A) Aileler çocukları ishal olduğunda ne yapmaları gerektiğini bilmek isterler	A) Çocuk ishal olduğunda ORS'yi hazırlayın	A) ishali küçük bir çocuk. Anne 1 litrelik bir sürahiye bir paket ORS boşaltır	A) Çocuğunuz ishal olduğunda ona bir ORS solüsyonu hazırlayın
B) Aileler çocuklarının ishalken yemek yeme mesesi gerektiğine inanır	B) Çocuk içmeye devam etmeli (veya emzirilmeli) ve yumuşak yiyecekler yemeli	B) 1. Çocuğunu emziren anne 2. Bebek maması veren baba; masa üstünde yumurta ve muzun olduğu bir kase	B) ORS verilen zamanların arasında çocuğunuzu emzirin. Eğer kusmuyorsa mama, yumuşak muz, yumurta yiyebilir.
C) Kadınlar ORS'nin sürahi bitene kadar saklanabileceğine inanır.	C) Çocuğa 24 saat içinde verilmemiş herhangi bir ORS atılmalıdır.	C) ORS solüsyonunu çöpe döken anne. Babasının kucağında bir çocuk. Masa üstünde bir lamba	C) ORS sadece bir gün ve gece boyunca bozulmadan kalabilir. Bu süre geçtikten sonra kullanılmamış ORS solüsyonunu atınız ve yeni bir ORS hazırlayın.

Şekil 11: Örnek mesaj geliştirme sayfası, PATH

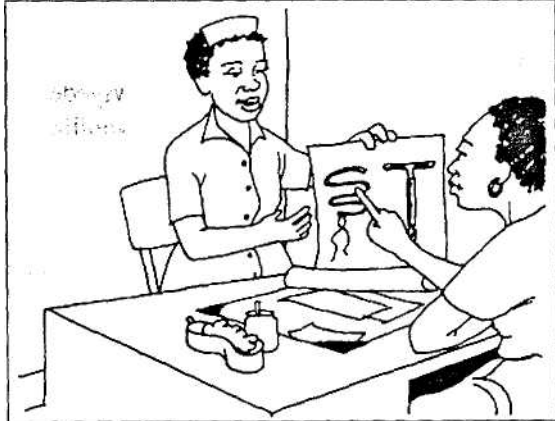
B. Anlatım Zeminini İllüstrasyonlarla Hazırlama

Proje ekibi, OGG verilerini analiz edip mesajların içeriğini belirledikten sonra metni destekleyecek illüstrasyon yaratmaya hazır hale gelir. Her mesajı en iyi şekilde ifade eden kelimelerle yapılan kısa bir tanım Mesaj Geliştirme Sayfasının üçüncü sütununda verilmelidir.

Çizere neyin çizilmesi gerektiği konusunda bir bilgi vermek amacıyla, sırasıyla kaba taslaklar verilmelidir. Bir anlatım zemini mesajın her yönünün canlandırılmasına ve mesaj sırasının çerçeve çerçeve sunulmasına katkıda bulunabilir. Proje ekibi daha sonra mesajı en iyi şekilde veren şekilleri belirlemek için diğer çizelerle çalışabilir. Şekil 12'deki anlatım zemini verilmesi gereken mesajı çizere göstermekte ve çizerin çalışması da sayfa 25'teki şekil 13'te gösterilmiştir.

STORYBOARD		
Konu: <u>RIA</u>	Tarih: <u>8 Ağustos 1988 8</u>	
Hedef kitle: <u>Potansiyel hastalar</u>	Boyut: <u>10</u>	
Materyal tipi: <u>Kitapçık</u>	<u>12" x 5 1/8"</u>	
Çizerler: -----	Sayfa sayısı: <u>UMATI</u>	
		
1. Meryem RIA'yi seçer	2. Meryem regl olmuştur.	3. Meryem eşile birlikte RIA için kliniğe gider

Şekil 12: Örnek anlatım zemini

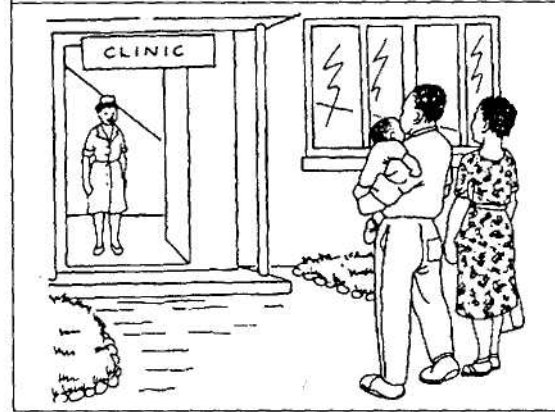


Şekil 13: Bir anlatma zemininden alınan çizimler (UMATI, Tanzanya'nın izniyle)

A. Meryem RİA'yi seçer



B. Meryem regl olur



C. Meryem eşiyle birlikte kliniğe RİA için gider

Proje ekibi mesajın hangisiyle daha iyi verilebileceği konusunda emin değilse, illüstrasyonun veya fotoğrafın birden fazla versiyonunu hazırlayabilir. Bu fikirlerin ön test sırasında doğruluk ve etkililik açısından karşılaştırılmasını sağlar ve ideal olarak her birinin en iyi elemanlarını kombine eden yeni bir illüstrasyon ile sonuçlanır.

Hangi tür grafiklerin kullanılacağı konusunda da kararlar verilmelidir: çizgi çizimler, gölgeli çizimler, fotoğraflar veya diğer stiller. Genellikle hedef kitlenin önerilerini almak iyidir. Bu bireysel ön testlerde veya OGG'lerde anlaşılabilir. Aynı sembolleri kullanan benzer mesajlar hedef kitleye en uygun olan stilin belirlenmesi için çeşitli grafik stillerinde test edilebilir.

C. Taslak metin

Proje ekibi mesajları veren metinleri tasarlayan ve daha sonra da bunu Mesaj Geliştirme Sayfası'nın dördüncü sütununa yazmalıdır. Metin hedef kitlenin dilinde yazılmalıdır ve bu kitleye uygun olan kelimeler kullanılmalıdır. Metin kısa ve öz olmalı, söz konusu illüstrasyondaki bilgileri desteklemelidir.

Bazen OGG verileri resimle anlatılması zor olan mesajları ortaya çıkarır. Bu durumda metin illüstrasyon üzerinde genişleyebilir. Örneğin, bu mesajda, "Hap diyafram, prezervatif, köpük ve jelden daha etkilidir fakat yine de sterilizasyon kadar etkili değildir." Her yöntem doğrudan bir tutumla gösterilebilir fakat diğerinden daha etkili olan bir yöntemin kavramını şekille belirtmek çok zordur.

VI. MATERYAL ÜRETİMİ ANA HATLARI

Eğer mümkünse ülkenin her coğrafi bölgesine uygun olan materyaller tasarlayınız. Ulusal seviyede dağıtım amaçlı olarak üretilen materyaller ülkenin her bölgesi için eşit derecede uygun olmayabilir.

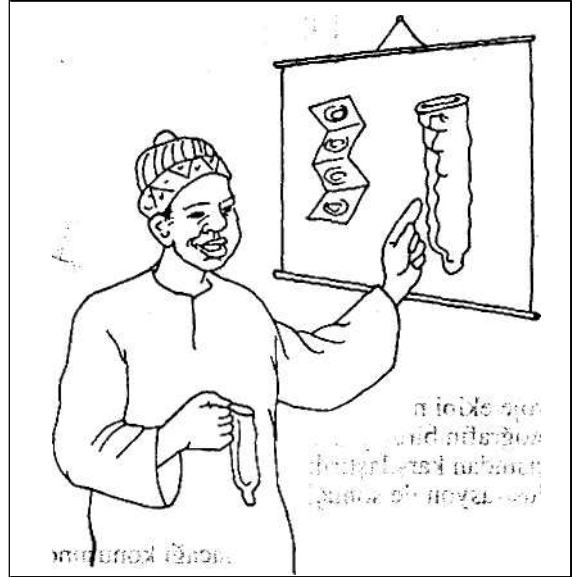
A. İzlenmesi gereken yollar ^{4,5,10,u,i7}

Eğitim seviyesi düşük olan gruplara yönelik basılı materyaller geliştirme konusunda aşağıda belirtilen yöntemler faydalı olabilir.

1. Tasarım/Taslak

- **Her illüstrasyonda bir mesaj verin.** Her illüstrasyon tek ve açık bir mesaj vermelidir (Şekil 14'e bakınız)
- **Her materyaldeki kavram/sayfa sayısını sınırlayınız.** Çok fazla mesaj olması halinde, okuyucular rahatsız olabilir veya sıkılabilir ya da bilgileri hatırlamakta güçlük çekebilirler. Hedef kitlenizin üyeleri ile kendilerine en uygun olanın hangisi olduğunu belirlemek için değişik formatların testini yapınız.
- **Materyalleri mümkün olduğu kadar etkileşim içerecek şekilde hazırlayın.** Okuyucuların materyal içindeki bilgileri kullanmalarını sağlayan soru-cevap bölümlerini ekleyiniz. Materyal okuyucuya saklanması için veriliyorsa, okuyucunun ismi için yer ayınyız ve materyal üzerine yazı yazabilecek bu okuyucular için değerlendirme veya soru-cevap bölümleri ekleyiniz. ;
- **Beyaz bir boşluk bırakınız.** Bu materyali daha kolay okunur, takip edilir ve anlaşılır hale getirir.

Şekil 14: **Her illüstrasyonda bir mesaj verin.** Bir sağlık çalışanı hastalara prezervatifleri göstermektedir. (Gambiya Aile Planlaması Birliğinin izniyle)



Mesajları hedef kitleye en mantıklı gelen sırada düzenli bir şekilde veriniz. Sağdan sola, yukandan aşağıya okumayı öğrenmiş olan kişiler veya okumayı bilmeyenlerin sayfaları farklı olacaktır.



Şekil 15: Mesajları hedef kitleye en mantıklı gelen sırada düzenli bir şekilde veriniz. Hamilelik döneminde her gün çok su içmenin önemine ilişkin olan bu diziyi gören kadınlar mesajı şekiller sağdan sola değil yukandan aşağıya sıralandığında daha iyi anlamıştır. (PIACT, Bangladeş'in izniyle).

26 Path

- **Metini desteklemek için illüstrasyonlar kullanınız.** Metin boyunca illüstrasyonlar yerleştirmek :■ materyal daha ilgi çekici kılabilir ve okuyucunun sunulan bilgileri tamamiyle almalarına yardımcı olabilir.

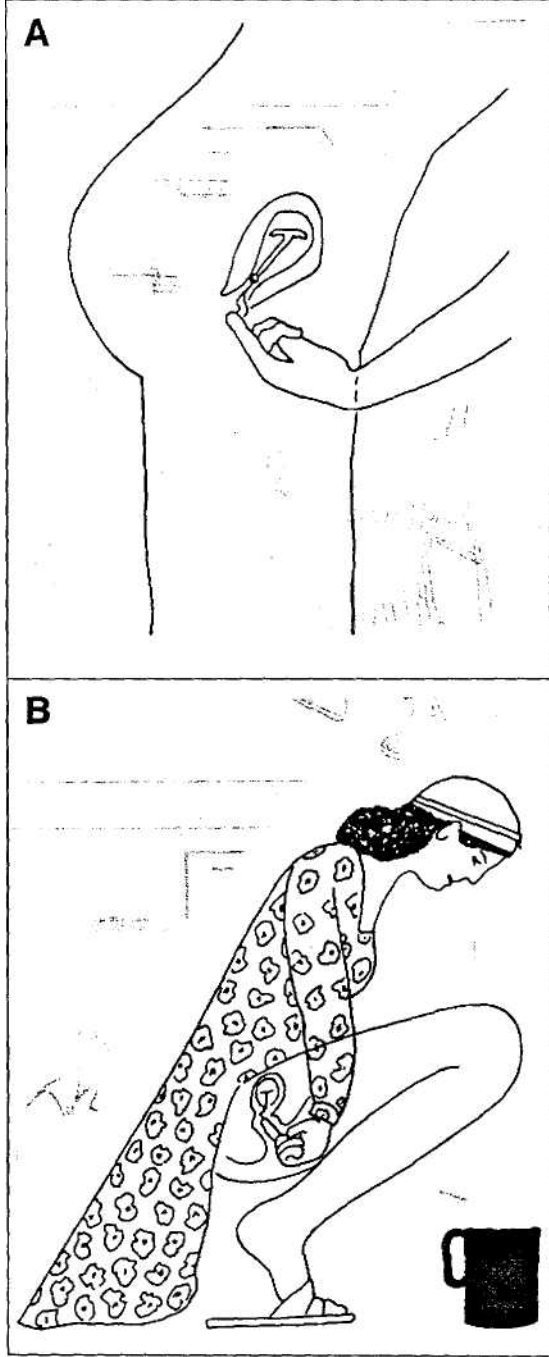
2. Illüstrasyonlar (Resimler)

- **Uygun renkler kullanınız.** Daha önce hedef kitle ile test edilmiş olan uygun renkleri kullanınız. Renklerin değişik kültürlerde değişik anlamları vardır. Örneğin, Hindistan gibi bazı Asya ülkelerinde kırmızı mutluluğu simgeleyen bir renk iken, bazı Afrika ülkelerinde ölümü simgeleyen bir renktir.
- **Bilinen görüntüleri kullanınız.** İnsanlar kendilerinin bildiği veya aşına olduğu resimleri anlayabilir ve onlardan etkilenebilirler. Illüstrasyondaki ifadeler, faaliyetler, giysiler, binalar ve diğer nesnelere hedef kitlenin kültürel özelliklerini yansıtmalıdır. (Şekil 16'ya bakınız).

Şekil 16: Bilinen görüntüleri kullanınız. Bu şekiller hamile olan bir kadının bol bir sari giymesi gerektiğini göstermekte (Sariyi sıkıca bağlamanın OGG'de kültürel bir uygulama olmasının yanında sadece hamile olmayan kadınlar için uygun olduğu belirtilmiştir.) (PIACT, Bangladeş'in izniyle). (Sari: yerel kıyafet)



Gerçeğe uygun illüstrasyonlar kullanınız. Günlük hayatta olduğu gibi gösterilen insanlar ve nesnelerin insanların genellikle görmediği türden nesnelere gösteren anatomik şekillere, büyütülmüş şekillere, nesnelerin parçalarına, şemalara, haritalara veya diğer şekillere oranla anlaşılması daha kolaydır. (Şekil 17'ye bakınız).



Şekil 17: Gerçeğe uygun illüstrasyonlar kullanınız. A illüstrasyonu RİA'sının ipini kontrol eden bir kadının kesitini göstermektedir. Şeklin geriye doğru olan açısı ve bütünlüğü hedef kitleye biraz karmaşık görünebilir. B illüstrasyonu bu mesajı kadının tüm vücudunu ve bu işlemi gerçekleştirmenin doğru pozisyonunun gösterdiği için daha iyi vermektedir. Kadın yerel kültürüne uygun bir kıyafettedir. Gösterilen kap temizlik için kullanılan tipik bir kaptır. (Mısır Sağlık Bakanlığı'nun izniyle, illüstrasyon taslağı.).

- **Basit illüstrasyonlar kullanınız.** Okuyucuyu asıl mesajlardan uzaklaştırmaya sebep olacağından aşırı detay vermekten kaçınınız. Örneğin, düz bir zemin üzerine çizilmiş olan bir aile planlaması kliniği, kalabalık bir cadde üzerine çizilmiş olandan daha kolay görülebilir. (Şekil 18'e bakınız).
- **Nesneleri mümkün olduğu sürece ölçülü ve içeriğe bağlı olarak gösteriniz.** Büyük resimler ve metinlerin görülmesi ve okunması kolay olsa da detayların aşırı derecede büyütülmesi okuyucunun mesajı anlamasını zorlaştırabilir. (Şekil 19'a bakınız).

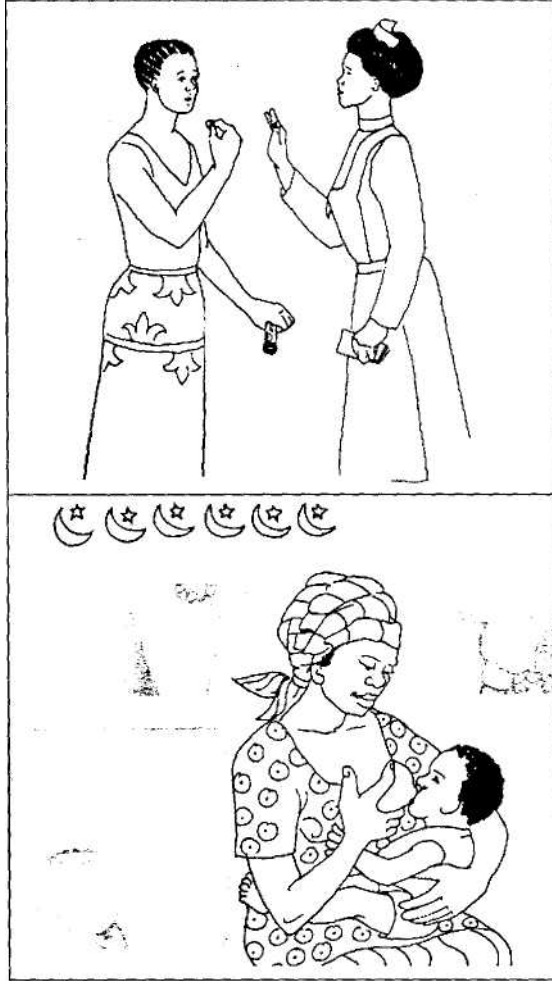
Şekil 18: **Basit illüstrasyonlar kullanınız.** Sierra Leone'li bir kadın bebeği ile birlikte bir sağlık kliniğine doğru yürümektedir. (Sierra Leone Sağlık Bakanlığı'nın ve Ev Ekonomisi Birliğinin izniyle).



Şekil 19: **Nesneleri mümkün olduğunca ölçülü ve içeriğe bağlı olarak gösteriniz.** NORPLANT doğum kontrol aracının boyutu bir elin büyüklüğü ile karşılaştırılarak gösterilmiş ve diğer taraftan da bir hemşire bu aletlerin takılacağı kol bölgesini göstermektedir. (Toplum Konseyi ve PATH'in izniyle).



Uygun semboller kullanınız. Tüm semboller daha önceden hedef kitle üzerinde dikkatli bir şekilde teste tabi tutulmalı (Bölüm VH'e bakınız). Konuşmaları ve düşünceleri ifade eden çarpılar, oklar, kontrol işaretleri, çizgiler ve baloncuklar, bunların anlamını bilmeyen kişiler tarafından genellikle anlaşılmaz. Buna benzer olarak zamanı belirtmek için kullanılan semboller kültürlere göre değişiklik göstermekte ve bazı ülkelerde takvim sayfaları, aylar, ve yıldızlar ayları belirtmek için kullanılabilir. (Şekil 20'ye bakınız).



Şekil 20: Uygun semboller kullanınız.

A illüstrasyonu bir hastaya köpüren doğum kontrol tabletlerini çiğnememesi gerektiğini anlatan bir hemşireyi göstermektedir (çünkü bunlar vajina içine yerleştirilmelidir). "Hayır", "01maz"ı anlatan ifadeler benzer ifadelerin kullanılması anlaşılabilir fakat daha önceki versiyonda daha soyut olan "X" sembolü kullanılmış ve kadının tableti çiğnememesi gerektiği anlaşılmamış veya dikkati çekmemiştir. B illüstrasyonu bir kadının çocuğunu altı ay boyunca emzirmesi gerektiğini göstermektedir. (A illüstrasyonu Kenya Aile Planlaması Derneğinin izniyle; B illüstrasyonu Sierra Leone Sağlık Bakanlığı ve Ev Ekonomisi Derneği izniyle)

Uygun şekil stilleri kullanınız. Hedef kitle üzerinde değişik illüstrasyon stillerini test ediniz.

Arka

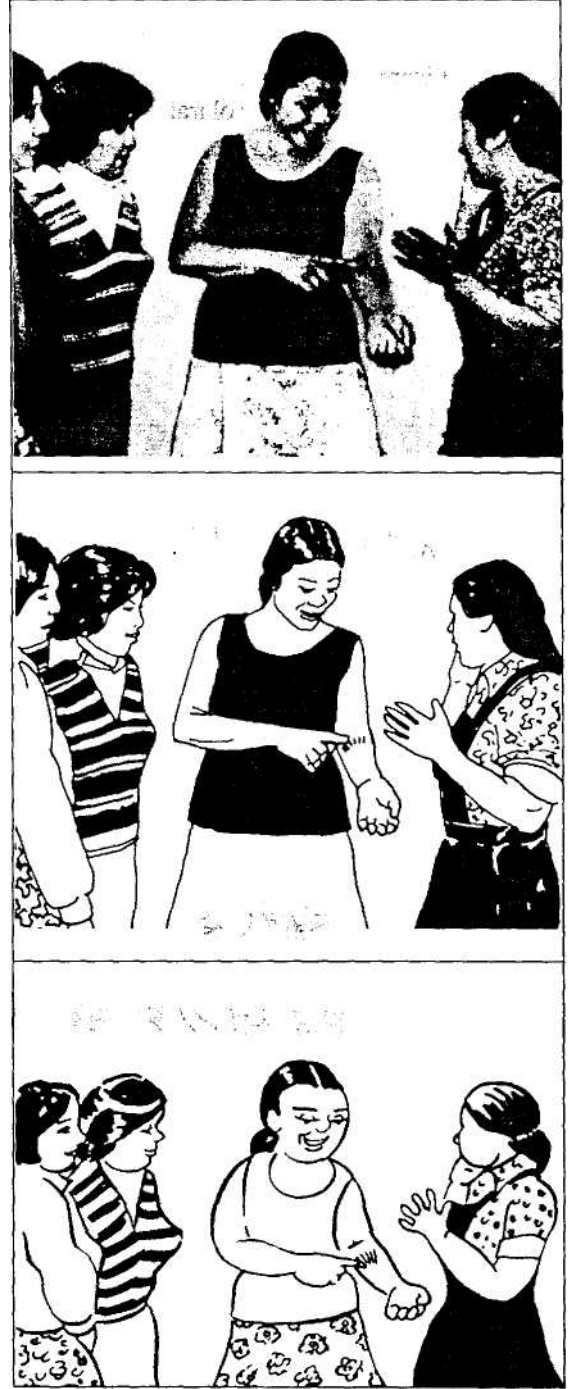
planda detaylan olmayan fotoğraflar hedef kitle tarafından çizimlere göre daha kolay anlaşılır.

Çizimler

daha uygunken, gölgeli çizgileri olan çizimler yerine bazit çizgileri olan çizimler bazı kişiler tarafından daha kolay anlaşılacaktır.

30 Path

Şekil 21: Uygun şekil stilleri kullanınız. Burada aynı mesaj değişik şekil stillerinde verilmiştir: A, fotoğraf, B basit çizgileri olan şekil, ve C karikatür türündedir. (Ekvator APROFE'nin izniyle).



Olumlu bir yaklaşım kullanınız. Olumsuz mesajlar motive etmek yerine uzaklaştırıcı bir nitelik taşıyabilir. (Şekil 22'ye bakınız).



Şekil 22: Olumlu bir yaklaşım kullanınız. Bu illüstrasyonda hamile kadınların hamile olmayan kadınlara göre daha az ağır yük taşımalarını gösteren olumlu bir mesaj kullanılmıştır. Ağır yük taşıyan bir hamile kadını göstermek ve resim içine bir X yerleştirmek genellikle yapılan bir şeydir fakat eğitim seviyeleri düşük olan kişilerin yanlış anlamasına sebep olabilecek olumsuz bir tekniktir. X sembolünü anlayamazlar. (Kenya, Maendeleo ya Wanawake 'nin izniyle)

4. Metin

- **Basit bir dil kullanınız.** Mümkün olduğu kadar kısa kelimeler kullanıp cümleleri kısa tutunuz. Edilgen bir ifade yerine etken bir ifade kullanınız. Eğer önemli büyüklükte bir metin varsa taslak materyaller Smog ve Fry gibi standart okunabilirlik testleriyle test edilebilir. Fakat PATH hedef kitle ile yapılan uygun bir ön testin genellikle materyalin okunabilirlik seviyesinin kitle için uygun olup olmadığını belirleyebileceğini ortaya çıkarmıştır. (Bölüm VII, Ön test ve Değerlendirmeye bakınız).
- **Sürekli değerlendirme yapınız.** Önemli bilgileri tekrar vurgulayın ve mümkün olduğunca değerlendirme bölümlerini dahil ediniz. Bu, okuyucunun sunulan mesajların anlamasını ve hatırlamasını sağlayacaktır.
- **Okunması kolay olan bir tip stili ve boyut seçiniz.** Özellikle eğitim seviyesi düşük olan kişiler için açık ve kolay okunabilecek bir tip stili seçiniz. Hedef kitlenin okuyabileceği büyüklükte bir tip boyutu seçiniz.
- **Büyük, küçük tipte ve düzenli stilde harfler kullanınız.** Tümü büyük harflerle veya italikle basılmış bir metnin okunması daha zordur. Vurgu yapmak için alt çizgiyi kullanınız.

VII. ÖN TEST VE GÖZDEN GEÇİRME ^{7,8,17,18}

Mesajların taslakları ve bir dizi görsel öge hazırlandıktan sonra, mesajların ve görsel öğelerin test edilmesi için hedef kitlenin temsilcileriyle görüşmeler gerçekleştirilir; buna "ön test" veya "saha testi" denir. Ön test sırasında, görüşmeyi yapan kişi hedef kitlenin üyelerine materyalleri gösterir ve mesajın iyi anlaşılıp anlaşılmadığı ve kabul edilebilir olup olmadığını anlamak için açık uçlu sorular sorarlar.

Ön test materyallerin nihai hallerine gelmeden önce yapılmalıdır çünkü materyaller kitlenin tepkileri ve önerilerinin dikkate alınmasından sonra nihai şeklini almalıdır. Materyallerin çoğuna ön test yapılmalı ve birkaç kez değerlendirmeye alınmalıdır. Her yeni veya değişiklik yapılmış versiyon materyalin hedef kitle tarafından iyi anlaşılır veya kabul edilebilir hale geldiği ana kadar test edilir.

Ön test çok önemlidir çünkü illüstrasyonlar ve metin çok kolay bir şekilde, özellikle de basılı materyallere çok aşina olmayan hedef kitleler tarafından, yanlış anlaşılabilir. Ön test proje ekibinin taslak materyallerin hedef kitle tarafından anlaşılabilir olup olmadığını anlamalarını sağlar.

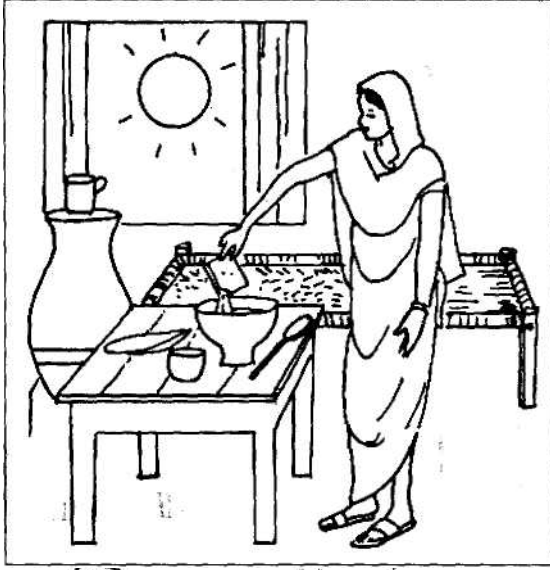
Örneğin, şekil 23'teki (sayfa 36-37) ilk illüstrasyon gösterildiğinde Sudan'da teste tabi olan birçok kişi şunu sormuştur, "Anne karışımı neden ofiste hazırlıyor?" Kadınlar büyük masanın, Sudan'da evlerde kullanılan küçük masalara benzememesinden dolayı, bir yazı masası olduğunu düşünmüşlerdir. Illüstrasyon, ORS'nin (oral rehidrasyon tuzları) evde kullanılmasını yaygınlaştırma amacıyla olduğundan bu özel versiyon projenin hedeflerine ulaşması için yeniden düzenlenmelidir. Üzerlerinde sağlam düzeltmeler yapılan üç taslak, son ve tatminkar bir illüstrasyon versiyonu geliştirilmeden önce teste tabi tutulmuştur.

A. Bireysel Ön testler

Mümkün olduğu sürece, eğitim seviyeleri düşük olan gruplara yönelik olan materyal ön testleri, cevapların alınması sırasında diğer kişiler tarafından etkilenmemesi için bir seferde sadece bir hedef kitle üyesi ile görüşülmelidir. OGG katılımcılarıyla olduğu gibi, ön testlere katılacak olanlar hedef kitlenin temsilcileri olmalıdır. Aynı kişiler birden fazla ön teste katılmamalıdır ve daha önce odaklı grup görüşmelerine katılan kişiler olmamalıdır. Bunun amacı test edilen mesajlar konusunda kişilerin önceden bilgi sahibi olmamasını

Ön testin yapılacağı yer ve zaman hedef kitle dikkate alınarak seçilmelidir. Testi yapacak kişinin ofisi yerine genellikle materyallerin kişilerin çalıştığı, yaşadığı veya pazar yerleri, klinik bekleme odaları veya çay bahçeleri gibi yerlerde testi yapmak daha rahat olacaktır.

OGG'lerde olduğu gibi ön testler iki kişilik bir ekip gerektirir; görüşmeyi yapan ve not alan kişi. Genellikle bir ekip günde beş-on kişi ile bireysel test yapabilir ve bu ön testi yapılacak olan materyalin uzunluğuna bağlıdır.



A illüstrasyonu: Hedef kitle büyük bir masanın olması ve dışarıda kullanılan bir türde giysi giymiş olmasından dolayı annenin bir ofiste olduğunu düşünmüşlerdir. Güneş ve ORS paketi göze çarpmamış veya fark edilmemiştir. Resimde herhangi hasta bir çocuk olmadığından, annenin çocuğu için bir şey hazırlayıp hazırlamadığı belli değildir.



B illüstrasyonu: Bir baba, çocuk ve daha küçük bir masa eklenmiştir. Anne hala aynı türdeki giysisini giymektedir çünkü bu giysiyi giymeyen kadınlar erkekler tarafından ön test sırasında yanlış anlaşılmaktadır. Ayrıca yine ön test sırasında, resmi görenler çocuğun hasta olmadığını, sağlıklı olduğunu düşünmüşlerdir çünkü çocuk hareketlidir. Resmi görenler aynı zamanda ORS'nin hazırlanacağı sürenin resimde belirli olmadığını fark etmişlerdir.

şekil 23: Bir ORS mesajının taslakları. Bu iki sayfada gösterilen dört taslak "ebeveynler diarezi olan çocuk için oral rehidrasyon solüsyonu hazırlamalı ve bunu çocuğa beslemelidir" mesajını iletmek amacıyla tasarlanmıştır. Çizimin son versiyonu teste edildiğinde (bkz. İllüstrasyon D) ön teste tabi tutulanların çoğu resmin bileşenlerini tanımış ve mesajı sentezleyebilmişlerdir. Özenle seçilmiş zaman elemanları bir sonraki mesajın (kullanılmayan solüsyon 24 saat sonra atılması) daha kolay anlaşılmasını sağlamıştır. (Sudan Topluma Dayalı Aile Sağlığı Projesinin izniyle).

C illüstrasyonu: Birkaç düzeltme sonrasında (bir cami, saat ve lamba eklenmiştir; baba dua etmekte çocuk da hasta görünmektedir) resmi görenler saatin pek alışıldık olmadığını ve anlaşılmadığını söylemiştir. Cami de ilgi çekmemiştir



D illüstrasyonu: Gece olduğunu belirtmek için koyulmuş olan ve pencereden görünen cami yerine bir lamba ve bir duvar takvimi eklenmiştir. Resmi görenler takvimi fark etmiş ve çizimdeki zaman unsurunu anlamışlardır fakat yine de birçoğu takvimin hangi tarihi veya günü belirttiğini anlayamamıştır.



Her mesajın metni ve resmi her biri için özel ön test sonuçları almak için ayrı ayrı test edilmelidir. Diğer bir yöntem metni resmin altına basmak ve böylelikle de resmi tek başına test etmek için alt bölümü kıvrılabilir veya kapatılabilir. (Sayfa 39'daki Şekil 24'e bakınız). Her mesaja ön testin yapılması sırasında kolaylık sağlanması için bir numara veriniz; İA ve İB aynı mesajın alternatif versiyonları olabilir.

Ön testi yapan kişi bir ön test mekanı belirleyip, testi yapacak bir kişiyi tespit ettikten sonra, kendini ve not alan kişiyi tanıtmalı ve de testin amacının materyalin geliştirilmesi için görüş almak olduğunu açıklamalıdır. Ön testi yapan kişi teste tabi olan kişiyi değil materyali test ettiğini belirtmelidir.

Testi yaparken bir seferde sadece bir kişiyle görüşmek en iyisidir. Teste tabi olan kişinin dikkatinin dağılması için ortamda başkalarının bulunmasını engelleyiniz. Test sırasında, görüşmeyi yapan kişi:

- "Kapalı uçlu" sorular yerine "açık uçlu" sorular sormalı ve "yönlendirme" yerine "sorgulamalı". (Sayfa 39'daki şekil 25'e bakınız).
- Teste tabi olan kişinin cevaplarını desteklemeli: resmin ifade ettiği mesajı yanlış anlamlandırsa bile "çok iyi" ve "iyi gidiyor" gibi cümleler kullanılmalı. Teste tabi olan kişi yanlış bir şeyler söylediğini düşünürse konuşmaktan vazgeçecek ve test geçersiz olacaktır.

Teste tabi olan kişinin sözünü kesmeden rahatça konuşmasını sağlamalı.

Testin ilk bölümlerinde resimler üzerinde yapılabilecek değişiklikler kısa bir sürede ortaya çıkacaktır. Bu sebeple de sonuçlan analiz etmeden önce on kişiden daha fazla kişiyi teste tabi tutmak çok gerekli değildir. Sonraki testlerde her oturumda değerlendirmelerin yapılmasından önce en az 20 kişi ile görüşülmelidir. Son test sırasında, proje ekibi tarafından da öngörüldüğü gibi materyalin bir sahte bir versiyonunu kullanmak daha iyidir. Bu son test sonrasında küçük değişiklikler yapmak gerekli olabilir fakat baskıya devam etmek için anlaşılabilirlik ve kabul edilebilirlik yeterli seviyede yüksek olma



Şekil 24: illüstrasyonlar ve metinlerin testi (Peru Mujer-Peru'nun izniyle)

1. KAPALI UÇLU SORULAR	2. AÇIK UÇLU SORULAR
<p>Kapalı uçlu sorular kısa ve kesin yanıtlar gerektirir. Örnek: "Bu resimde kaç adam görüyorsunuz?" (Bu soruda teste tabi olan kişinin resimde bir adam gördüğünü varsayılır.)</p>	<p>Açık uçlu sorular daha uzun cevaplar gerektirir ve kapalı uçlu sorulara göre daha fazla düşünmeyi talep eder. Örnek: "Bu resimde ne oluyor?"</p>
3. SORGULAYICI SORULAR	4. YÖNLENDİRİCİ SORULAR
<p>Sorgulayıcı sorular cevaplara karşılık verir veya daha fazla bilgi gerektirir Örneğin: "Bir adamın üzgün görüldüğünü söylediniz. Bana bu adamın neden üzgün görüldüğünü söyler misiniz? Üzüntülü olduğunu gösteren nedir?"</p>	<p>Yönlendirici sorular teste tabi olan kişilerin belirli bir şekilde cevap vermelerini sağlar. Yönlendirici sorular sormaktan kaçınınız örneğin, "Bu erkeklere nasıl prezervatif kullanmaları gerektiğini gösteren bir sağlık çalışanının olduğu resim sizi rahatsız etti mi?"</p>

Şekil 25: Soru tipleri.

B. On Test Şekilleri

PATH ön test sırasında verilerinin düzenlenmesi ve toplanması için değişik formlar kullanır: Ön test Geçmiş Sayfası (Ek A), Ön Test Veri Sayfası (Ek B), ve Ön Test Sonuç Sayfası Özeti (Ek C). Bu formlar her projeye göre uygun bir hale getirilebilir. Her ön test formunun kullanıldığını göstermek için formlarda tamamlanan örnekler şekil 26,27 ve 28'de gösterilmiştir. Her form bir ön test oturumunu belgelemektedir; aynı usuller mesajın kabul edilebilir bir versiyonuna ulaşıncaya kadar tüm ön test oturumlarında kullanılır.

1. Ön test Geçmiş Sayfası

Örnek Ön Test Geçmiş Sayfası bu formun ön teste tabi olan kişilere ilişkin olan bilgilerin nasıl kaydedileceğini göstermektedir. Her ön test oturumu için bir Ön Test Geçmiş Sayfası hazırlanmalıdır. Proje ekibi önceden ön teste tabi olacak kişilerin seçimi ve hangi bilgilerin kaydedilmesinin önemli olduğuna ilişkin kriterleri belirlemelidir. Bu kriterler ön testin yapılmasından önce belirtilmelidir.

Bazı bireylerin hassas olabileceği kişisel bilgiler dikkatli bir şekilde sorulmalıdır. Örneğin, bir görüşmecinin potansiyel olarak teste tabi olabilecek bir kişiye yaklaşmasından ve sınırlı okuma becerileri olan kişiler arasında belirli bir materyalin testinin yapılması gerektiğini açıklamasından sonra görüşmeyi yapacak olan kişi teste tabi olan kişinin eğitim seviyesi konusunda soru sorabilir. Eğer kişi uygun değilse, testi yapacak olan kişi kibar bir şekilde teşekkür etmeli ve hedef kitleyi temsil edebilecek nitelikte kişileri aramaya devam eder.

Teste tabi olan kişilere ilişkin bilgiler görüşme sona ermeden önce Ön Test Geçmiş Sayfasına kaydedilmelidir. Ön Test Geçmiş Sayfasında kullanılan numaranın aynısı Ön Test Veri Sayfası'nda da kullanılmamalıdır.

Araştırmacı/ lar: SM ve DD
Öntest: 2

ÖNTEST GEÇMİŞ SAYFASI

Konu: AİDSEĞİTİMİ Materyal: KİTAPÇIK
Bölge: 10. BÖLGE Dil: SERELLEME

Materyalin kullanılacağı yerdeki dil ile uyumluluğu açısından metni test edin.

Tarih	Cevap No	Okul durumu			Cinsiyet		Yaş		Kondom Kullanımı	Evet	Hayır		
		0	1-2	3+	E	K	-25	+25					
Ağu. 8	1	X			X			X	Takvi Şoförü	X			
Ağu. 8	2		X			X		X	Giftai Karısı		X		
Ağu. 8	3			X	X	X			Öğrenci		X		
Ağu. 8	4	X			X		X		Kaset Satıcısı		X		
Ağu. 8	5		X			X	X		Otel temizlikçisi	X			
Ağu. 8	6		X			X		X	Sazman		X		
Ağu. 8	7			X	X			X	Muhasebeci		X		
Ağu. 8	8	X			X			X	Koruma Görevlisi		X		
Ağu. 8	9			X	X		X		Kamyon Şoförü	X			
Ağu. 8	10		X			X	X		ürün Satıcısı		X		
TOPLAM	10	3	4	3	5	5	5	5		3	30	7	70

Bu kolonları ihtiyaç olunan ek bilgiler için kullanınız.

Cevap verenin numarası Öntest Veri Sayfasındaki ile aynı olmalıdır.

id no alırsanız

zanslo'nun için ribiter

şekil 26: Tamamlanmış Ön test Geçmiş Sayfası Örneği

2. Ön Test Veri Sayfası

Sayfanın üst kısmındaki çizginin üst tarafındaki bilgiler ön test yapılmadan önce proje ekibi tarafından doldurulmalıdır. "Resmi Tanımla" kutusundaki "A", "B", "C", v.b. harfler ilustrasyonun temel unsurları ile ilgilidir. Bu kısaltma sistemi görüşmeyi yapan kişinin uygun harfleri yazarak tepkileri kısa ve hızlı bir şekilde yazmasını sağlar.

Ön Test Veri Sayfasının üst kısmındaki çizginin altında bulunan her şey test sırasında ve testten sonra tamamlanır. İlk olarak görüşme yapılan her kişiye bir numara verilir ve sütunun sol tarafına yazılır. Resmin teste tabi tutulan kişiye gösterilmesinden önce, görüşmeyi yapan kişi metni görünmeyecek bir şekilde kapatır ve resim hakkında sorular sorar. Daha sonra görüşmeyi yapan kişi sayfayı açar ve metinle ilgili sorular sormaya başlar. "Kelimeler sizin için ne ifade ediyor?" başlıklı kutuda teste tabi olan kişi metni okuyorsa "R" işareti konmalı, eğer metnin okunmasını dinlediyse "H" işareti konmalıdır. Teste tabi olan kişinin mesajla ilgili düşünceleri ve değişiklik önerileri sonraki iki kutuda liste halinde verilmelidir.

PATH mesajın başarılı ve doğru şekilde iletilip iletilmediğini anlamak için iki kriter kullanır. Birincisi algılama: Teste tabi olan kişi resimde gösterileni/ anlatılanı görebiliyor mu ve yanındaki metni anlayabiliyor mu? İkincisi ise kabul edilebilirlik: Teste tabi olan kişi resim ve metin hakkında ne düşünüyor ve mesajın kültürel açıdan daha uygun bir hale getirilmesi için gerekli olan değişiklik önerileri nelerdir?

Ön test ekibi ön testin bir oturumunu tamamladıktan sonra, kodları okuyan kişi tüm tepkileri dikkatli bir şekilde okuyabilmeli, metin ve resmin doğru olduğunu veya olmadığını belirlemeli ve uygun olan kutucuğu işaretlemelidir. Bu değerlendirme aşağıdakilere dayandırılmalıdır:

- Algılama ("Ne görüyorsunuz?" ve "Kelimeler sizin için ne ifade ediyor?" bölümlerinden); ve
- Kabul edilebilirlik ("Resim ve/veya, kelimeler sizde nasıl bir duygu uyandırıyor?" ve "Neyi değiştirirsiniz?" kutularından)

Teste tabi olan kişi illüstrasyondaki tüm unsurları doğru bir şekilde tanımlayabiliyorsa, resimden bir rahatsızlık duymuyorsa ve değişiklik öneriyorsa bir resme verilen tepki "Doğru" olarak kabul edilir. Benzer bir şekilde;»teste tabi olan kişi metnin anlamını doğru olarak ifade ediyorsa ve mesajın ifade edilme yöntemiyle tatmin olabiliyorsa bir metne verilen tepki "Doğru" olarak kabul edilir. Aksi takdirde "Doğru değil" olarak kabul edilir.

Hem* kriterler -algılama ve kabul edilebilirlik- her resim veya metinde mevcut olmalı ve "Doğru" olarak nitelendirilmelidir. Teste tabi olan kişiler resmi beğenmiyor veya ufak değişiklikler öneriyorsa, kişi resmin unsurlarını doğru bir şekilde belirlediyse bile, resim "Doğru değil" olarak nitelendirilmelidir. Aynı şartlar metnin ön testleri için de geçerlidir.

ÖN TEST VERİ SAYFASI

Materyalin konusu: AIDS EĞİTİMİ

Dil: YEREL LEHGE Ön test etap: 1

Bölge: 10. BÖLGE Tarih: 8-9 Ağu. 1988

Araştırmacılar: SM ve AD Mesaj no: 4

Resmi açıklayınız:	Metni yazınız:	Bu resim ve/veya metindeki kelimeler için neler düşünüyorsunuz?	Neyi değiştirmek isterdiniz?	Kodlama	
				Resim	Metin
Cevap No	Ne görüyorsunuz?	Kelimeler size ne ifade ediyor?		Tamam	Hayır
a) bir adam b) kullanılmış elbise c) parandan satın alma	Kullanılmış elbise AIDS tasımaçlar				
A) adamın biri kamaşını yıkıyor diğeri de onları kurutuyor B) Hayır c) Hayır	Hediyelerde AIDS bulabiliriz.	*İnsanlar kirliliği görüyor. *Komit ayakta durabiliyorlar. *AIDS tasımaçlar kafu kurutuyor.	*Parandaki gibi elbiseler maske üzerine konmalı. *Parayı gösterin	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
A) ✓ B) Gömlek üzerinde lekeler. c) ✓	AIDS kullanılmı elbiselendedir	*Adamlar özellikle de Çarık giyenler köylüdür.	*Hemşireyi kullanılmı elbise alırken gösterin. *Çarıkları kaldırın	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
A) ✓ B) ✓ c) ✓	Kullanılmı elbiseler AIDS tasımaçlar	*Adam sinirli görünüyor.	*Adamlar gülümse sinirli metni kullanılmı elbiseden AIDS tasımaçları şeklinde değiştirin.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Testin okunduğumu yoksa duyumu olduğuna yönelik temel bilgi. Bu da proje elemanlarına değişimlerin gerekip gerekmediğine karar vermelerinde yardımcı olur.

Buradaki cevap veren numarası ön test geçmiş sayfasındaki ile aynı olmalıdır.

Eğer cevap veren kimse resmin bu bölümünü yanlış anlamış ise, yanlış olduğu şekliyle not alınmalıdır.

Eğer cevap veren kimse resmin bu bölümünü anladı ise küçük bir işaret koyarak anladığını belirtmek zaman kazandıracaktır.

Bu resmin ilk defa ön teste tabi olduğunu göstermektedir.

Kitapçıktaki 10 mesajdan (sayfadan) dördüncüsü.

Bir cevap verenin bir mesaj için cevabı.

Önemli bir kural: Eğer resim için uygun bir değişim teklifi geldiyse, resim uygun değildir ve değişmelidir.

Eğer metin anlaşılmadı ise değiştirilmelidir.

Şekil 27: Tamamlanmış Ön Test Veri Sayfası örneği

40 Path

Proje ekibi, hangi seviyedeki algılama ve kabul edilebilirliğin "Doğru" veya "Doğru değil" mesajını ortaya çıkardığını belirmelidir. Her resmi ve metni "Doğru" veya "Doğru değil" olarak kodlamak iki kritere dayandırılmaktadır, fakat yeni bir soru ortaya çıkar bu da mesajın başarılı olması için kaç tane "Doğru" gereklidir. Bu soru değerlendirmeye alınmalı ve cevap proje ekibi tarafından önceden bulunmalıdır. PATH, teste tabi olan kişilerin en azından yüzde 70'inin sadece görsel öğeleri doğru şekilde ifade etmeleri gerektiğini ve en azından yüzde 90'ın görsel öğeleri metinlerle birlikte ifade edebilmeleri ve her ikisini de kabul edilebilir bulmaları gerektiğini belirtmektedir.

3. Ön Test Özeti Sonuç Sayfaları

Bir oturum ön testin sona ermesiyle ve kodlamanın tamamlanmasından sonra, kodlamayı yapan kişi sonuçları Ön Test Özeti Sonuç Sayfalarına geçirmelidir. (Sayfa 45'teki şekil 28'e bakınız) Genellikle bir veya birkaç Ön Test Özeti Sonuç Sayfaları bir oturum boyunca ön testi yapılan mesajların verilerini kaydedilmelidir.

Her mesajın resimleri ("P") ve metni ("T") sonuçlarını kaydetmek için iki ayrı satır kullanılmalıdır. Örneğin, ön testi yapılan birkaç materyal sayfası varsa, ilk satıra "İP" yazm ve 1 numaralı mesajın resmine ilişkin yorumları o satıra yazınız. İkinci satıra "İT" yazılmalı ve 1 numaralı mesajın metninin sonuçları da yazılmalıdır. Sonraki mesajlar da "2P", "2T", "3P", "3T" v.b. olarak kaydedilmelidir.

Kodlamayı yapan kişi resim ve metinlerin "Doğru" ve "Doğru değil" yüzdelerini ön testlerin toplam sayısına dayanarak hesaplamalıdır. Bu kişi aynı zamanda Ön Test Veri Sayfasının sağ sütununda bulunan değişiklik önerilerini de özetlemelidir. Sayfa 45'teki şekil 28 sayfa 46'daki şekil 29'un metni ve resminin ön test sonuçlarını göstermektedir. Sayfa 46'daki şekil 30 değişiklik önerilerinin Ön Test İkinci Aşamasında nasıl uygulamaya koyulduğunu gösterir.

Her mesajın istenilen anlaşılma seviyesine gelmesinden sonra, tüm materyal proje üzerinde çalışan kurumlar, materyalin kullanılmasında ilgili olan diğer kurumlar ve materyali onaylayacak mercideki herhangi bir kişi tarafından değerlendirilmelidir.

Kodlayan kişi(ler) Sami Mutlu
 Ön test oturumu 1
 Bölge 10. Bölge
 Materyal Konusu AIDS EĞİTİMİ

Kodlayan kişinin adını buraya giriniz

ÖN TEST SONUÇ SAYFASI

Mesaj numarası	Görüşülen toplam kişi	Doğru		Doğru değil		Önerilen Değişiklikler
		Adet	%	Adet	%	
1R	10	1	%10	9	%90	Elbiseler masanın üzerinde olsun; para görünün; hemzire elbise alırken görünün; insanlar gülümsesin; tehirl ayakkabıları olsun; gömlekteki yamalar silinsin çünkü leke gibi görünmekteler
1M	10	1	%10	9	%90	Metni "Kullanılmısz elbiselerden AIDS bulamaz" zeklinde değiştirtilim.
2M						
2R						Geçerli ve yerinde olan önerileri
						formlardan alarak özetlemeye
3M						devam ediniz Bu özet olası deği-
3R						şimleri tasarımcıya açıklamakta
						çok yardımcı olacaktır
↓						

R=Resim
M=Metin

Bu size hangi mesajların daha fazla çalışma gerektirdiğine dair yardımcı olacaktır

Şekil 28: Tamamlanmış örnek Ön Test Özeti Sonuç Sayfası

Şekil 28: Tamamlanmış örnek Ön Test Özeti Sonuç Sayfası

Şekil 29: Örnek İllüstrasyon, Ön Test Birinci Aşama: "Kullanılmış giysiler AİDS mikrobu taşımaz" (Bir Sahra Afrikası ülkesinde yapılan bir ön testten).



: Örnek İllüstrasyon, Ön Test İkinci Aşama: "Kullanılmış giysilerden AİDS mikrobu alamazsınız." Bir hemşire kadar bilgili olan bir kişinin giysi satıyor olması teste tabi olanların, OGG sırasında karşılaşılan inanışların aksine, bu giysilerden AİDS bulaşmayacağı anlamalarına yardımcı olmaktadır. (Sahra Afrikasındaki bir ön testten).



C. Grup Ön Testleri

Grup ön testleri bazen bireysel görüşmelere bir alternatif olarak kullanılır. Okur yazar insanlar genellikle kendilerine güvenli olduğundan ve materyallerin değerlendirilmesi sırasında grubun diğer üyeleri tarafından pek etkilenmeyeceklerinden, grup ön testi daha fazla eğitim almış kişilere uygulanan testler daha az değerli bilgileri ortaya çıkarır. Grup ön testi aynı zamanda temel olarak metin mesajları veya senaryo, ses kaseti, video gibi diğer materyalleri içeren ön test materyalleri için özellikle etkilidir.

Grup ön testleri proje ekibinin diğer gruplar tarafından daha önce geliştirilmiş olan materyallerinin proje hedeflerini karşılayıp karşılamadığını belirlemelerine yardımcı olabilir. Mevcut materyallerin değerlendirilmesi kriterleri aşağıdakileri içerir:

- Anlama kolaylığı;
- Okuma seviyesinin uygunluğu;
- Kabul edilebilirlik;

- İllüstrasyonların kalitesi;
- Teknik doğruluk; ve
- Kültürel hassasiyet.

Yeni materyaller gerekli olursa, diğer bölgeler için geliştirilmiş olan materyallerdeki görüşleri almak ve bunları test etmek ve diğerine uydurmak mümkün olabilir. Özellikle yeni hedef kitlenin ihtiyaçlarına yönelik mesajların geliştirilmesi sırasında dikkatli olunmalıdır (yerel hedef kitle araştırmalarına dayanmalıdır).

OGG'lerde olduğu gibi bir ön test grubu hedef kitleyi temsil eden altı ile on kişi arasında olmalıdır. Ön testi yürüten kişi grubun önerilerinin materyalin geliştirilmesi için kullanılacağını belirtmelidir. Daha sonra her grup üyesinden materyalin bir okuma bölümünü sesli okumasını isteyecektir. Ön test ekibi üyelerin okumakta ve anlamakta zorlandıkları kelimelere dikkat eder. Grup üyelerinden biri bir bölümü okuduktan sonra, ön testi yürüten kişi tüm gruba bölümün tartışılacağını ve değişiklik önerilerinin alınacağını söyler. Testi uygulayan kişi materyal içindeki temel nokta ve kavramların anlaşıldığından emin olmak için gruba bazı genel değerlendirme sorular sorar. Buna benzer şekilde resim mesajları grup üyelerine ne gördüklerini sorarak, ek metni okutarak ve mesaj veya illüstrasyonun aynı konuyu ifade edip etmediğini tartışarak da test edilebilir.

Mevcut metin materyallerin ön testlerinde kullanılacak bazı örnek sorular şekil 31'de liste halinde verilmiştir.

GRUP ÖN TESTLERİ ÖRNEK SORULARI

1. Bu sayfanın iletmeye çalıştığı bilgi nedir?
2. Metin sizin için ne anlama geliyor?
3. Bir resim varsa, bu neyi gösterir? Bu size bir şey yapmanızı söylüyor mu? Eğer evetse nedir?
4. Kelimeler sayfadaki resme uyuyor mu?
5. Bu sayfada hoşlandığınız veya hoşlanmadığınız nedir?
6. Metinde anlamadığınız kelimeler var mı? Hangileri? (Eğer varsa anlamını açıklayın ve teste tabi olan kişilerden söz konusu anlamı vermek için başka kelimeler önermelerini isteyin)
7. Diğer kişilerin okumakta veya anlamakta zorlanabileceğini düşündüğünüz kelimeler var mı? (Tekrar alternatifleri sorun)
8. Açık olmayan cümleler veya düşünceler var mı? (Varsa, neler olduğunu sorun) Verilmek istenen mesajı açıkladıktan sonra, gruptan bu düşünceleri vermenin daha iyi yolların neler olabileceğini tartışmalarını isteyin.
9. Bu kitapçıkta hoşlandığınız veya hoşlanmadığınız bir şey var mı? Renk kullanımı, gösterilen kişiler, kullanılan yiyecek çeşitleri v.s.?
10. Materyallerin mümkün olduğu kadar iyi olması ve hastalar tarafından kolayca anlaşılmasını istiyoruz. Resimleri nasıl daha iyi bir hale getirebiliriz?
11. Bu materyalin, resimler, kelimeler veya her ikisi, geliştirilmesine yönelik önerileriniz nelerdir?

Şekil 31: Grup ön testleri örnek sorular.

VIII.BASIM

Baskı materyalleri, materyalleri geliştirmek ve test etmekten sorumlu olan kişilerin ve fiili olarak bunları basan kişilerin özel çabasını gerektirir. Materyal geliştirmedeki önemli bir aşama basılacak olan malzemelerin matbaacıya gideceği zaman başlar. Bu aşama sırasında beklenmedik olumsuz olaylar geliştirme faaliyetlerinin sonuçlarını tehlikeye atabilir. Materyallerin basımına dahil olan kişilerin tümü ile yakın bir şekilde çalışmak ürünün nasıl bir şey olması istediğinizi tam olarak anlatmanızı, bunun için ne kadar ödenme yapmak istediğinizi ve işin ne zaman tamamlanmasını istediğinizi açık bir şekilde belirtmeniz açısından çok önemlidir.

Matbaa masrafları, ülkelere, konulara, materyal cinsine (kitapçık, poster v.s.) ve formata (boyut, renk, stil vs.) göre değişir. Baskı hazırlığı yaparken her zaman aşağıdakileri göz önünde bulundurun:

- Maliyet ortalamaları, referanslar ve iş örneklerini en az üç matbaacıdan isteyin. Matbaacıların bilmesi gerekenler şunlardır:
 - Materyal boyutu.
 - Materyalin sayfa sayısı.
 - İç sayfalar ve kapak için kullanılacak kağıt tipi.
 - Materyalin baskısında kullanılacak renk sayısı.
 - Materyalin fotoğraf içerip içermediği.
 - Basılacak kopya sayısı.

Her matbaacının daha önceki işlerinin kalitesine, matbaacının teslimat tarihlerine verdiği öneme ve diğer müşterilerinin tavsiyelerine dikkat ediniz.

- Bazı ülkelerde, ne kadar fazla kopya basılırsa, birim fiyat o kadar düşüktür. Örneğin, bir ülkede bir kitapçığın 5000 kopyası 3750 dolar tutmaktadır. Birim fiyatı kopya başına 0.75 dolardır ($3750 \text{ dolar} / 5000 = 0.75 \text{ dolar}$). On bin kopya sadece 5000 dolara basılır (birim fiyatı= 0.50 dolar).
- Bir kitapçık basılırken, belirli sayfa sayılarının basılmasının daha hesaplı olup olmadığını araştırınız. Bazen dördün çarpanı olan sayfa sayısına sahip kitapçıklar kağıt israfına ve yüksek fiyatlara sebep olmaz. Her iki tarafa da basılan sayfalar genellikle daha ucuzdur.
- Kağıt cinsi genellikle baskı bütçesi hazırlanırken önem verilmesi gereken konulardan biridir. Her kağıt cinsi ağırlığına göre ölçülür. Kağıt ne kadar ağır olursa, o oranda ince olur. Renkli kağıt her zaman daha pahalıdır. Bir kitapçık veya broşürün kapağı için kapak kağıdı yerine ağır kitap kağıdı kullanmayı tercih edin; bu genellikle daha ucuzdur ve cilt masraflarını azaltır.
- Broşürlerde, kağıt kıvrımları her zaman sayfanın damarları boyunca olmalı çünkü kolay açılmalı ve broşür açıldığında düz olmalıdır. Matbaacının kağıt "fiyat çizelgesi"nde, kağıt büyüklüğünün boyutlarından birinin altı çizilidir.
- Ne kadar rengi karşılayabileceğinizi belirleyin. Çok renk matbaa masraflarını arttıracaktır. Her zaman siyahı tek renk olarak alınız.
- Materyaller diğer kurumlar tarafından kopyalanacak veya fotokopisi çekilecekse, kopyalanması kolay bir format seçiniz.
- Çizimleri broşürde görünecekleri boyuta hazırlamak daha hesaplıdır aksi takdirde matbaacı çeşitli yöntemlerle küçültmeler yapacaktır.
- Kıvrıma gelen bir fotoğrafın basımına dikkat gösteriniz. İki tarafı birbirine uydurmak için daha fazla iş gerekir ve bu da masrafı artırır.

Materyal Hazırlama Rehberi 45

Sayfanın iki tarafına da yayılacak renkli bir illüstrasyon istiyorsanız maliyet artacaktır. Renkli veya yarı tonlu zemin üzerine beyaz baskı da ek bir masraf gerektirir.

Öncelikle az miktarlarda materyalin basılmasını isteyebilirsiniz, böylelikle de gerekirse değişiklik yapabilirsiniz. Fakat daha önce de belirtildiği gibi bazı ülkelerdeki bu karar büyük miktarların düşük birim fiyatı uygulamasına uygun değildir.

Proje müdürleri baskı işleri biter bitmez matbaacıdan negatifleri almalıdır. Negatifleri serin, karanlık ve güvenli bir yerde saklayın çünkü materyallerin daha sonraki bir tarihte tekrar basılması gerekebilir.

Baskıya hazır çalışmalar, materyallerin tekrar basıma girmesinden önce gerekli değişikliklerin kolayca yapılabilmesi için ekip sanatçılarına da açık olmalıdır.

Mümkünse metinde beyaz kağıt üzerinde siyah harfleri kullanın çünkü bunların okunması daha kolaydır.

IX. DAĞITIM VE EĞİTİM

Materyaller geliştirildikten, test edildikten ve basıldıktan sonra, sağlık çalışanlarını ve diğer geliştirme ekibini yeni eğitim yöntemlerini en iyi şekilde kullanmaları için eğitilmelidir. Şekil 32 baskı materyallerinin verimli bir şekilde kullanılmasına ilişkin bazı hususları liste halinde verir.

BASKI MATERYALLERİNİN KULLANIMI

POSTERLER

- Posterleri kiliseler, bankalar, büfeler ve gaz istasyonları gibi göz önündeki yerlere asınız. Bunları yağmur ve rüzgardan korunan yerlere asınız. (Posterin yırtılmaması ve indirilmemesi için öncelikle izin alınız)
- Grup tartışmaları yaratacak tipte posterler kullanınız.

ANLATIM MALZEMELERİ

- Anlatım malzemelerini kullanırken seyirciye dönük olunuz.
- Anlatım malzemesini herkesin görebileceği şekilde tutunuz ve bütün grubun aynı anda görebilmesini sağlamak için hareket ettiriniz.
- Grubun katılımını sağlayın. İllüstrasyonlarla ilgili sorular sorunuz.
- Varsa metni bir rehber olarak kullanın; buna bağlı kalmayın. Temel noktaları ezberleyin ve bunları resmi gösterirken kendi sözcüklerinizle açıklayınız.

KİTAPÇIKLAR VE BROŞÜRLER

- Materyalin her sayfasını dinleyiciye anlatın. Bu dinleyicinin hem resimleri anlamasını hem de mesajları dinlemesini sağlar.
- Resme işaret edin, metne değil. Bu dinleyiciye illüstrasyonların neler anlattığını hatırlamasını sağlar.
- Dinleyicilerin tedirgin ve anlamayan gözlerle bakıp bakmadığına dikkat edin. Eğer öyleyse soru sormalarını veya herhangi bir konuyu tartışmalarını sağlayın. Tartışma iyi bir ilişki kurulmasını sağlar ve sizinle dinleyicileriniz arasında güven oluşmasını sağlar. Sağlık çalışanlarına güvenen hastalar genellikle bu güveni seçilen yöntem veya sağlık uygulamasına da duyarlar.
- Materyalleri, açıklanan yöntem veya sağlık uygulamasını uygulamamaya karar vermiş olsalar da, hastalara da verin ve materyalleri aralarında paylaşmalarını önerin.

Şekil 32: Baskı materyallerini verimli bir şekilde kullanma hususları.

Eğitim sürece uzun olmalıdır fakat tüm program seviyelerindeki ekip materyallerin neden ve nasıl hazırlandığını bilmeli ve bunları kullanmanın işlerini nasıl kolaylaştıracağını, işlerini daha iyi, verimli ve etkili yapacağını bilmelidir. Yeni olan her şeyde olduğu gibi, insanlar materyallerin avantajlarını anlayana kadar, materyaller uygun bir şekilde kullanılmayacak, belki de hiç kullanılmayacaktır.

Dağıtım ve materyal kullanımı için sistemler oluşturun ve böylelikle de verimli bir şekilde kullanılmalarını sağlayın. (Ek D'ye bakınız, *Sağlık Eğitmcileri tarafından Dağıtılan Eğitim Materyalleri Aylık Kayıt Formu*.) İlgi çekici materyallere ilişkin genel olarak karşılaşılan bir sorun ise bu materyallerin hedef kitleye dağıtılması yerine ofis dekorasyonu için kullanılmasıdır. Bazen materyallerin o kadar önemli olduğu düşünülür ki dolaplara kilitleyip hiç kullanılmazlar.

Materyal geliştirme hedeflerinin hedef kitleye yapılan dağıtım ve bu kitle tarafından doğru şekilde kullanılması olduğunu vurgulayın. Kullanımın kapsamı ve doğruluğunu denetlemek için bir denetleme sistemi oluşturun. Materyal kullanımının denetlenmesine ilişkin öneriler Bölüm X, Değerlendirmede bulunabilir.

X. DEĞERLENDİRME

Materyalin değerlendirmeye alınması önemlidir çünkü

Materyallerin toplum çalışanları ve hastalar tarafından nasıl kullanıldığını ortaya çıkarır.

- Materyallerin verimli bir şekilde dağıtılıp dağıtılmadığını gösterir.
- Materyallerin kabul edilip edilmediği ve hedef kitle tarafından anlaşılıp anlaşılmadığı konusunda daha fazla bilgi sağlar.
- Müdürlere, bilgi, eğitim ve iletişim için tahsis edilen paranın dikkatli bir şekilde harcandığı ve iyi bir yatırım olduğunu kanıtlar.
- Materyalleri hazırlayanların hedef kitlenin değişen ihtiyaçlarına uyum göstermesini sağlar.

Materyallerin verimliliğini değerlendirmek için aşağıdaki yöntemlerden biri ya da birkaçı seçilebilir:

- Bir alan çalışanı tarafından materyalin tanıtıldığı kişilerle görüşün. Materyali anlamışlar mı? Hala materyali saklıyorlar mı? Materyali ne zaman kullanıyorlar? Materyal ürünün kullanma veya belirtilenleri uygulama kararları konusunda ne kadar etkili olmuş? Kendilerine verilen materyale dahil olan bilgileri hatırlayabiliyorlar mı?
- Hizmet sağlayanlar kadar hastalardan materyallere ilişkin izlenimleri almak için grup tartışmaları düzenleyin, (şekil 31'e bakınız).
- Materyallerin nasıl kullanıldığı ve materyalleri hastalarını eğitmek için kullanıp kullanmadıklarını anlamak için sağlık çalışanları ve program yöneticilerini denetleyiniz.
- Materyallerin gerçekten kullanılıp kullanılmadığını anlamak için bir kliniğe gidin.
- Materyali alan kişiler veya potansiyel kişilerle klinik dışında duydukları mesajları öğrenmek veya materyalden bir destek alıp almadıklarını belirlemek için karşılıklı görüşmeler yapın.
- Okuyucuya proje tarafından önerilen bir doğrum kontrol ürünü almaya yönelik olan bir kupon eklemek gibi ölçülebilecek bir faaliyete geçmesini sağlayacak bir materyal sunun.
- Materyallerde tanıtılan yeni bir davranışı uygulayan hastaları görün, örneğin, oral rehidrasyon tuzlarının hazırlanması gibi.

Bu teknikleri kullanırken, mesajların seçimi ve sunumunu geliştirmeye ilişkin öneriler isteyin. Bu değerlendirme aşaması bittiğinde proje ekibi materyallerin ne kadar iyi anlaşıldığı, kabul edildiği, kullanıldığı, dağıtıldığı ve materyallerin veriminin masrafa değip değmediğini anlayacaktır.

XI.SONUÇ

Bu el kitabı PATH ve 40 ÷lkedeki PATH ortakları tarafından bilgilerin okuma yazma bilmeyen ve eğitim seviyesi düşük kişilere ulaştırılması için kullanılan teknikleri anlatmıştır. Bu *Rehber'de*. belirtilen materyal geliştirme sürecinin temeli, kendileri için materyallerin hazırlandığı grup temsilcileriyle sürekli bir etkileşimi ifade eder. Hedef kitlenin üyeleri bu mesajların en iyi şekilde nasıl iletileceğı kadar hangi mesajların verilmesi gerektiğı konusunda da uzmandırlar.

Bu metodoloji, eğitim seviyesi düşük olan gruplar dışındaki hedef kitlelere yönelik materyallerin kullanılmasında da uygulanabilir, sağıık ve aile planlaması haricinde su ve temizlik, tarım, beslenme ve yiyecek saklama konulan gibi başka bir alana da kaydırılabilir. Konu veya hedef kitleyi göze almaksızın, materyal geliştirme sürecindeki her aşama grafikte verilen mesajların hedef kitle tarafından iyi anlaşılmasını sağılar.

KAYNAKÇA

1. Basen, CE, Odaklı Grup Görüşmesi: Sağlık Eğitiminde Teori ve Uygulamanın Geliştirilmesinde Pek Kullanılmayan bir Araştırma Tekniği, *Sağlık Eğitimi Dergisi*. 14:4:411-448 (Kış, 1987).
2. Eğitim Araştırma ve Geliştirme Bürosu, Eğitim İstatistikleri Ulusal Merkezi. *Amerika'da Yetişkinlerde Cahillik*. Amerika Birleşik Devletleri Eğitim Bakanlığı (Aralık, 1993).
3. Debus, M. *Odaklı Grup Araştırmasında Mükemmeliyet Rehberi*. HEALTHCOM, Eğitim Geliştirme Akademisi, Washington, D.C. (1988).
4. Doak, CC, Doak, LG, Root, J. *Eğitim seviyesi düşük olan ebeveynlerin eğitimi*. JB Lipincott Co. Philadelphia (1996).
5. Doak, LG. Okur yazarlıkları sınırlı olan ebeveynlere yönelik olarak beslenme eğitiminin düzenlenmesi. *Beslenme Eğitimi Olanakları: Sınırlı okur yazarlıkları olan ebeveynlere yardım stratejileri*. Ross Laboratuvarları, Columbus, OH: 65-68 (1989).
6. Folch-Lyon, E, Tröst JE Odaklı Grup Oturumları Yapma. *Aile Planlamasına İlişkin Çalışmalar*. 12(12):443(1981).
7. Haaland, A. *İletişim Materyallerinin Ön testi*, UNICEF, Rangoon (1984).
8. Haffey, J, Steckel, L, Zimmerman, M, *Aile Planlamasının Sağlık açısından Faydalarını Belirtme Stratejileri*. WHO Programı Danışma Komitesi için hazırlanmıştır. Yayınlanmamıştır (Ekim 1985).
9. Haffey, J, Zimmerman, ML, Perkin, GW. Doğum Kontrol Önlemleri, *POPULI* 2:11 (1984).
10. Araştırma Enstitüleri. *Doküman Hazırlayanlara yönelik hususlar*. Araştırma Enstitüleri, Washington, D.C. (Kasım, 1981)
11. Ulusal Kalkınma Hizmeti ve UNICEF. *Nepal'de şekillerle anlatım*. UNICEF, Katmandu. (1975).
12. Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü. *Dünya Eğitim Raporu*. UNESCO, Fransa (1993).
13. Shearer, SB. Sosyal Faaliyet Programlarına yönelik Odaklı Grup Araştırmasının değeri. *Aile Planlaması konusunda Çalışmalar*. 12(12):407 (1981).
14. Dünya Bankası. *Kalkınmanın sosyal göstergeleri*. John Hopkins Üniversitesi Yayınları, Baltimor. (1995).
15. Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Organizasyonu. *1995 İstatistik Yıllığı*. Bernan Yayınları, USA. (1995)
16. Amerika Birleşik Devletleri Sağlık ve İnsan Hizmetleri Bakanlığı. Kamu Sağlık Hizmeti, Ulusal Sağlık Kurumları, *Sağlık Görüşmelerinde Ön Test: Sağlık Mesajları ve Materyalleri Geliştirmede Yöntemler, Örnekler ve Kaynaklar*. Ulusal Kanser Enstitüsü, Bethesda, Maryland (1983).
17. Zimmerman, ML, Perkin GW. *Okur yazar olmayanlara yönelik baskı materyalleri: Aile Planlaması ve Sağlık alanında edinilen deneyimler*. PIACT Sayfa Sekiz, PATH, Washington, D.C. (Üçüncü Baskı, 1986)
18. Zimmerman, ML, Steckel, L, Bashir, IA, Görsel Anlatım Materyalleri Geliştirme: Hedef Kitleden Öğrenme. *Çocuk Yaşamı Faaliyet Haberleri*: No. 3:2 (Bahar, 1986)
19. Fuglesang, A. Deneyimlerden çok şey öğreniriz. *Anlamaya İlişkin: Kültürler arası görüşler ve değerlendirmeler*. Dag Hammarskjöld Vakfı (1982).
20. Gustafson, MB. Haitili Kadınlara Görsel Anlatım: Resim algılama yetisi. *Hygie*, V Cildi (1986/2).

KAYNAKLAR

Aşağıda belirtilen kurumlar eğitim seviyesi düşük olan kişilere yönelik olan materyaller ilişkin ek bilgilere sahip olabilir.

Advancing Basic Education in Literacy Clearinghouse

Academy for Educational Development, (Eğitim Merkezinde Temel Eğitim, Eğitim Geliştirme Akademisi)

Attn:ABEL

1875 Connecticut Avenue, N.W, Süite 900

Washington, D.C. 20009-1202

TEL: (202) 884-8000, Faks (202) 884-8408, e-mal:

Clearinghouse on Infant Feeding and Maternal Nutrition

American Public Health Association (Çocuk Besleme ve Annenin Beslenmesi Merkezi, Amerika Kamu Sağlığı Kurumu)

1015 15th Street, N.W.

Washington, D.C. 20005

Tel. (202) 789-5600, faks (202) 789-5661

The John Hopkins University Center for Communication Programs

Population Communications Services (John Hopkins Üniversitesi Eğitim Programları Merkezi, Toplum Hizmetleri)

111 Market Place, Süite 310

Baltimore, MD 21202-4024 USA

Tel (410) 659-6300, faks (410) 659-6266, e-mail:

International Clearinghouse on Adolescent Fertility (ICAF) Advocates for Youth

(Uluslararası Ergin Verimliliği, Genç Masası)

1025 Vermont Avenue, N.W, Süite 200

Washington, D.C. 20005

Tel (202) 347-5700, faks (202) 347-2263

US Department of Health and Human Services (Amerika Sağlık ve Toplum Hizmetleri Bakanlığı)

330 Independence Avenue, S.W.

Washington, D.C. 20201

Tel (202) 619-0257

National Maternal and Child Health Clearinghouse (Ulusal Anne ve Çocuk Sağlığı Merkezi)

2070 Chain Bridge Road, Süite 150

Vienna, VA 22182-2536 USA

Tel (703) 821-8955, faks (703) 821-2098

National Clearinghouse for Alcohol and Drug Information (Ulusal Alkol ve İlaç Bilgileri Merkezi)

P.O. Box 2345

Rockville, MD 20847-2345 USA

Association for Children and Adults with Learning Disabilities (Eğitim Yetersizliği Bulunan Çocuk ve Yetişkinler Vakfı)

4900 Girard Road

Pittsburgh, PA 15227 USA

Tel (412) 881-2253, faks (412) 881-2263

Teaching Aids at Low Cost (TALC) (Düşük Maliyetle Eğitim Desteği)

P.O. Box 49

St. Albans Herts

AL 1 5TX ENGLAND

EK A

Görüşmeyi yapan kişi(ler): _____
 Ön Test Oturumu: _____

ÖN TEST GEÇMİŞ SAYFASI

Konu: _____ Materyal: _____
 Bölge: _____ Dil: _____

Tarih	Kişi	Eğitim			Cinsiyet			Yaş											
Toplam		#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%

EK B

ÖN TEST VERİ SAYFASI								
Materyal konusu: _____								
Dil: _____				Ön Test Oturumu: _____				
Bölge: _____				Tarih: _____				
Görüşmeyi Yapanlar: _____				Mesaj No: _____				
Res. no.	Resmi tanımla:	Metni Yaz:	Resim ve/veya kelimeler size neler hissettiriyor?	Neyi değiştirmek isterdiniz?	Kodlama			
					Resim:		Metin:	
	Ne görüyorsunuz?	Kelimeler size ne ifade ediyor?			Doğru	Doğru değil	Doğru	Doğru değil
1								
		O/D						
2								
		O/D						
3								
		O/D						
4								
		O/D						

EK E: Görsel kavrama konusunda özel hususlar

Görsel kavrama öğrenilebilir niteliktedir. Bölüm IV 'te daha hedef kitle tarafından daha açık bir şekilde anlaşılması ve kabul edilebilmesi için üzerinde değişiklik yapılması gereken çizimleri gördük. Bu örnekler, gördüklerimizin diğerlerinin gördükleriyle aynı olmadığını ortaya çıkarmıştır.

Görsel kavramanın öğrenilen bir davranış olduğu ve bir çocuğun gelişmesi gibi otomatik olarak gelişmediği sıkça unutulmaktadır. Çocuklar kendilerinden daha büyük bir kişinin hikaye okurken resimlere "Bu kuş," "Bu ağaç," gibi tanımlar yapması sonucu resimleri anlamayı öğrenir. Çocuklar okuduklarında harfleri çözümledikleri gibi resimler ve fotoğrafları çözümlmeyi de öğrenirler.

Eğitim seviyesi düşük olan kişilerin kelimeleri anlamaları zor olduğu kadar resimler ve fotoğrafları da anlamaları zordur. Basılı materyallere pek aşinalıkları olmayabilir ve bu resimleri bilgi alınabilecek bir kaynak olarak görmezler. Gerekli olması halinde başka birinden basılı materyalleri kendilerine okumalarını veya işaretler veya şekilleri açıklamasını isterler. Aslında eğitim seviyesi düşük olan kişilerden genellikle anlamadıkları materyalleri kullanmaları istendiğinde, kendilerini kötü ve aşağılanmış hissederler. ,,

Resim yorumlamada sorunlar: Resimler ve fotoğrafların üç boyutlu bir gerçekliği bir sayfa veya poster üzerinde sadece iki boyutlu olarak göstermesi bir sorun teşkil eder. Görsel açıdan kavrama yeteneğini geliştirmiş bir kişi perspektifin derinliğe bağlı olduğunu öğrenmiştir. Buna benzer bir şekilde nesnelere boyut ve yerinin arka planını ön plandan bakarak söylemeyi öğrenmişizdir; büyük nesnelere resim veya fotoğrafın ön kısmındadır; daha küçük olanlar ve daha yukarıda olanların arka planda olduğu bilinir. Görsel açıdan kavrama yeteneğini kazanamamış olan kişiler için uzakta duran bir adamın küçük figürü gökyüzünde büyülmüş bir şekilde dolaşan küçük bir yaratık olarak görülebilir. Bu kişiler için bir resimdeki mesajı, detaylı ve karmaşık olan arka planıyla birlikte anlamak aynı zamanda zordur ve eğitim seviyesi düşük olan bu kişiler için anlaşılması en kolay resim veya fotoğraf arka planı basit olanlardır. Buna ek olarak bizler diğer nesnelere üstüne binmiş olan nesnelere betimlemelerini yapabilirken, eğitim seviyesi düşük olan kişiler için bazı bölümleri saklı olan nesne veya kişi grupları anlaşılabilir.

Karikatür kitapları ve tebrik kartları ile büyüyen kişilerin genellikle eğitim seviyesi düşük olan kişilerde olmayan bir sembol hazinesi oluşmuştur. Bir kalp sevgiyi, bir kişinin ayakları altındaki çizgiler veya noktacıklar hareketi ifade eder; biz bir karikatür konuşma baloncuğu ile bir düşünce balonu arasındaki farkı biliriz. Fakat eğitim seviyesi düşük olan kişiler bu farkları ve anlamları bilemez ve bunları ancak eğitildikten sonra anlayabilirler.

İyi haber. Görsel kavrama yeteneği herhangi bir yaşta öğrenilerek edinilebilir. Nepal'de gerçekleştirilen bir UNICEF çalışması yetişkinlerde görsel kavrama yetisinin oldukça kısa bir sürede önemli derecede geliştiğini göstermiştir. Danışmanlar dikkatli bir şekilde ön testi yapılmış resim materyallerini, metin bölümü az olanları, kullanabilir ve hastalarına illüstrasyonlarda ne anlatılmak istendiğini belirtebilir. Bu gibi materyallerin olması danışma oturumunu kolaylaştırır ve hem hastanın hem danışmanın önemli bilgileri hatırlamasını sağlar. Hastalar bu gibi danışma oturumları sonrasında söz konusu materyalleri eve götürdüğünde, materyaller hastaların oral doğum kontrol ürünlerinin kullanımı aşamaları gibi bilgileri hatırlamasını kolaylaştırır.

Bu ekin son iki sayfası yukarıda belirtilen temel hususların sunumu ve özeti için kullanılabilir

GÖRSEL KAVRAMA YETENEĞİNİN YENİDEN DEĞERLENDİRİLMESİ

EĞİTİM SEVİYESİ DÜŞÜK OLAN* KİŞİLERE YARDIM



EĞİTİM SEVİYESİ DÜŞÜK KİŞİLER VE RESİM YORUMLAMA

- Eğitim seviyesi düşük olan kişiler resimleri anlama konusunda güçlük çekerler (çünkü gerçek hayattaki üç boyutlu nesnelere bir resim veya fotoğrafta iki boyutlu olarak görünür).
- Derinlik, uzaklık ve diğer resme özel özellikler öğrenilebilir ve deneyimle birlikte gelişir.
- Görsel kavrama yeteneği herhangi bir yaşta öğrenilerek edinilebilir.
- Eğitimciler ve danışmanlar eğitim seviyesi düşük olan kişilerin resimleri verdiği mesajları anlamalarına yardımcı olabilir. Resimlerde, eğitim seviyesi düşük olan kişilerin genellikle anlamadığı noktalar:

1. Ön plana karşı arka plan
2. Perspektif (yakından çok uzağa)
3. Göreceli boyut ve yükseklik
4. Diğer nesnelere üzerine gelmiş nesnelere
5. Hareket
6. Duygu
7. Etkileşim halindeki insanlar
8. Zaman kavramı
9. Genel ipuçları ve semboller, örneğin, karikatür konuşma şekilleri, düşünce baloncukları, çizgili noktalar = bir şey görmek; kalpler = sevgi; @#ü! = kötü sözler; ! = şaşkınlık; veya X = olumsuzluk veya engelleme.