

2025 ICF Temel Yetkinlik Modeli

Eylül 2025'de yayınlanmıştır.



rev. 09.08.25

2025 ICF Temel Yetkinlik Modeli çevirisi ICF Türkiye Başkanı Beyza Erdem Balcı, MCC, Mesleki İç Düzenleme ve Etik Kurul Lideri Şahigan Gurbet, PCC ve Kurul üyeleri Asena Tanış Uluggerli, PCC, Aysun Şenocak, ACC ve Ebru Demir Koçak tarafından ICF Türkiye için hazırlanmış ve Kasım 2025'te yayınlanmıştır. Bu belgenin orijinali ICF Global web sitesinde www.coachingfederation.org [The Gold Standard in Coaching | ICF - Core Competencies \(coachingfederation.org\)](http://www.coachingfederation.org) adresinde mevcuttur.

ICF Temel Yetkinliklerinin Güncellenmesi

Özet

2025 küresel koçluk iş analizi çalışmasının temel amacı, koçluk uygulamalarının 2019'daki önceki iş analizinden bu yana nasıl geliştiğini anlamaktır. Hedef; koçlar için artık gerekli hale gelen yeni yetkinlikleri belirlemek, artık geçerli olmayan yetkinlikleri saptamak ve gerekli görüldüğünde mevcut yetkinlikleri revize etmektir. ICF Temel Koçluk Yetkinlikleri modeline yapılan güncellemeler, koçluk Bilgisinin, Becerilerinin ve Diğer Özelliklerinin (BBD'ler) nasıl değiştiğini değerlendirmek için titiz ve kanıta dayalı yöntemlerle gerçekleştirildi.

14 ay süren iş analizi; literatür taramaları, odak grupları, görev ve bilgi/beceri/diğer özellikler (BBD'ler) analizleri, anketler ve mevcut yetkinlik modelinin gözden geçirilmesi gibi çeşitli yöntemleri kullandı. Bu yaklaşımlar şu amaçlara hizmet etti: (a) 2019'daki son güncellemeden bu yana koçluk mesleğinde yaşanan değişiklikleri belirlemek, (b) bu değişikliklerin ICF yetkinlik modeline yönelik güncellemeleri nasıl yönlendirebileceğini saptamak. Bu yetkinlik modeli, dünya genelinde hem ICF üyelerinden hem de üye olmayanlardan oluşan, farklı koçluk disiplinlerini, eğitim geçmişlerini, koçluk tarzlarını ve deneyim seviyelerini temsil eden yaklaşık 3.000 koçtan toplanan verilere dayanmaktadır.

Yeni ana yetkinlik eklenmemekle birlikte, beş yeni alt-yetkinlik eklenmiş, mevcut 11 alt-yetkinlikte revizyon yapılmıştır. Ayrıca bir yetkinlik tanımı güncellenmiş ve terimlerin yer aldığı bir sözlük eklenmiştir. Bu sözlüğe EK bölümünden ulaşılabilir.

2025 ICF TEMEL YETKİNLİK MODELİ

A. Temel

1. Etik Kuralları Uygular

Tanımı: Koçluk etik standartlarını anlar ve bunları tutarlılıkla uygular.

1.01. Müşteri, sponsor ve tüm diğer ilgili paydaşlarla ilişkilerinde açıklık, dürüstlük ve kişisel güvenilirlik sergiler.

1.02. Müşterinin kimliğine, çevresine, deneyimlerine, değerlerine ve inançlarına duyarlılık gösterir.

1.03. Müşteri, sponsor ve diğer ilgili paydaşlarla uygun ve saygılı bir dille iletişim kurar.

1.04. ICF Etik Kurallarına uyar ve ICF Temel Değerlerini sürdürür.

1.05. Müşteri bilgilerinin gizliliğini, geçerli kanunlar ve ilgili sözleşmeler uyarınca korur.

1.06. Koçluk ile danışmanlık, terapistlik ve diğer destek disiplinlerin farklarını ve sınırlarını bilir ve korur.

1.07. Gerektiğinde müşteriyi diğer uygun disiplinlere yönlendirir.

2. Koçluk Zihin Yapısını İçselleştirir

Tanımı: Bir koç olarak kişisel ve mesleki öğrenme ve gelişimini sürekli olarak sürdürür. Gerekğinde koçluk süpervizörleri veya mentor koçlarla çalışır. Açık, meraklı, esnek ve müşteri merkezli zihin yapısı geliştirir ve sürdürür.

2.01. Müşterinin kendi seçimlerinden sorumlu olduğunu kabul eder.

2.02. Bir koç olarak güncel koçluk en iyi uygulamalarının ve teknolojinin kullanımının farkında olmayı da dahil edecek şekilde sürekli öğrenme ve gelişimini devam ettirir.

2.03. Koçluğunu geliştirmek üzere sürekli yansıtma pratiği yapar.

2.04. Kültürün, önyargıların ve bağlamın kendisi ve diğerleri üzerindeki etkisinin farkında ve açık olur.

2.05. Farkındalıklarını ve sezgilerini müşterilerinin yararına kullanır.

2.06. Kendi duygularını yönetme becerisini geliştirir ve sürdürür.

2.07. Her bir görüşmeye hazırlık aşamasında, görüşme sırasında ve sonrasında duygusal, fiziksel ve zihinsel iyi olma halini sürdürür.

2.08. Gerekğinde dış kaynaklardan yardım ister.

2.09. Kendisinde, müşteride ve koçluk sürecinde açıklığı ve merakı besler.

2.10. Kendi düşüncelerinin ve davranışlarının müşteri ve başkaları üzerindeki etkisinin farkında olur.

B. İlişkiyi Birlikte Oluşturma

3. Anlaşmaları Oluşturur ve Sürdürür

Tanımı: Müşteri ve ilgili paydaşlar ile koçluk sürecine, koçluk ilişkisine, planlamasına ve hedeflerine ilişkin açık ve anlaşılır anlaşma oluşturmak için iş birliği yapar. Tüm koçluk süreci için olduğu gibi her bir koçluk görüşmesi için de anlaşmalar yapar.

3.01. Potansiyel müşteriler ile paydaşlara kendi koçluk felsefesini açıklar ve koçluğun ne olduğunu ve ne olmadığını net bir şekilde tanımlar.

3.02. Müşteriyle ve ilgili paydaşlarla, koçluk ilişkisinde nelerin uygun olup olmayacağını, hangi hizmetlerin sunulup sunulmayacağını, koçluk hedefleri doğrultusunda çalışmaya yönelik taahhüt dahil olmak üzere, tarafların sorumluluklarını açıklayan anlaşmalar yapar.

3.03. Koçluk ilişkisine dair, lojistik bilgiler, ücretler, görüşme organizasyonu, süresi, sürecin sona erdirilmesi, gizlilik ve sürece diğerlerini dahil etme gibi konularda açıklık sağlayarak anlaşmaya varır.

3.04. Müşteri ve ilgili paydaşlar ile kapsamlı bir koçluk planı ve hedefleri oluşturmak için iş birliği yapar.

3.05. Müşteri ile müşteri-koç uyumluluğu konusunda iş birliği yapar.

3.06. Müşterinin görüşmeden ne elde etmek istediğini belirginleştirmesinde veya teyit etmesinde iş birliği yapar.

3.07. Müşterinin görüşme sonunda ulaşmak istediği sonuç için neyi belirlemeye ve neyi çözmeye ihtiyaç duyduğunu tanımlaması için alan açar/iş birliği yapar.

3.08. Koç, Müşterinin koçluk ilişkisinin bütününde ya da görüşme sonunda ulaşmak istediği sonuca ulaştığını anlaması için başarı ölçütünün tanımlanması ve teyit edilmesi için müşteriyle iş birliği yapar.

3.09. Görüşmenin odağı ve süresini yönetmek için müşteriyle iş birliği yapar.

3.10. Müşteri tarafından aksi talep edilmediği sürece, Koç tüm görüşme boyunca müşterinin istediği sonuca ulaşması yönünde koçluk yapmayı sürdürür.

3.11. Koçluk ilişkisini, müşteriye ve koçluk deneyimine saygılı bir şekilde kapatmak üzere müşteriyle iş birliği yapar.

3.12. Koçluk yaklaşımının müşterinin ihtiyaçlarını karşıladığından emin olmak için gerektiğinde koçluk sözleşmesini yeniden gözden geçirir.

4. İtimat ve Güven Oluşturur

Tanımı: Güven verici ve destekleyici bir ortam sağlayarak müşterinin özgürce paylaşım yapması için alan açar, iş birliği yapar. Karşılıklı saygı ve güven ilişkisini sürdürür.

4.01. Müşteriyi kimliği, çevresi, deneyimleri, değer ve inançları da dahil olmak üzere kendi bağlamı içinde anlamaya çalışır.

4.02. Müşterinin kimliğine, algısına, stiline ve kullandığı dile saygı gösterir; koçluğunu buna uyumlandırır.

4.03. Koçluk süresince müşterinin kendine has yeteneklerini, içgörülerini ve özgünlüğünü kabul eder ve saygı gösterir.

4.04. Müşteriyi destekler, empati ve ilgi gösterir.

4.05. Müşterinin duygularını, algılarını, endişelerini, kaygılarını, inançlarını ve önerilerini ifade etmesini kabul eder ve destekler.

4.06. Müşteriyle güven oluşturma amacıyla, açıklık ve şeffaflık sergileyerek kırılganlığını gösterir.

5. Koç Var Olma Halini Sürdürür

Tanımı: Müşteriyle tamamen bilinçli ve anda olarak bulunur; açık, esnek, sağlam ve güvenli bir tarz benimser.

5.01. Odaklı, gözlemci, empatik ve müşterinin ihtiyaçlarına cevap veren tarzını sürdürür.

5.02. Koçluk süreci boyunca merak gösterir.

5.03. Kendisi ve müşteri için anda ortaya çıkan durumlarla ilgili farkındalığını korur.

5.04. Müşteriyle anda ve odakta kalmak üzere duygularını yönetir.

5.05. Koçluk süreci boyunca, müşterinin güçlü duyguları ile çalışırken güven sergiler.

5.06. Bilmeme durumunda çalışmaktan rahattır.

5.07. Sessizlik, duraklama ve yansıtmayı kullanarak müşterinin farkındalık yaşaması için alan açar.

C. Etkili İletişim

6. Etkin Dinler

Tanımı: Müşterinin söylediklerine ve söylemediklerine odaklanarak, müşteri sistemlerinin bağlamında iletileni tam olarak anlayarak ve kendisini bütünsel olarak ifade etmesini destekleyerek dinler.

6.01. Müşterinin ifade ettiklerini daha iyi anlayabilmek için onun bağlamını, kimliğini, çevresini, deneyimlerini, değerlerini ve inançlarını dikkate alır.

6.02. Müşterinin ifade ediyor olduklarını daha iyi anlamak ve açıklık sağlamak üzere müşteriye yansıtma veya özetlemeler yapar.

6.03. Müşterinin anlattığının ardında daha fazlası olduğunda bunu fark eder ve araştırır.

6.04. Müşterinin duygularını, enerji değişimini, sözsüz ipuçlarını ve davranışlarını fark eder, kabul eder ve keşfeder.

6.05. Müşterinin kelimelerini, ses tonunu ve beden dilini bütünleştirerek müşterinin tam olarak ne iletiyor olduğunu saptar.

6.06. Müşterinin görüşmeler boyunca tema ve kalıplarını fark edecek şekilde davranış ve duygularındaki eğilimlerine dikkat gösterir.

7. Farkındalık Yaratır

Tanımı: Güçlü sorular, sessizlik, metaforlar ve benzetmeler kurma gibi araç ve yöntemleri kullanarak müşterinin içgörü ve farkındalık kazanmasını kolaylaştırır.

7.01. Neyin daha yararlı olabileceğine karar verirken müşterinin deneyimini dikkate alır.

7.02. Farkındalık ve içgörü uyandırmak amacıyla, gerektiğinde müşteriye meydan okur.

7.03. Müşterinin düşünme biçimi, değerleri, ihtiyaçları, istekleri ve inançlarına ilişkin sorular sorar.

7.04. Mevcut düşüncesinin ötesini keşfedebilmesine alan açmak amacıyla müşteriye sorular sorar.

7.05. Müşteriyi, o andaki deneyimini daha çok paylaşmaya davet eder.

7.06. Müşterinin gelişimini neyin zenginleştirdiğini fark eder.

7.07. Koçluk yaklaşımını müşterinin ihtiyacına göre uyarlar.

7.08. Müşteriye, mevcut ve gelecekteki davranış, düşünce veya duygu kalıplarını tanımlaması için alan açar.

7.09. Müşteriyi, nasıl ilerleyebileceği, ne yapmak istediği veya yapabileceği konusunda düşünmeye davet eder.

7.10. Müşteriyi, farklı çerçeveden bakması ve yeni bakış açıları oluşturması için destekler.

7.11. Müşterinin yeni içgörüler oluşturma potansiyeline hizmet edecek şekilde, kendi gözlemlerini, bilgisini ve duygularını, bağlanmadan, paylaşır.

D. Öğrenme ve Gelişimi Destekleme

8. Müşterinin Gelişimini Kolaylaştırır

Tanımı: Müşterinin farkındalıklarını ve içgörülerini eyleme geçirmesi yönünde müşteriyle iş birliği yapar. Tüm koçluk süreci boyunca müşterinin özerkliğini destekler.

8.01. Müşterinin yeni farkındalıklarını, içgörülerini veya öğrendiklerini, dünya görüşü ve davranışlarıyla bütünleştirmesi yönünde birlikte çalışır.

8.02. Müşterinin hedeflerini ve eylem adımlarını, sorumluluk üstlenme ölçütlerini tasarlaması ve yeni öğrendikleriyle bütünleştirmesi için iş birliği yapar.

8.03. Müşterinin hedefleri ve aksiyon adımlarını tasarlaması ve sorumluluk alması konularındaki özerkliğini kabul eder ve destekler.

8.04. Müşteriye, belirlediği eylem adımlarının oluşturacağı muhtemel sonuçları veya farkındalıkları düşünmesi yönünde destek verir.

8.05. Müşteriyi, sahip olduğu kaynaklar, destekler ve potansiyel engelleri dikkate alarak nasıl ilerleyeceğini düşünmeye davet eder.

8.06. Koçluk görüşmesi içinde veya görüşmeler arasında öğrendiklerini ve öngörülerini özetlemek için müşteriyle iş birliği yapar.

8.07. Koçluk bağlantısı boyunca öğrenilenleri bütünleştirmek ve ilerlemeyi sürdürmek için müşteriyle iş birliği yapar.

8.08. Müşterinin gelişimini ve başarılarını fark eder ve takdir eder.

8.09. Görüşmeyi kapatmak için müşteri ile iş birliği yapar.

Ek: ICF Temel Yetkinlikleri Terimler Sözlüğü

Sorumluluk Üstlenme (Accountability): Koçluk süreci sırasında üzerinde mutabık kalınan taahhütleri ve eylemleri yerine getirme sorumluluğu.

Anlaşma (Agreement): ICF Profesyoneli ile Müşteri(ler)/Sponsor(lar) arasında yapılan ve koçluk ilişkisinin şartlarını, beklentilerini ve koşullarını ana hatlarıyla belirleyen resmi bir belgedir. Genellikle koçluğun hedefleri, görüşmelerin süresi ve sıklığı, gizlilik politikaları, ödeme koşulları, iptal politikaları ve hem koçun hem de müşterinin sorumlulukları gibi ayrıntıları içerir.

Benzetme (Analogy): Bir kavram, süreç veya durumu açıklamak veya netleştirmek için iki şey arasındaki benzerlikleri ortaya koyan karşılaştırma.

Özerklik (Autonomy): Müşterinin kendi değer ve inançlarına dayanarak bağımsız kararlar alma ve eyleme geçme yeteneği.

İnançlar (Beliefs): Müşterinin kendini, başkalarını ve dünyayı görme şeklini şekillendiren kişisel kanaatler, varsayımlar ve yorumlar.

Önyargı (Bias): İçselleştirilmiş inançlar, değerler, tercihler ve kültürel varsayımlar tarafından şekillenen ve bir fikir, nesne, grup veya birey lehine ya da aleyhine eğilim oluşturabilen algı, yorum veya yargı farkı.

Beden Dili (Body Language): Müşterinin duyguları ve tutumları hakkında bilgi sağlayabilecek, jestler, yüz ifadeleri ve duruş yoluyla yapılan sözsüz iletişim

Meydan Okuma (Challenges): Koç tarafından müşterinin alışılmış kalıplarını, varsayımlarını veya anlatılarını sorgulamak amacıyla sunulan düşünce doğurucu müdahaleler.

Müşteri (Client): Koçluk yapılan birey, ekip veya grup üyesi; koçluk yapılan koç, mentörlük veya süpervizyon gören koç; ya da eğitim gören koç.

Müşteri Sistemi (Client Systems): Müşterinin yaşamını ve kararlarını etkileyen ilişkiler ve çevre ağı.

Koç Süpervizörü (Coach Supervisor / Coaching Supervisor): Kişisel, mesleki ve etik gelişim ve öğrenme için bir koçla (veya bir grup koçla) yansıtıcı diyalog ve iş birlikçi bir süreç yürüten deneyimli bir koç.

Koçluk Yaklaşımı (Coaching Approach): Müşterinin gelişimini desteklemek için koç tarafından kullanılan özel yöntem ve teknikler.

Koçluk Bağlantısı (Coaching Engagement): bir ICF Profesyoneli ile Müşteri(ler)/Sponsor(lar) arasındaki yapılandırılmış etkileşim. Bu bağlantı, ilk değerlendirme, hedef belirleme, düzenli koçluk görüşmeleri, ilerleme takibi ve sonuçların değerlendirilmesi dahil olmak üzere tüm koçluk sürecini kapsar.

Koçluk Felsefesi (Coaching Philosophy): Koçun uygulamalarını ve müşterileriyle etkileşimini yönlendiren temel teori, inançlar ve ilkeler.

Koçluk İlişkisi (Coaching Relationship): ICF Profesyoneli ve Müşteri(ler)/Sponsor(lar) tarafından her bir tarafın sorumluluklarını ve beklentilerini tanımlayan bir anlaşma kapsamında kurulan bir ilişkidir.

Gizlilik (Confidentiality): Yasal bir neden ya da gereklilik olmadıkça, zarar verme/görme tehdidi bulunmadıkça ya da Müşteri tarafından açıklanması için yazılı onay verilmedikçe koçluk ilişkisi içinde ya da çevresinde elde edilen her türlü bilginin korunmasıdır.

Bağlam (Context): Bir kişinin kendini, başkalarını ve dünyayı anlamasını şekillendiren koşullar, deneyimler, kültür, kimlik, çevre ve dünya görüşünün benzersiz birleşimi.

Kültür (Culture): Bir grubun onları bir bütün olarak tanımlayan ve davranışları ile karar alma süreçlerini etkileyen paylaşılan değerleri, inançları, dili, iletişimi, normları ve uygulamaları

Empati (Empathy): Başka bir kişinin duygularını anlama ve paylaşma yeteneği.

Enerji Değişimleri (Energy Shifts): Müşterinin koçluk sürecine katılımını ve ilerlemesini etkileyebilen duygusal veya fiziksel enerji seviyelerindeki değişimler.

Çevre (Environment): Müşterinin deneyimlerini ve kararlarını etkileyen fiziksel ve sosyal ortam.

Deneyimler (Experiences): Müşterinin algılarını, inançlarını ve davranışlarını şekillendiren olaylar ve etkileşimler.

Sağlam (Grounded): Dengeli ve merkezli olmak; genellikle koçun görüşme sırasında sakin ve odaklı kalabilme yeteneğini ifade eder.

Yardım/ Destek Disiplinleri (Helping/Support

Professions): Danışmanlık, terapi, sosyal hizmet gibi bazen koçluk uygulamalarıyla örtüşebilen, bireylere yardım ve destek sağlayan alanlar.

Kimlik (Identity): Müşterinin değerleri, inançları, kültürel geçmişi, rolleri, yaşam deneyimleri, kişiliği ve dünyayı algılama biçimini içeren kendilik algısı.

İçgörüler (Insights): Koçluk sürecinde ortaya çıkan ve kişisel gelişime yol açan yeni anlayış veya farkındalıklar.

Bilgi (Knowledge): Çalışma, gözlem, uygulama veya doğrudan deneyim yoluyla edinilen bilgi veya beceriler.

Başarı Ölçütü (Measure of Success): Koçluk sürecinin etkinliği ve sonuçlarını değerlendirmek için kullanılan kriterler.

Mentör Koç (Mentor Coach): Gözlemlenen veya kaydedilen koçluk görüşmelerine dayalı olarak başka bir koça geri bildirim sağlamak suretiyle, ICF Temel Yetkinlikleri ile uyumlu olarak kendine özgü koçluk tarzını ve becerilerini daha da geliştirmesi için iş birlikçi bir öğrenme süreci (mentör koçluk) sunan deneyimli bir koç.

Metafor (Metaphor): Bir şeyin başka bir şey olarak tanımlandığı, örtük bir karşılaştırma yaratan söz sanatıdır. Koçlukta, müşterinin deneyimlerini, duygularını veya durumları daha tanıdık veya canlı kavramlarla ilişkilendirerek anlamasını sağlamak için kullanılır.

Gözlemler (Observations): Müşterinin davranış ve etkileşimlerindeki kalıpları fark etme ve yorumlama eylemi.

İş Birliği (Partners / Partnering): Koç ve müşterinin, müşteri merkezli ortak bir hedefe ulaşmak için iş birliği yapması; müşterinin özerkliğini destekleyen, teşvik eden ve saygı gösteren süreç.

Algılar (Perceptions): Müşterilerin, deneyimlerini ve çevrelerini yorumlama ve anlama biçimleri.

Güçlü Sorular (Powerful Questioning): Müşteride daha derin düşünme ve farkındalık yaratmayı teşvik eden düşünce doğurucu sorular kullanma.

Koçun Var Olma Hali (Presence): Koçun, görüşme sırasında müşteriye tam dikkat ve katılım göstermesi.

İlerleme (Progress): Koçluk süreci aracılığıyla müşterinin hedefleri ve gelişiminde kaydedilen ilerleme veya iyileşme.

Yansıtma Pratiği (Reflective Practice): Koçluk becerilerini ve etkinliğini geliştirmek amacıyla kişinin kendi deneyimlerinden yola çıkarak öz değerlendirme yapması ve öğrenmesi süreci.

Farklı Çerçeveden Bakmak (Reframing Perspective): Müşterinin bir durumu, inancı veya deneyimi yeni bir şekilde görmesine destek olarak, yeni anlam, içgörü veya olasılıkları keşfedebilmesine olanak sağlamak

Duyguları Yönetme (Manage One's Emotions): Kendi duygusal tepkilerini sağlıklı ve bilinçli bir şekilde tanıma, anlama ve yönlendirme yeteneği.

Görüşme (Session): Koç ve Müşteri arasında yapılan koçluk konuşmasının gerçekleştiği zaman dilimi.

Sponsor (Sponsor): Sağlanacak koçluk hizmetleri için ödeme yapan ve/veya bunları düzenleyen ya da tanımlayan kuruluş (temsilcileri dahil) veya birey. Reşit olmayanlar için ebeveyn sorumluluğuna sahip olanlar da buna dahildir.

Paydaş (Stakeholder): Genellikle bir organizasyon içinde yer alan ve müşterinin koçluk sürecindeki ilerlemesiyle ilgisi bulunan kişi.

Müşterinin Güçlü Duyguları (Strong Client Emotion): Müşterinin koçluk görüşmesi sırasında ifade ettiği yoğun duygusal tepkiler veya deneyimler.

Tarz (Style): Bir koçun müşterilerle etkileşim kurma ve görüşmeleri yürütme biçimindeki kendine özgü yaklaşımı.

Başarı (Success): Koçluk süreci aracılığıyla hedeflerin gerçekleştirilmesi ve olumlu sonuçlar elde edilmesi.

Teknoloji (Technology): Koçluk sürecini geliştirmek için koçlar tarafından kullanılan araçlar, platformlar ve sistemler; dijital koçluk platformları, kendi kendine koçluk uygulamaları, görüntülü görüşme araçları, hedef takibi, iletişim ve ilerleme izleme sağlayan yapay zekâ sistemlerini içerebilir.

Değer / Değerler (Value or Values): Bir kişinin davranış ve kararlarını yönlendiren ilkeler ve standartlar.

İyi Olma Hali (Esenlik) (Well-Being): Bir kişinin duygusal ve psikolojik açıdan genel sağlık ve mutluluk durumu; dayanıklılığı, olumlu duyguları ve yaşamın zorluklarıyla etkili şekilde başa çıkabilme kapasitesini kapsar.

Bağlanmadan (Without Attachment): Koçluk sürecine, esneklik ve açıklığı mümkün kılacak şekilde, belirli sonuçlara aşırı bağlı olmadan katılmak.

Dünya Görüşü (Worldview): Bir kişinin inançlarını, değerlerini ve davranışlarını etkileyen dünyayı gördüğü ve yorumladığı genel bakış açısı.