



KİŞİLERARASI İLETİŞİM

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM LİSANS PROGRAMI

PROF. DR. YILDIZ DİLEK ERTÜRK

İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ AÇIK VE UZAKTAN EĞİTİM FAKÜLTESİ

İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ AÇIK VE UZAKTAN EĞİTİM FAKÜLTESİ

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM LİSANS PROGRAMI



KİŞİLERARASI İLETİŞİM

PROF. DR. YILDIZ DİLEK ERTÜRK

Yazar Notu

Elinizdeki bu eser, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi'nde okutulmak için

hazırlanmış **bir ders notu**
niteliğindedir.

ÖNSÖZ

Geçmişten günümüze iletişim biçimleri tarihin çeşitli dönemlerinde önemli değişimler geçirmiştir. Bu süreçlerde ağırlıklı olarak kişilerarasındaki iletişim her zaman değerini kurumuş ve bireylerin ikna edilmesindeki en etkili iletişim biçimlerinden biri olmuştur. İletişim araştırmaları özellikle 19. yüzyıldan itibaren etki kavramına odaklanmış ve kişilerarası iletişimde 'etki' araştırmaları da bugün de iletişim dünyasında ciddiyle tartışılmaktadır.

Bu ders kapsamında 14 hafta boyunca kişilerarası iletişim modelleri, etkili iletişim yöntemleri, beden dili, iletişim becerileri, sözlü ve sözsüz iletişim, dinleme becerileri, empatik yaklaşımlar, kurumsal davranış, kişilerarası iletişimde çatışmalar ve engeller konuları ayrıntılı şekilde ele alınmıştır. Bu konular farklı boyutlarıyla anlatılarak öğrencilerin edindikleri bilgileri içselleştirmeleri hedeflenmiştir.

Kişilerarası iletişim dersinde öğrendiklerinizi gündelik hayatınızca rahatlıkla gözlemleyebilir ve iletişim kurduğunuz kişilerle olan diyalogunuzda uygulayabilirsiniz.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	5
İÇİNDEKİLER.....	6
KISALTMALAR.....	11
YAZAR NOTU.....	12
1.1.İLETİŞİM.....	20
1.1.1. İLETİŞİMİN ÖZELLİKLERİ.....	20
1.1.2. ETKİLİ VE ETKİSİZ İLETİŞİM.....	21
1.1.3. KİŞİLERARASI İLETİŞİM.....	22
1.1.4. KİŞİLERARASI İLETİŞİM SINIFLAMASI.....	23
1.2. DERSİN BAŞINDAKİ SORULARA GERİ DÖNELİM.....	25
2.1.Halkla İlişkiler Ve Kişilerarası İletişim Arasındaki Analiz Kategorileri.....	42
2.1.1.Kategori 1:Kişilerarası İletişimin Önemini Kavramak.....	42
2.1.2. Kategori 2:Kişilerarası İletişimin Değişkenleri.....	42
2.1.3.Kategori 4: Kişilerarası Teori.....	47
2.2. Literatür Analizin Özeti.....	48
2.3. Halkla İlişkilerin Mükemmelliği.....	49
2.4. Anahtar Toplumsal ve Teknik Gelişmeler.....	50
2.5. Deneysel Araştırma Gündemi.....	51
3.1. İLETİŞİM KAVRAMI.....	65
3.2. İLETİŞİMİN ÖZELLİKLERİ.....	67
3.2.1. MESLEKİ İLETİŞİM BECERİLERİ.....	68
3.3. HALKLA İLİŞKİLER MESLEĞİNDE İLETİŞİMİN ÖNEMİ.....	70
4. 1. KAYNAK.....	84
4.2. KODLAMA.....	86
4.3. MESAJ (İLETİ).....	87
4.4. KANAL.....	89
4.5. KOD AÇMA.....	90
4.6. ALICI/HEDEF.....	91

4.7. GERİ BİLDİRİM.....	93
4.8. GÜRÜLTÜ.....	94
4.9.İLETİŞİMDE ETKİNLİĞİ SAĞLAMANNIN KOŞULLARI.....	95
5.1 İLETİŞİMİN TANIMLARI.....	109
5.2 İLETİŞİME GENEL BİR BAKIŞ.....	109
5.3 KİŞİLERARASI İLETİŞİM.....	110
5.4 KİŞİLERARASI İLETİŞİM SÜRECİ.....	110
5.5 İLETİŞİMİN KULLANIMLARI VE TÜRLERİ.....	111
5.6.KİŞİLERARASI İLETİŞİM YAKLAŞIMLARI.....	120
5.7. KİŞİLERARASI İLETİŞİM VARSAYIMLARI.....	121
6.1. SÖZEL/SÖZLÜ İLETİŞİM.....	137
6.2. SÖZSÜZ İLETİŞİM.....	139
6.2.1. Sözsüz İletişimin Önemi.....	141
6.2.2. Sözsüz İletişimin Öğeleri.....	142
6.2.2.1. Fiziksel Görünüm-Vücut Biçimi, Tipi, Büyüklüğü.....	143
7.1. BEDEN HAREKETLERİ VE VÜCUDUN DURUŞU.....	161
7. 2. MİMİKLER (YÜZ İFADELERİ) VE GÖZLER.....	168
7.3. BEDENİN ÇEVRE, KİŞİSEL MEKÂN ALGISI VE KALABALIK KULLANIMI....	170
7.4. BEDEN VE DOKUNMA.....	174
7.5. İnsan İlişkilerinde Bir beden dili kullanımı: Tokalaşma.....	175
7.6. BEDEN, RENK VE RENK TERCİHLERİ	175
7.7. BEDENİ GİYDİRMENİN DİLİ.....	178

8.1. KONUŞMANIN KARMAŞIK YAPISI	193
8. 2. KARŞILIKLI KONUŞMA ÇALIŞMALARINA ÜÇ YAKLAŞIM	194
8.3. KİŞİLERARASI İLETİŞİMDE KARŞILIKLI KONUŞMA.....	194
8.4. ETKİLİ BİR KONUŞMACININ TEMEL ÖZELLİKLERİ NELERDİR?.....	195
8.5. ETKİLİ KONUŞMA TEKNİKLERİ.....	198
8.6. KONUŞMA KURALLARI.....	199
9.1. İLETİŞİMİN ÜÇ AŞAMASI.....	219
9.2. DİNLEME BECERİSİ.....	220
9.3. İŞİTME-DİNLEME SÜRECİ.....	220
9.4. DİNLEME YANLIŞLARI.....	221
9.5. İYİ BİR DİNLEYİCİ OLMANIN YOLLARI.....	222
9.6. DİNLEME TÜRLERİ.....	224
9.7. ETKİN DİNLEME SÜRECİ.....	225
9.7.1.Etkin Bir Dinleme İçin Gerekli Aşamalar.....	226
9.7.2. Etkin Dinlemenin Yararları.....	227
10.1. EMPATİ KAVRAMI.....	240
10.2. EMPATİ VE İLETİŞİM.....	240
10.3. Empati Teorisi.....	242
10.4. ANLAMAK İÇİN EMPATİ.....	244
10.5. İŞ YERİNDE EMPATİ.....	247
11.1. ÇATIŞMA.....	260

11.1.1. Çatışma ve Rekabet Arasındaki Fark.....	260
11.1.2. Çatışma faktörleri.....	260
11.1.3. Çatışma Yaratıcı Bireysel Faktörler.....	261
11.1.4. Çatışma Tipleri.....	262
11.2. KURUMSAL ÇATIŞMA.....	264
11.2. 1. Kurumsal Çatışmayı Tetikleyen Engeller.....	265
12.1 KURUMSAL DAVRANIŞ.....	284
12.2. KURUMSAL İLETİŞİM.....	286
12.3. BİÇİMSEL İLETİŞİME GÖRE ÇALIŞAN İLİŞKİLERİ.....	294
12.4. KURUM KÜLTÜRÜ VE İLETİŞİM.....	299
12.4.1.Güç Kültürü.....	299
12.4.2.Bürokratik/Rol Kültürü.....	299
12.4.3. İş-Süreç Kültürü.....	300
12.4.4. Birey Kültürü.....	301
13.1. KİŞİLERARASI İLETİŞİM MODELLERİ.....	314
13.1.1. Lasswell Formülü.....	314
13.1.2. Gerbner'in Genel İletişim Modeli.....	314
13.1.3. Matematiksel İletişim Modeli.....	316
13.1.3.1. Shannon ve Weaver Modeli.....	317
13.1.3.2. Osgood ve Schramm 'ın Dairesel Modeli.....	318
13.1.3.3.Dance'in Sarmal Modeli.....	319
13.1.4. PSİKOLOJİK MODELLER.....	321
13.1.4. 1. Houlard'ın İletişim Modeli.....	321

13.1.4. 2. Westley ve MacLean'ın Modeli.....	321
13.1.3. Sosyal Modeller.....	321
13.1.3.1. Riley / Riley'in Modeli.....	322
14.1 KİŞİLERARASI İLETİŞİM MODELLERİ (devam).....	335
14.1.1. Sosyal Psikolojik Modeller	335
14.1.1.1. Newcomb'un ABX modeli.....	335
14.1.1.2 Birlikte Yönelimin Uçurtma (Co-oryantasyon Modeli).....	336
14.1.1.3 Uyum ve Uyumsuzluk Kuramı.....	337
14.1.1.4 Bir Yakınlaşma Modeli.....	339
14.1.1.5 Westley Ve Maclean'ın İletişim Araştırması İçin Kavramsal Modeli.....	340
14.1.1.6 Maletzke'nın Kitle İletişim Süreci Modeli.....	341

KISALTMALAR

KİA : Kitle İletişim Araçları

YAZAR NOTU

Bu ders, halkla ilişkiler ve iletişim uzmanlık alanında özel bir çalışma alanını kapsamaktadır. Siyasal iletişim konusuna farklı boyutlarıyla yaklaşmaktadır.

1. KİŞİLERARASI İLETİŞİME BAŞLARKEN

Bu Bölümde Neler Öğreneceğiz?

1.3. İLETİŞİM

1.3.1. İLETİŞİMİN ÖZELLİKLERİ

1.3.2. ETKİLİ VE ETKİSİZ İLETİŞİM

1.3.3. KİŞİLERARASI İLETİŞİM

1.3.4. KİŞİLERARASI İLETİŞİM SINIFLAMASI

1.4. DERSİN BAŞINDAKİ SORULARA GERİ DÖNELİM

Bölüm Hakkında İlgi Oluşturan Sorular

- 1) Normallik – anormallik nedir?
- 2) Uyumsuz davranış nedir?
- 3) Kişilik ve kişilik bozukluğu nedir?

Bölümde Hedeflenen Kazanımlar ve Kazanım Yöntemleri

Konu	Kazanım	Kazanımın nasıl elde edileceği veya geliştirileceği
Etkili ve etkisiz iletişim	Etkili ve etkisiz iletişimin ilişkisi	Etkili ve etkisiz iletişim konularının gelişimiyle ilgili okumalar yapılmalı

Anahtar Kavramlar

İletişim, Kişilerarası İletişim, etkili ve etkisiz iletişim

Giriş

İnsanların anlaşabilmeleri, birbirlerini anlayabilmeleri için iletişim kurmaları gerekmektedir. İnsanlar sağlıklı, açık ve anlaşılır iletişim kuramadıkları zaman yaşamlarında pek çok sorunla karşılaşmaktadırlar. Evde, okulda, iş yerinde pek çok sorun insanların yaşamlarını olumsuz etkilemektedir. Bu sorunların en önemli sebebi de insanların birbirlerini dinlememeleri ve bu yüzden de birbirlerini anlamamalarıdır. Birbirini dinlemeyen ve anlamayan insanlar eninde sonunda bir çatışma yaşamakta ve sorunlarını çözemediklerini için ertelemektedirler. Daha sonraki süreçte bu sorunlar tekrar tekrar gündeme gelmekte, insanların birbirlerinden soğumalarına sebep olmaktadır.

Yapılan bir araştırmaya göre bir iletişimin kişiler arası iletişim sayılabilmesi için 3 şart aranır.

1. Yüz yüze olması
2. Katılımcılar arasında bir mesaj alışverişinin olması
3. Söz konusu iletişim sözlü veya sözsüz nitelikte olmasıdır.

Örneğin yazışmalar kişiler arası iletişim sayılmaz. Bu çok sayıda tanımın bulunduğu nokta kişiler arası iletişimin psikolojik nitelikli bir bilgi alışverişi olduğudur. Bu arada bir noktayı belirtmekte yarar var; sadece sosyal roller arasında kurulan ilişkiler kişiler arası iletişim değildir. Kişiler arası iletişimin olması için mutlaka o sosyal rolün dışına çıkılmalıdır. Örneğin hoca ile öğrenci arasındaki iletişim sadece derse yönelikse bu kişiler arası iletişim değildir. Ne zaman ki dersin dışına çıkılıp kişisel konulara girilince o zaman kişiler arası iletişim gerçekleşmiş oluyor. Yine bir tanıma göre de kişiler arası iletişim kişileri başkalarından ayıran özellikler, kişisel tutumlar, düşünceler, beğeniler belirlenecek biçimde bir bilgi alışverişi yapıldığında gerçekleşmektedir. Kişiler arası iletişimin en karmaşık aracı olan konuşma; bilgi aktarma, başkalarının davranışlarını yönlendirmeye, buyruklarla, kimi kez şakayla, kimi kez saldırgan kırıncı sözlerle karşıdakini etkilemek için kullanılır. Kişiler arası iletişim kendini iki şekilde gösterir: Sözlü ve sözsüz. Sözlü iletişimde konuşma en önemli yeri tutarken sözsüz iletişimde ise, yüz anlamları, göz hareketleri, bedenin duruşu, giyinmeyi, sesin özelliklerini içeren bu iletişim beden dili olarak bilinir. Kişinin bedensel duruşu kişinin içinde bulunduğu duygusal durumu açıklayabilir. Örneğin; kızgınlık, ilgisizlik, utanma, kararsızlık vb.

Kişilerarası ilişkiler; hem bireyin kişiliğinin oluşumunda, hem de diğer bireylerle kurduğu iletişimin niteliğinde önemli bir role sahiptir. Kişilik gelişimiyle ilgili çalışmalarda da bireyin, kendisi ve çevresiyle uyumu vurgulanmaktadır(Yanbastı,1990).

Dünyada ve ülkemizde özellikle son yıllarda bireyin, kendine özgü özelliklerini araştırmak, yerini bireyi bir bağlam içerisinde değerlendirmek ve incelemek çabalarına bırakılmaktadır (Kağıtçıbaşı, 1991).Bu çabaların bir kısmı kültür gibi daha geniş bir perspektiften yürütülmekte, diğer bir kısmı ise bireyin diğerleri ile ilişkilerini içermektedir.Bu çabalar sonucunda, kişilerarası ilişkiler bir alt çalışma alanı olarak giderek daha fazla öne çıkmaktadır.

Kişilerarası kuram, bireyin kişiliğini anlamaya ve kişiliğe ilişkin açıklamalarda bulunmaya odaklanmaktadır ve kişiliğin bazı soyut kavramlar ya da biyolojik, genetik özellikler ile değil, bireyin ilişkileri içinde geliştiğini ve bu ilişkilerle açıklanabileceğini savunmaktadır(Sullivan, 1953).

1.5. İLETİŞİM

İletişim, duygu, düşünce veya akla gelebilecek her türlü yolla bilginin başkalarına aktarılmasıdır. İletişim sözcüğü Latince “communicare” kökünden gelmektedir ve dilimizde kominikasyon, haberleşme veya bildirişim sözcükleriyle de tanımlanmaktadır.

Tabak’a (1999:1) göre “İnsanlar iletişimi kendilerini anlayabilmek, başkalarına anlatabilmek, başkalarını tanımak ve etkilemek amacıyla kullanırlar. İletişim kişilerarası ilişkileri, örgütleri, toplumları oluşturan ve bir arada tutan temel etkidir. Toplumsal yaşam içinde bireyin benliğini var edebilmesi ve başkalarıyla birlikte bir işi gerçekleştirebilmesi ancak iletişimle olanaklıdır. Birey kendi deneyimleri kadar, iletişim yoluyla başkalarının deneyimlerinden de yararlanarak yeni bilgi ve becerilere ulaşır”.

Ersanlı ve Balcı’ya (1998: 7) göre “İnsan doğduğu andan itibaren, çevresiyle iletişim kurmaya çalışır. Gelişen teknoloji bir yandan iletişimi kolaylaştırırken, diğer taraftan karmaşıklaşan dünya ise iletişimi giderek zorlaştırmaktadır. Bu nedenle günümüzde iletişim, bir insanın teknik olarak bilmesi ve becerilerini iyice geliştirmesi gereken bir araç olmuştur”.

Bilen (2004: 39)’e göre iletişimde başarılı olanlar genellikle kendisine güvenen, saygılı, işbirliği ve paylaşmaya istekli, sorunlara dönük ve çözüm arayıcı kişilerdir. Fikirlerini inatçı bir yaklaşımla savunan, kendi görüşlerinden başka doğru tanımayan; güvensiz, korku içinde yaşayan kimseler genellikle iletişim kuramayan tipleri oluştururlar. Dengeli ve olumlu ilişki kurabilen kişilerin duygusal güvenlik içinde oldukları; olayları, durumları gerektiği biçimde yorumlayabildikleri ve kendileri kadar çevresindeki insanların gelişimine katkı getirme çabası gösterdikleri de belirtilmiştir.

1.5.1. İLETİŞİMİN ÖZELLİKLERİ

Baltaş ve Baltas (2002,19-21) iletişimde anlaşılmaya zemin hazırlayacak ve anlaşmayı kolaylaştıracak bazı özellikler olduğunu ifade etmişlerdir. Bu özellikler şunlardır:

1. İletişimde İlk Dakika (Başlangıç) Önemlidir.

Karşı karşıya gelen iki kişi arasındaki ilk etkileşim, iletişim sürecinin önemli bir belirleyicisidir. Bu etkiyi yaratan faktörler, karşılaşılan kişinin beden dilinden, kullandığı kelimelere ve kişinin taşıdığı bütün aksesuarlardan içinde bulunduğu fiziki ortam nesnelerine kadar geniş bir dağılım gösterir. İşte bütün bu faktörlerin bileşkesi “algılayan kişinin”

değerlerinde bir yer bulur, o çerçeve içinde yorumlanır ve kişiye iletişimin ilk anında bir “karar” veririr. Böylece algılayan kişi karşısındaki kişiye zihninde bir etiket yapıştırır. Bu karar olumlu veya olumsuz olabilir.

2. İletişim Kişiyeye Karşın Değil Kişiyeye Yapılır.

İletişim başka bir kişiyeye birlikte yapılandırılan bir süreçtir. İletişim onu oluşturan bireylerden birinin aktif oluşu, diğerinin ise bu eylemi izlemesi ile kurulamaz. Eğer alıcı kişi hazır değilse, iletişim yolu tıkanır.

3. İletişim Süreci Bir Bütündür.

İletişimi kelimeler, eller, gözler gibi bütünlüğünden soyutlayarak ve süreçteki bir kesite bakarak değerlendirmeye çalışmak ayrıca sözsüz iletişim işaretlerini veya sözlü iletişim içeriğini tek tek değerlendirerek sonuçlara varmak bizi yanıltabilir. İletişim sürecini bunların tümü ışığında değerlendirmeye almamız gereklidir.

1.1.2. ETKİLİ VE ETKİSİZ İLETİŞİM

İletişim kurma yolları öğrenilmekle beraber, bazen sağlıklı ve etkili olanlar yerine işe yaramayan iletişim yolları da öğrenilebilir. O nedenle, kişilerarası ilişkilerin hepsi her zaman etkili olamayabilmektedir.

Etkili kişilerarası iletişim, mesajı alan kişinin mesajının anlamını, veren kişinin iletmek istediği anlamda alması halinde gerçekleşmektedir.

Cihangir’ e (2004: 6) göre kurduğumuz iletişimlerde karşımızdaki kişiyi anlamak ve söylediklerini kabul etmiyorsak bile olumlu bir tutumla onu anlamaya çalışmamız önemlidir.

Etkili iletişim için gerekli olan en önemli beceriler etkili dinleme ve etkili tepki vermedir. Etkili kişilerarası iletişim, demokratik yaşamın bir gereği olarak ortaya çıkmaktadır ve bunu başarabilmenin yolu iletişime giren tarafların bunun için istekli olmasıdır. Taraflardan birinin isteksiz olması, iletişimi başarısız kılmaktadır. Özellikle önemli bir konu konuşulacağıında, her iki tarafın hem zaman hem de duygusal açıdan iletişime hazır olmaya özen göstermesi önemlidir.

1.1.3. KİŞİLERARASI İLETİŞİM

İnsan topluluğu hangi bakış açısı ile incelenirse incelenirsin kişilerarası ilişkilerin çok önemli bir yer tuttuğu görülür. Kişilerarası davranış belirgin bir biçimde uyuma yöneliktir. Güçlü, olumlu ve karşılıklı kişilerarası bağlar bulunmaksızın bireylerin yaşamlarını sürdürebilmeleri mümkün olamamaktadır.

İletişim sadece sözcük alışverişi değildir; sözcüklerin ötesinde her davranış bir mesaj içerir. Her iletişimde, insanlar birbirlerine bir takım anlamlar yükledikleri semboller gönderirler. Bu semboller sözel olabilir (bütün sözler semboldür) ya da olmayabilir (yüz ifadeleri ve el hareketleri semboldür).

Dökmen (1994: 23) kişilerarası iletişimi “kaynağını ve hedefini insanların oluşturduğu iletişim” olarak tanımlamıştır.

Johnson ve Johnson’ a (1987) göre “kişilerarası iletişim, kişilerarası ilişkilerde herkesin mesajları aynı zamanda hem alıp hem verdiği, hem yorumlayıp hem sonuç çıkardığı bir süreçtir”. Johnson, kişilerarası ilişkileri ve niteliklerini üç grupta ele almaktadır:

1. Başkalarını tanımak ve güvenmek: Kendini açma, kendinin farkında olma, kendini kabul etme ve kendine güven özelliklerini içermektedir.

2. Diğerlerini anlamada kesin, somut, açık olmak: Düşünce ve duyguları kesin biçimde söyleyebilmeyi içermektedir. Sıcaklık ve insanlardan hoşlanma kişilerarası ilişkilerde önemli özelliklerdendir.

3. Diğerlerini etkilemek ve onlara yardım etmek: Karşılıklı olarak ilişkide bulunan kişilerin birbirlerini etkilemeleri ve destek vermeleri özelliklerinden oluşur. Başkasının sorunlarına, ilgilerine yardım edici tepki verme; kabul edici, destekleyici iletişim kurma; insanlar yapıcı biçimde kendi çelişkileriyle yüzleştirme; bir başkasının davranışını etkilemek için pekiştireç verme ve model alma bu grubun becerileridir.(Akt: Görür,2001,15).

İnsan, hem sahip olduğu potansiyeli geliştirme hem de çevresindeki diğer insanlarla paylaşabilme, uyumlu ve doyumlu ilişkiler içinde olma ihtiyacına sahiptir. Bir kişinin diğerinin duygu, düşünce ve davranışını etkilemesi süreci olarak kabul edilen “kişilerarası iletişim” bireyin güvenli, mutlu, üretken gibi özelliklere sahip olabilmesindeki fonksiyonu bakımından da önemi giderek artan kavramlar arasında değerlendirilmektedir.

1.1.4. KİŞİLERARASI İLETİŞİM SINIFLAMASI

İletişim en az iki insan arasında kurulabilir. Bireylerden birinin diğerinin bildiği şeyleri bilmesi, değer verdiği şeylere değer vermesi, hissettiklerini hissetmesi ve onunla aynı kararları alması konusunda gösterdiği isteklilikle iletişimi başlatır.

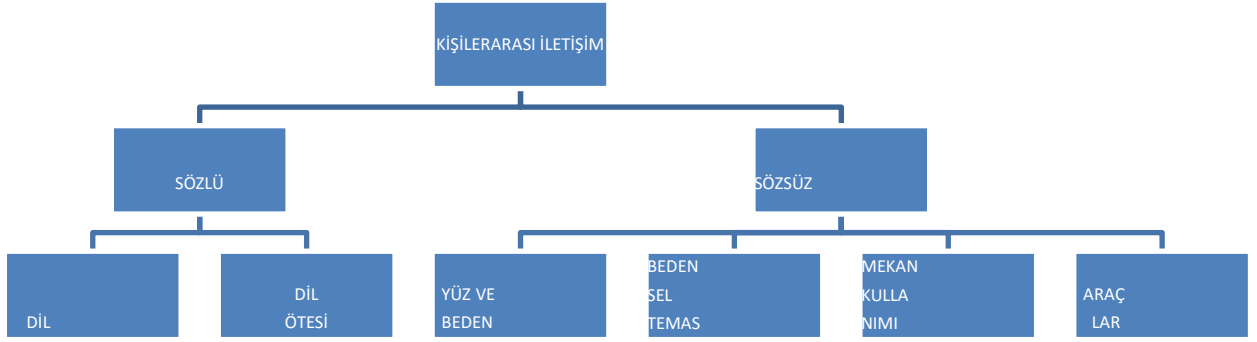
Myers ve Myers (1988) kişilerarası iletişimdeki dört temel ögeyi tanımlamışlardır:

1. Kişi, iletişimi ve iletişim tarzını başkalarının anlatmasıyla değil, kendini keşfederek öğrenmektedir.
2. İletişim; sembollerin kullanımını, sezgileri, gözlemleri, çıkarımları, anlamları ve sözel alışkanlıkları içerir. Tesadüfi değil, bilinçlidir ve içerdiği faktörler yeterince anlaşıldığında önceden kestirilebilmektedir.
3. İnsanlar, iletişim sürecinde elde edilen bilgileri, başkalarına zarar verecek biçimde kullanabilecek reklamcılar, propagandacılar, arkadaşlar tarafından sık sık yanlış yönlendirilebilmektedir.
4. Kişinin kendisi dışında hiç kimse iletişim tarzı konusunda bir şey yapamaz, çünkü iletişim kişinin içinde başlar; görülen, duyulan, hissedilen, koklanan ya da tadılan herhangi bir şeyden ilk olarak etkilenen kişinin kendisi olmaktadır. Dolayısıyla insanların iletişim becerilerini geliştirmesi çaba ve motivasyon gerektirmektedir (akt. Cihangir, 2004: 5).

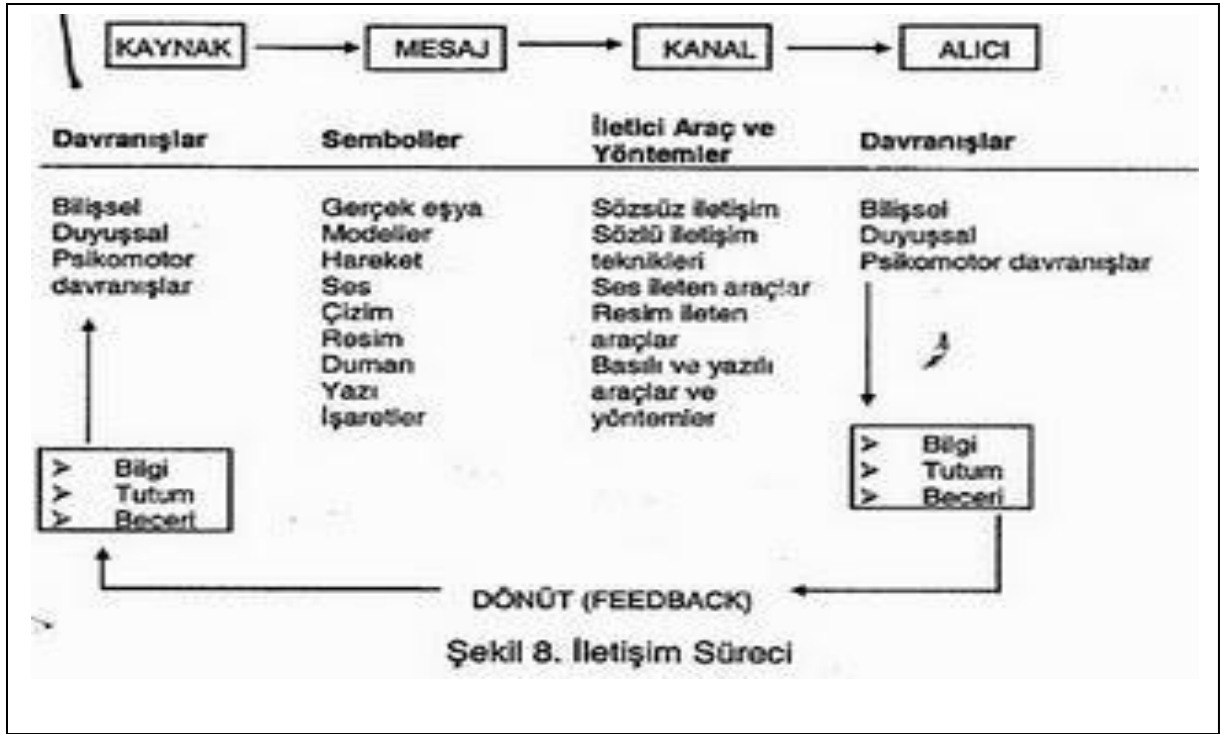
Tubbs ve Moss (1974) bir iletişimin “kişilerarası iletişim” sayılabilmesi için şu üç ölçütün gerekli olduğunu belirtmişlerdir:

- a) Kişilerarası iletişime katılanlar, belli bir yakınlık içinde yüz yüze olmalıdır,
- b) Katılımcılar arasında tek yönlü değil, karşılıklı mesaj alışverişi olmalıdır,
- c) Söz konusu mesajlar sözlü ve sözsüz nitelikte olmalıdır; bu iki tür mesaj dışındaki mesajların kullanıldığı iletişimler, örneğin yazışmalar, kişilerarası iletişim sayılmaz (akt: Dokmen, 1994: 24).

Dökmen (1994: 27) kişilerarası iletişimi sözlü ve sözsüz olarak iki ana sınıfa ayırmıştır ve bu sınıflardan her birisini kendi içinde alt sınıflara bölmüştür:



Şekil 1. Kişilerarası iletişim sınıflaması (Dökmen, 1994).



1.6. DERSİN BAŞINDAKİ SORULARA GERİ DÖNELİM:

✘ Kendinizden farklı olanlarla nasıl iletişim kurarsınız?

Bu sorunun cevabını düşünmeye devam edin lütfen. Şimdi aşağıdaki soruların cevaplarına bakalım.

✘ Sapkınlık Nedir?

Bir kişi toplumdaki diğer kişilerden belirgin bir şekilde farklıysa ve bu farklılık diğerleri tarafından olumsuz bir şekilde değerlendiriliyorsa bu bir sapkınlık olarak değerlendirilmiştir.

Eğer toplum bir insana “sapkın” rolü verirse ve ondan o role uygun davranışlar beklerse; bu beklentiler aynı zamanda toplumun da beklentisi haline gelir ve kişi sonunda o beklentilere uygun olarak davranmak zorunda kalır.

Sapkınlık tarih içinde altı kategoride toplanmış

1. İnsanlardan aşağı insan altı bir varlık olarak tanımlanmıştır. (hayvan gibi davranılan birinin tekrar insanlaştırılması zordur)
2. Tarihte bir tehdit aracı olarak görülmüştür. Cana, mala, sosyal düzene zarar vereceği düşünülmüştür.(1900-1925 yılları arasında ki bir görüşe göre sapkın kişiler toplum içinde yaşama hakkı verilirse, toplumun düzeninin bozacağına inanılmış ve yok edilmeye çalışılmıştır.)

3. Tarihte zavallı bir varlık olarak görülmüş ve ona bir acıma nesnesi gibi bakılmış, eğer akıl sağlığı bozuksa anne-babasının işlediği günahların bir sonucu olduğu gibi mistik gerçek dışı açıklamalarla değerlendirilmiş.
4. Sapkın kişi 3. maddenin tam tersine, kutsal bir varlık olarak görülmüştür. Sanki tanrının bir lütfu imiş gibi değerlendirilmiştir. Bu görüşe inananlar sapkınların tanrının meleği olduğuna inanmışlardır. Hatta onlara olağanüstü güçler verildiğine inanmış onlardan tanrısal beklentiler içine girilmiştir. Her ne kadar en iyi rollerden biri gibi görülse de bu durumda da sapkın birey toplumdan ayrılmıştır.
5. Gülünecek bir nesne gibi görülmüşlerdir. Eğlence yerlerinde gösteriler yaptırılmış, acayip giysiler giydirilmiştir. Komedi aracı olarak görülmüşlerdir.
6. Bir organizma gibi görülmüştür. Tıbbi model ağırlık kazanmıştır. Dışarıdan gelen bir güçlerin etkisiyle kişilerin ruhsal sağlığının bozulduğu düşünülmüş ve tedavi edilmeleri gerektiğine inanılmıştır.

Bütün bu rolleri dört kategori altında toplarsak

1. Toplumda yok edilmeye çalışılmışlardır
2. Toplumdan uzaklaştırılmış, dışlanmışlardır.
3. Tedavi edilmeye çalışılmışlardır.
4. Toplumsal ortaya çıkışları önlenmeye ve varsa toplumla kaynaştırılmaya çalışılmışlardır.

Anormallik nedir? Normal ve anormal kavramı;

1. Normatif,
 2. İstatistik ve
 3. Sosyal ölçülere göre değerlendirilir.
1. **Normatif ölçüye göre**, yargılamayı yapan kişiye ters düşen, onun görüşlerine aykırı olan, anormaldir.
 2. İstatistik ölçüye göre, ortalamadan çok aykırı düşen anormaldir.
 3. Sosyal ölçüye göre, o toplumsal ortam içinde uyumu çok iyi olup, yaşantısından ve halinden hoşnut olanlar normal, bu ortama uyum sağlayamayanlar anormaldir.

Toplumsal normlar açısından insan ve insan toplulukları her zaman aynı uyumu sağlayamazlar ve normlar de çok değişik olduğundan bir grup için normal olan toplumsal koşul, diğeri için anormal sayılabilir.

Normal Ve Anormal Kişilik Tipleri

Normal ve anormal arasındaki sınırın çizilmesideki bu zorluklara karşın, yine de belirgin biçimde ayırt edilebilen normal ve anormal kişilik tipleri vardır.

Bu tipler iki türlü sınıflama yapılarak ayrılabilir.

1. Birincisi anormalliğin işlevsel mi yoksa yapısal mı olduğu,
2. İkincisi anormalliğin psikonevroz mu yoksa psikoz mu olduğudur?

Yapısal ya da organik bozukluğunda, bozukluk belli bir organik nedene dayalıdır. Örneğin beyin doku ya da damarlarındaki doğuştan veya edinilmiş bozuklukları, kan hastalıkları, endokrin bozuklukları vs. sayılabilir.

İşlevsel bozukluklarda ise saptanabilen bir organik bozukluk yoktur, ancak kişinin sinir sisteminde edinilmiş bazı davranış değişiklikleri ya da bozuklukları oluşmuştur. Örneğin, çeşitli ruhsal nedenlere, streslere bağlı olarak, sinir sisteminin uyarılabilirliğinin artması ile çabuk sinirlenme, ya da vegetatif sinir sistemi dengesinin bozulması ile çeşitli vegetatif belirtilerin (çarpıntı, terleme, yüz kızarması, mide salgısı artması, nefes darlığı v.s.) genel davranış ve ruhsal durumu bozulmaları gibi.

Nevroz-Psikoz

Psikonevrozlarla psikozlar arasındaki ayırma gelindiğinde ise, psikonevrozların psikozlardan çok daha fazla sayıda görülmekte olup, kişinin düşünce, yargı, algı vs. ruhsal işlevlerinde fazla bir bozukluk göstermeyip, daha çok duygu bozukluğunun ön planda olduğu hastalıklardır. Bunlarda dış görünüm ve dış ortam ile ilişkilerdeki davranış genellikle normal gibidir. Asıl huzursuzluk kendi içlerindedir.

- ✘ Psikozlarda ise yargı, algı ve düşünce alanında bozukluklar ön plandadır ve dış ortam ilişkileri bozuk olup normal insan topluluğu içinde hemen göze batıp, o ortamda yaşamaları olanaklı değildir.
- ✘ Kişilik Bozuklukları
- ✘ DSM IV'de kişilik bozukluğu şöyle tanımlanmıştır. Kişinin içinde yaşadığı toplumdan önemli ölçüde sapmalar gösteren, sürekli bir davranış biçimidir; yaygındır ve esnekliği

yoktur. Ergenlik ya da genç erişkinlik yıllarında başlar, zamanla kalıcı olur. Sıkıntıya ve işlevsellikte bozulmaya yol açar.

- ✘ Kişilik özellikleri, toplumsal ve kişisel ortamlarda sergilenen, kişinin kendini ve çevresini algılaması, ilişki kurma biçimi ve düşünceleri ile ilgili süregiden bir örüntüdür.
- ✘ Kişilik özellikleri esneklikten yoksun, uyumu bozucu olduğunda, üretkenlikte bir bozulmaya ve sıkıntıya neden olduğunda ancak kişilik bozukluklarını oluşturur.
- ✘ Şu alanlardan en az ikisinde kendisini gösterir:

1-Biliş,2- duygulanım, 3-kişilerarası üretkenlik ya da 4-dürtü kontrolü.

Bu kişilik yapısı esneklik göstermez. Toplumsal, ailevi, mesleki ya da diğer önemli alanlarda bozulmaya neden olur. Bu yapı değişmez, uzun süredir vardır ve başlangıcı en azından ergenlik ya da erişkinlik dönemine uzanır.

- ✘ Kişilik bozuklukları incelenirken bireyin etnik, kültürel ve toplumsal geçmişi dikkate alınmalıdır. Göçten sonra, kültürden etkilenme sonucu oluşan sorunlarla ya da bireyin geldiği kültürden kaynaklanan alışkanlıkları, gelenekler, görenekler, din ve siyasal değerlerin dışavuruluş biçimi ile karıştırılmamalıdır.

Kişilik bozuklukları aileye, çevreye, topluma uyum problemleri ile ortaya çıkar.

Çocuklukta görülmeye başlayabilir, zaman içinde değişerek kalabilir. Bazen destek veren eşin kaybı veya bir iş travması gibi durumlardan sonra alevlenebilir. Orta veya ileri yaşta kişilik değişmesi olarak görülebilir.

- ✘ Bir kişilik bozukluğunda normal davranışların içine geçmiş ve ayırt edilemeyen normal dışı davranışlar olabilir. İçe dönüklük karşısında - dışa dönüklük, kapalı yaşantı karşısında - açık yaşantı, uzlaşmazlık - vicdanlılık görülebilir. Ayrıca, duygusal tepkisellik, toplumsal endişe, bilişsel çarpıklık, dürtüsellik, içten olamama, samimiyetsizlik, benmerkezcilik, yenilik arama, ödüle bağımlılık, zarardan kaçınma, baskınlık, yakın ilişkiye girme, sınır koyuculuk, ısrarcılık, olumlu duygulanma karşısında olumsuz duygulanma, haz arama karşısında acı çekmekten kaçınma, kendi başına üretmek yerine başkalarından beslenme boyutları vardır.

Kişilik bozukluğunun özellikleri ergenlik ya da erken erişkinlik döneminde tanınabilir.

Zamanla, yaşla birlikte Antisosyal ve Borderline Kişilik Bozuklukları giderek silinebilir veya yatışabilir. Ama Obsesif-Kompulsif ve Şizodipal Kişilik Bozuklukları için bu durum geçerli değildir.

Kişi aşırı bir stresle karşılaşmış ve kişilik değışikliğine uğramışsa, travma sonrası stres bozukluğu, madde kullanımı ile ortaya çıkmışsa, madde zehirlenmesi (Entoksikasyonu) ya da yoksunluğun incelenmesi. Genel tıbbi bir durum (Örneğin bir beyin tümörü), varsa genel tıbbi bir duruma bağı kişilik değışikliğinin araştırılması gerekir.

Uygulamalar

Davranış bilimleri ders notlarında kişilik ve tiplerini okuyunuz.

Zorunlu olarak okunacak ödev kitaplar: Sezuanın iyi insanı, Veronica ölmek istiyor, Martı.

Bu kitapları okuduktan sonra, NORMALLİK Mİ ANORMALLİKKTİR, ANORMALLİK Mİ NORMALLİKTİR? Sorusunu işlenen ders notlarını da baz alarak tartışıp yorumlayacağınız bir ödev hazırlayınız.

Uygulama Soruları

1.“İletişim, duygu, düşünce veya akla gelebilecek her türlü yolla bilginin başkalarına aktarılmasıdır. İletişim sözcüğü Latince “communicare” kökünden gelmektedir ve dilimizde kominikasyon, haberleşme veya bildirişim sözcükleriyle de tanımlanmaktadır.” Önermesini bu ilk dersin bilgileri ile gözden geçiriniz ve kendi mesleğiniz için temel oluşturacak alanlarla ilişkilendiriniz.

Bu Bölümde Ne Öğrendik Özeti

İki kişi arasında yüz yüze gerçekleşen iletişim. Kişiler arası iletişim genellikle kendiliğinden ve teklifsizdir. İletişimi gerçekleştirenler birbirlerinde sürekli geri bildirim alırlar. Roller görece esnektir. Çünkü taraflar nöbetleşe gönderici ve alıcı olarak iletişimde bulunurlar. Bu iletişimin gerçekleşmesi sırasında bireyler genellikle aynı fiziksel ortam içerisinde bulunurlar. Gelişen teknolojiyle beraber kişiler telefon ve chat gibi iletişim alanındaki teknolojiden yararlanarak iletişim kurmaktadır. Kişiler arası iletişimi bir şema ile gösterecek olursak; İletişim birey A'dan birey B'ye olduğu gibi aynı şekilde Birey B'den Birey A'ya doğru da olabilir. Burada bireyler arasında sürekli bir geribildirim gerçekleşmektedir. Geribildirim olmadığında iletişim gerçekleşmez, iletim gerçekleşir. İletişim çift taraflı iletim ise tek taraflıdır. Kişiler arası iletişimin diğer bir tanımına göre de başkalarını tartıp, varılan yargıya göre davranma sanatıdır. Kişiler arası iletişim kaynağını ve hedefini insanların oluşturduğu iletişimdir. Karşılıklı iletişimde bulunan kişiler, bilgi-sembol üreterek, bunları birbirlerine aktararak ve yorumlayarak iletişimi sürdürürler. Bazı araştırmalara göre ise her türlü iletişimi kişiler arası iletişim saymamak lazımdır.

Bölüm Soruları

1) Yapılan bir araştırmaya göre bir iletişimin kişiler arası iletişim sayılabilmesi için üç şart aranır. Bu üç şart doğru olarak hangi şıkta yer almaktadır?

- a) 1. Yüz yüze olması-2. Katılımcılar arasında bir mesaj alışverişinin olmaması- 3. Söz konusu iletişimin sözsüz nitelikte olmasıdır.
- b) 1. Yüz yüze olması-2. Katılımcılar arasında bir mesaj alışverişinin olması- 3. Söz konusu sözsüz nitelikte olmasıdır.
- c) 1. Yüz yüze olması-2. Katılımcılar arasında bir mesaj alışverişinin olması- 3. Söz konusu iletişim sözlü veya sözsüz nitelikte olmasıdır.
- d) 1. Yüz yüze olması-2. Katılımcılar arasında bir mesaj alışverişinin olmaması- 3. Söz konusu iletişim sözlü nitelikte olmasıdır.
- e) 1. Yüz yüze olmaması-2. Katılımcılar arasında bir mesaj alışverişinin olması- 3. Söz konusu iletişim sözlü veya sözsüz nitelikte olmasıdır.

2) Kişilerarası iletişimdeki dört temel ögeden biri değildir?

- a) Kişi, iletişimi ve iletişim tarzını başkalarının anlatmasıyla değil, kendini keşfederek öğrenmektedir.
- b) Kişi iletişimi medya aracılığıyla öğrenir ve sosyal ağları kullanarak kişilerarası iletişim kurabilir. Buna yüz yüze iletişim denir.
- c) İletişim; sembollerin kullanımını, sezgileri, gözlemleri, çıkarımları, anlamları ve sözel alışkanlıkları içerir. Tesadüfî değil, bilinçlidir ve içerdiği faktörler yeterince anlaşıldığında önceden kestirilebilmektedir.
- d) İnsanlar, iletişim sürecinde elde edilen bilgileri, başkalarına zarar verecek biçimde kullanabilecek reklamcılar, propagandacılar, arkadaşlar tarafından sık sık yanlış yönlendirilebilmektedir.
- e) Kişinin kendisi dışında hiç kimse iletişim tarzı konusunda bir şey yapamaz, çünkü iletişim kişinin içinde başlar; görülen, duyulan, hissedilen, koklanan ya da tadılan herhangi bir şeyden ilk olarak etkilenen kişinin kendisi olmaktadır.

3) Aşağıdaki ifadelerden hangisi *ilişki* kavramı için söylenemez?

- a) İlişki, iki veya daha çok insan arasındaki karşılıklı ilgi, bağ, münasebet, temas dayanışma anlamına gelmektedir.
- b) İlişki uzun süre karşılıklı etkileşimi içermektedir.

- c) Bir kişiyle bir defa karşılaşmak ya da aynı zamanda bir tarafın başka bir tarafa mesaj yollaması ilişki olarak adlandırılır.
- d) İlişki, iletişimle başlamakta, iletişimin kesilmesi ile sonlanmaktadır.
- e) İletişim, ilişkiyi de içinde barındıran daha üst bir şapkadır.

4) Sapkınlık tarih içinde altı kategoride toplanmıştır. Bunları dört başlık altında topladığımızda aşağıdaki şıklardan hangisi bu kategorinin dışında kalmaktadır?

- a) Toplumda yok edilmeye çalışılmışlardır
- b) Toplumdan uzaklaştırılmış, dışlanmışlardır.
- c) Sapkınlık tarih içinde hiç sorun olmadığı için fark edilmemişlerdir.
- d) Tedavi edilmeye çalışılmışlardır.
- e) Toplumsal ortaya çıkışları önlenmeye ve varsa toplumla kaynaştırılmaya çalışılmışlardır.

5) Etkili iletişim için gerekli olan en önemli beceri aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Tutum değişikliği
- b) Bilişsel etkiler
- c) Davranış değişikliği
- d) Dinleme
- e) Etkili dinleme

6. sözcüğü Latince “communicare” kökünden gelmektedir ve dilimizde kominikasyon, haberleşme veya bildirişim sözcükleriyle de tanımlanmaktadır.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) İletişim
- b) Kişilerarası iletişim
- c) Medya
- d) Etkileşim
- e) Reklam

7. göre “İnsanlar iletişimi kendilerini anlayabilmek, başkalarına anlatabilmek, başkalarını tanımak ve etkilemek amacıyla kullanırlar. İletişim kişilerarası ilişkileri, örgütleri, toplumları oluşturan ve bir arada tutan temel etkidir.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) Tabak

- b) Ersanlı
- c) Balcı
- d) Bilen
- e) Baltaş

8. göre, günümüzde iletişim, bir insanın teknik olarak bilmesi ve becerilerini iyice geliştirmesi gereken bir araç olmuştur”.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) Tabak
- b) Ersanlı
- c) Bilen
- d) Baltaş
- e) Cihangir

9. kişilerarası iletişim, demokratik yaşamın bir gereği olarak ortaya çıkmaktadır ve bunu başarabilmenin yolu iletişime giren tarafların bunun için istekli olmasıdır.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) Sözlü
- b) Sözsüz
- c) Etkili
- d) Etkisiz
- e) İstemsiz

10. göre “kişilerarası iletişim, kişilerarası ilişkilerde herkesin mesajları aynı zamanda hem alıp hem verdiği, hem yorumlayıp hem sonuç çıkardığı bir süreçtir”.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) Moss
- b) Sherif
- c) Myers
- d) Johson
- e) Tubss

Cevaplar: 1)c,2)b,3)c,4)c,5)e,6)a,7)a8)b,9)c,10)d

2. KİŞİLERARASI İLETİŞİM VE HALKLA İLİŞKİLER

Bu Bölümde Neler Öğreneceğiz?

2.1.Halkla İlişkiler Ve Kişilerarası İletişim Arasındaki Analiz Kategorileri

2.1.1.Kategori 1:Kişilerarası İletişimin Önemini Kavramak

2.1.2. Kategori 2:Kişilerarası İletişimin Değişkenleri

2.1.3. Kategori 3:Kişilerarası İletişimin Sınıflandırılmaları ve Modelleri

2.1.4.Kategori 4: Kişilerarası Teori

2.2. Literatür Analizin Özeti

2.3. Halkla İlişkilerin Mükemmelliği

2.4. Anahtar Toplumsal ve Teknik Gelişmeler

2.5. Deneysel Araştırma Gündemi

Bölüm Hakkında İlgi Oluşturan Sorular

- 1)Kişilerarası iletişim kavramı ilk nerede görülmüştür?
- 2)Kişilerarası iletişim değişkenleri nelerdir? Açıklayınız.
- 3)Kriz nedir? Açıklayınız.

Bölümde Hedeflenen Kazanımlar ve Kazanım Yöntemleri

Konu	Kazanım	Kazanımın nasıl elde edileceği veya geliştirileceği
Halkla İlişkiler Ve Kişilerarası İletişim Arasındaki Analiz Kategorileri	Halkla ilişkiler ve kişilerarası iletişim ilişkisi	Halkla ilişkiler ve kişilerarası iletişim hakkındaki metinlerin gözden geçirilmesi gerekmektedir.

Anahtar Kavramlar

Halkla ilişkiler, kişilerarası iletişim, literatür, teori.

Giriş

Tarihsel olarak halkla ilişkiler, teorileri için kitle iletişimine dönmüştür. Kitle iletişimi, önceki halkla ilişkiler uygulayıcıları gazetecilik alanında yetiştirildiklerinden ve medya ilişkilerinde pratik yaptıklarından dolayı başlangıçta uygundu. Ancak halkla ilişkiler geliştikçe ve olgunlaştıkça, kitle iletişim teorisi, uygun bir form olarak yetersiz olduğundan dolayı tek etki olması uzun sürmemiştir.

Gerek uygulayıcılarının gazetecilikten gelmesi, gerekse az şey bilen halkla ilişkiler uygulayıcılarının kitle iletişim aracılığıyla aktif kamuoyuyla iletişim kurmayı denemişlerdir. Bu yüzden, araştırmasını geliştirmek ve güçlendirmek için teorilere yönelmelerini beklemek olağan olmuştur. Bu noktada kişilerarası iletişim, halkla ilişkiler teorisi için değerli bir kaynak olmuştur.

Halkla ilişkiler ve kişilerarası iletişim arasındaki bağın araştırılması, halkla ilişkiler çalışmalarının tarihine yayılmıştır. Bu konuda çalışan araştırmacıları incelediğimizde; Broom (1997), halkla ilişkilerde ortak yönelime başvurulması üzerine olan çalışması kişilerarası iletişime başvurmakta ilk girişim olarak belirlenmekteyken, Ferguson (1984) ve Toth (1995) kişilerarası iletişimin halkla ilişkiler açısından önemini tartışmışlardır.

Halkla ilişkileri terimsel olarak açıklarsak; örgüt ve hissedarları arasındaki ilişkiyi yönetmek için iletişimin kullanımı olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım halkla ilişkilerin üç gerekli özelliğini içermektedir. Bunlar; iletişim, yönetim ve ilişkilerdir. Örgüt ve hissedarları arasındaki ilişki, uygulayıcılar için öncelikli bir özellik olarak kabul edilmektedir. Aynı zamanda halkla ilişkilerin, planlama ve sorun çözme özelliklerine sahip bir yönetim fonksiyonu olduğuna dair gelişen bir kanı vardır. İletişim, örgüt ve hissedarlar arasındaki ilişkiyi yönetmek için gereklidir çünkü iki tarafa da bilginin paylaşımını ve diyalog kurulmasını sağlamaktadır.

Halkla ilişkiler gibi kişilerarası iletişimin de çok sayıda tanımı vardır. Cappela kişilerarası iletişimi esas olan özelliğine indirgemmiştir; kişilerarası iletişim eylemin normal temeline mal edebilmenin ötesinde bir diğerinin davranışını etkiler. A kişisi B kişisi ile iletişim kurduğunda, her bir mesaj, B kişinin başka bir durumda davranacağından farklı bir şekilde davranmasına neden olabilmektedir. Kişilerarası iletişimin birçok tanımı, aslında ilişkinin tanımıdır.

İlişki, iki veya daha çok insan arasındaki dayanışma anlamına gelmektedir. İnsanlar bazı koşullarda bağlantıda bulunduklarında ilişkinin içinde olmaktadır. Birkaç türünü belirtmek gerekirse bağlantı; ahlaki, ekonomi, toplumsal, duygusal, coğrafi veya kültürel olabilmektedir. Bağlantı, birbirini bazı nedenlerden dolayı isteyen veya birbirine ihtiyacı olan, iki taraf arasındaki karşılıklı bağın oluşmasına ve etkileşimin kolaylaşmasına yol açmaktadır. Ayrıca ilişki uzun süre karşılıklı etkileşimi içermektedir. Taraflar arasındaki karşılıklı değişimleri içeren, uzun süreli bağlantı gerekmektedir. Bir kişiyle bir defa karşılaşmak ya da aynı zamanda bir tarafın başka bir tarafa mesaj yollaması ilişki değildir.

Halkla ilişkiler ve kişilerarası iletişim arasındaki birleşmenin canlılığını anlamak için kişilerarası iletişimin içeriğini kullanan halkla ilişkiler araştırmacılarının seçici analizleri temel sağlamaktadır. Bu analizlerde çeşitli kategorileri kullanmamız gerekmektedir. Bunlar;

2.1. Halkla İlişkiler Ve Kişilerarası İletişim Arasındaki Analiz Kategorileri

2.1.1.Kategori 1:Kişilerarası İletişimin Önemini Kavramak

Kişilerarası iletişim, halkla ilişkiler eserlerinde ilk kez kamu kampanyası literatüründe görülmüştür. Cartwright 1949’ da kampanyalarla davranış değişikliğini oluşturmak için kişilerarası iletişimin önemli olduğunu öne sürmüştür. Kamu kampanyalarındaki kişilerarası kanal, kitle iletişimi teorilerine önceki güvenin uzantısıdır. Kampanya araştırmacıları kampanyalardaki kitle iletişiminin etkilerini araştırmışlardır ve kişilerarası kanalın medya karması için gerekli olduğunu bulmuşlardır. Bir kitle iletişim araştırmacısı olan Chaffee, kitle iletişim hattını oluşturmuştur. Bilginin paralele kaynakları düşüncesi, bir kampanyada değişiklik yaratmak için kitle iletişimi ve kişilerarası iletişimin birlikte çalıştıklarını belirtmektedir.

Daha sonraki halkla ilişkiler yönelimli kampanya çalışmaları, kişilerarası iletişim kanalının önemini doğrulamaktadır. Kişilerarası iletişim, bir kampanyadaki davranış değişikliği oluşturmaya yardımcı olan basit bir kanal veya araçtır. Kişilerarası iletişimi halkla ilişkilere katmanın ilk yolu kavramadır. Kişilerarası iletişimin halkla ilişkiler açısından önemli olduğunu bilmek, bu iki alanın birleşmesinin diğer bulgularını gerçekleştirebilmemiz için önemli bir motivasyon sağlar.

2.1.2. Kategori 2:Kişilerarası İletişimin Değişkenleri

Bu kategori halkla ilişkiler olgusunu açıklamakta yardımcı olan kişilerarası iletişim değişkenlerini açıklamaktadır. Değişkenler genellikle mesajları oluşturan (yaratan) ve çözümleyen (yorumlayan) psikolojik faktörlerdir. Grunig tarafından gerçekleştirilen değişken çalışmaları, izler kitle bölümlendirilmesine yönelik yaklaşımında temel olarak bireysel farklılıkları kullanır. Kişilerarası değişkenleri kullanan halkla ilişkiler çalışmaları sayıca çok fazladır. Sallot’ un, kişilerarası iletişim tarafından yönlendirilen halkla ilişkiler araştırmaları envanteri mükemmel bir kaynaktır.

Bireyin bir soruna ya da konuya kişisel merakı anlamına gelen ilgi, halkla ilişkiler araştırmalarında en çok kullanılan kişilerarası değişkendir. İlgi, izler kitlenin bölümlendirilmesi, sorun yönetimi ve risk iletişim gibi halkla ilişkiler konularında kullanılmaktadır. İlgi J.Grunig’in durumsallık teorisindeki üç değişkeninden ve aktif ve pasif iletişimciler için de kamuları bölümlendirmek için kullanılan faktörlerden biridir. Aktif ve pasif iletişimin düzeyi, halkla ilişkiler uygulayıcılarının her bir kamunun bilgiyi aramasını ve

işlemesini anlamalarına yardımcı olmaktadır. Heart, ilgiyi risk iletişimi ve politik konularda kullanmıştır. Heart' in sorun yönetimine başvurusu, insanların politik konulara tepkilerinin analizini kapsamaktaydı. İlgi, insanların bilgiyi nasıl işlediklerini açıklayan Petty ve Cacioppo' nun ayrıntılı olasılık modeline bir bağlantıydı. İlgisi yüksek insanlar, mesajın içeriğine, mesajın kaynağından daha çok odaklanmaktadır. Bunun yanında ilgisi düşük insanlar mesajın içeriğinden çok mesajın kaynağına odaklanmaktadırlar. İlgisi yüksek insanlar siyasi konular hakkında daha fazla bilgiye sahiptirler ve faal olarak daha çok bilgi aramaktadırlar. Kamunun siyasi ilgisi hakkında bilgi sahibi olmak halkla ilişkiler uygulayıcılarına sorunları yönetmesinde yardımcı olmaktadır.

Değişken başvurumu, kişilerarası iletişimi halkla ilişkilere katmak için atılan ilk adımdır. Teorilerin parçaları (değişkenleri) halkla ilişkiler olgusunu açıklamak için kullanılmaktadır. Durumsallık teorisi olduğu takdirde, değişkenler halkla ilişkiler teorisinin birer parçası olmaktadır. Ancak birçok değişkenin başvuruları, kişilerarası kavramları daha büyük bir yapbozun küçük parçaları olarak kullanırlar, kişilerarası değişkenler sınırlı biçimde başvurulmalarından ötürü kısmi bir kavrayış sağlarlar.

2.1.3. Kategori 4: Kişilerarası Teori

Gerçek bir teori, bir değişkendeki değişimlerin öbürlerini nasıl etkilediği gibi öngördüklerin tanımlanmasının ötesinde ilerlemektedir. Halkla ilişkiler eylemlerini planlarken eylemlerin hissedarları nasıl etkilenmesi gerektiğini ve nasıl etkileyeceğini bilmek, teoriyi değerli yapmaktadır. Teori, sezginin ve tahminin yerine geçen mantıklı eylemler sağlamaktadır. Çok kısıtlı sayıdaki çalışmalar halkla ilişkilere kişiler arası iletişim sağlamaktadır. Öz fayda kuramı (self efficacy theory) ve atfetme kuramı (attribution theory) teoriye başvurmanın iki örneğidir. Anderson (1995), öz-fayda kuramını sağlık kampanyalarındaki mesajların etkilerini tatmin etmede ve açıklamada kullanılmıştır. Öz-fayda, bireyin başarıyla tehdit edici durumlarla başa çıkma yeteneği ilgilenir ve bireyin, başarıyla tehdit edici durumların üstesinden gelmesini sağlayan yeteneklerinden türetilmiştir. Öz-fayda düzeyi, tehdit edici durumun yönetimi için kullanılan çabanın büyüklüğünü etkilemektedir. Anderson, öz-faydayı desteklemek için oluşturulan kampanya mesajlarının, yeterliliğin daha güçlü algılanmasına neden olacağı ve çabalarının gerekliliğinin artırılacağı tahmininde bulunmuştur. Her iki tahminde kanıtlanmıştır. Bu öz-fayda ögesine sahip mesajlar, öz-fayda ögesinden yoksun olan mesajlardan daha çok öz-fayda ve daha çok

süreklilik sağlamıştır. Öz-fayda kuramı, sağlık kampanyalarının halkla ilişkilerinin belirli sonuçlarının tahmin edilmesini sağlamaktadır.

Coombs (1995,1998a) atfetme teorisini, insanların krizi algılamaları ve krizin örgütün itibarı üzerindeki etkilerini tatmin etmede ve açıklamada kullanılmıştır. Atfetme kuramı, özellikle beklenmedik bir olay olduğunda, insanların olayların sebeplerini araştırdıklarını ileri sürdürmektedir. İnsanlar olayı bir kişiye veya bir duruma atfedecektir. (Weiner, Perry&Magnusson, 1998). Farzedin ki bir beyzbol takımı, kazanması gereken oyunu kaybetti. Yenilgi, takım tarafından sergilenen kötü oyuna (birey/grup) veya yağmurlu havaya (durum) atfedilir. Kişiler arası iletişim araştırmacıları, atfetme kuramını uzun süre kurumsal rehber olarak kullanmışlardır. (Örn. Wilson, Cruz, Marshal&Rao,1993)

Üç rastlantısal boyut, atfetmenin gelişimini etkiler; istikrar, dıştan denetim ve kişisel kontrol/odak. İstikrar olayın sık (dengeli) veya seyrek (dengesiz) olarak meydana geldiğini göstermektedir. Olay ne kadar istikrarlı olursa, bireyin bir olaydaki sorumluluğuna atıf daha güçlü olmaktadır. Olay kişinin davranış özelliğinin bir bölümüdür. Dışsal kontrol, olayın dış kaynaklar tarafından kontrol edilmesini kapsamaktadır. Daha güçlü dıştan denetim, durumun olaydan sorumlu olması atfını güçlendirmektedir. Kişisel kontrol/odak, kasıtlılığ ve kişinin olayı kontrol etmesini yansıtmaktadır. Kişinin çoğalan algıları, bireyin bir olay için sorumluluğunun atıflarını arttırmaktadır (Russell, 1982; Wilson vd., 1993).

Coombs, krizlerin, beklenmedik olduğunu ve bu yüzden atıfsal araştırmanın başlatılması için bölgesel durumlar olduğunu tartışmıştır. Atfetme kuramının ilkeleri, daha sonra krizlere ve örgütlere uygun bir dile çevrilmiştir. Örgütsel sorumluluğun atıflarının örgütsel itibarla negatif bir ilişkiye sahip olduğunu iddia edilmiştir ve kanıtlanmıştır. Krizleri dışarıdan denetim ve bireysel denetim ile kategorize eden takım test edilmiş ve onaylanmıştır. (Coombs&Holladay, 1996). Kişisel denetiminin yükselen tutarlılığı (benzer krizlerin geçmişi) ve daha güçlü algısının kriz için örgütsel sorumluluğun algılarını yükselteceği ve örgütsel itibarla olumsuz etkiye sahip olacağı tahmin edilmiştir. Bu tahminler için destek bulunmuştur. Dış denetimin daha güçlü atıfları için, kriz için örgütsel sorumluluklarının algılarını azalttığı ve örgütsel itibar üzerinde olumlu etkiye sahip oldukları tahmin edilmiştir. Bu tahmin için hiçbir destek bulunamamış ve dıştan denetim değişken olarak araştırmadan çıkarılmıştır (Coombs,1998a). Atfetme kuramının belirli kriz türlerinin etkisinin ve örgütsel sorumluluğun algılanmasındaki kriz tutarlılığının ve örgütsel itibar üzerinde krizin etkisinin tahmin edilmesinde yararlı olduğu kanıtlanmıştır.

2.2. Literatür Analizin Özeti

Büyük kısıtlamaların tüm kişiler arası başvuruların halkla ilişkilere uyarlaması tartışmalarını engellemesine rağmen, literatür analizi kişiler arası başvurmanın alanı nasıl açıklayacağı konusunda nasıl yardımcı olacağı anlayışını getirmektedir. Kişiler arası iletişim değişkenleri halkla ilişkiler olgusu içine kavrayış ışıltıları önermesinin yanında, halkla ilişkiler için işlenmemiş meteryaller sağlanmıştır. Işıltılara, sınıflandırmalara, modellere ve güncel kuramlara doğru ilerledikçe daha büyük kavrayışlara doğru genişlemiştir. Halkla ilişkiler hareketinin bu ilişkiler üzerindeki etkisi yanında kişilerarası sınıflandırmaların ve modellerin ilişkileri oluşturma ve analiz etmekte yararlı oldukları kanıtlanmıştır. Oluşturma ve analiz etme, halkla ilişkiler çabalarının değerlendirme düzeyleri ve çabaları için gereklidir. Sınıflandırmalar ve modeller eylemlerini tahlil etmek için araçlarını sunarak kampanyaların otopsisini kolaylaştırır ve eylemlerin analizi için çerçeveler sağlar (Gibson,1991-1992). Kişilerarası kuramların, örgütler ve hissedarların ilişkilerindeki eylemlerin etkilerinin tatmin etmede yararlı olduğu kanıtlanmıştır. Teoriler aynı zamanda planlama ve değerlendirme için yararlı araçlar sağlamaktadır. Teori, hataları azaltarak planlamanın önemini arttırmaktadır ve halkla ilişkiler kıyaslanabileceği ana hatları sağlayarak değerlendirmelere yardımcı olmaktadır.

İlişkilere Doğru Süregelen İtki: Literatür analizi, ilişkilerin halkla ilişkilerde artan önemini göstermektedir (Broom vd.,1997). Halkla ilişkiler mükemmelliğindeki vurgu (iki yönlü simetrik model), son zamanlardaki sosyal ve etnik gelişmeler değişimi desteklenmektedir.

2.3. Halkla İlişkilerin Mükemmelliği

Halkla ilişkilerin mükemmelliği bir örgütün başarısını onun çeşitli hissedarlarının çatışan taleplerinin yönetmedeki hünerine ve ilişkilerini nasıl iyi yönettiğine bağlayan hissedarlar teorisine dayanmaktadır (Mitchell, Agle&Wood,1997, Rowley,1997). Halkla ilişkiler mükemmelliği ilişkilerin nasıl yöneltildiğini açıklamaya yardımcı olmaktadır. Mükemmellik iki yönlü simetrik iletişime dayandırılmaktadır. J.Grunig (1990) bu model aracılığıyla karşılıklı dayanışmayı savunmaktadır. Özellikle, daha sonraki yazılarında dedindiği gibi ilişki üzerinde odaklanma ihtiyacını geliştirmiştir. (örn. L.Grunig, J.Grunig&Ehling,1992). Örgüt hissedarlar ilişkisi halkla ilişkilerde merkezi bir yer almıştır, çünkü başarının anahtarıdır. Bunun yanında örgütler ayakta kalabilmek için bu hissedarlarla ilişki kurmalıdır. Kötü ilişkiler, hissedarların gerekli kaynakları saklanmasına yol açmasıyla

hatta boykotlar ve protestolar yoluyla örgüte saldırmalarıyla özgürlüğü kısıtlayabilir. Örgütün başarısı hissedarların ilişkilerini ne kadar iyi şekilde karşılandığına bağlıdır. (L.Grunig vd.,1992). J.Grunigin halkala ilişkilerde ilişkiye dikkat çekmesi hissedarlar kuramının ilgilerini ve terimlerini yansıtmaktadır.

İletişim J.Grunigin halkla ilişkiler mükemmelliğine bakışının temelidir. İki yönlü simetrik iletişim, iki taraf arasında alışveriş olan bir diyaloga dayanmaktadır. Bu yüzden ilişki örgüt ve hissedarları arasındaki etkileşimli iletişime dayanmaktadır. İki taraf da fikirleri paylaşır ve ilişkinin doğasını biçimlendirir (J.Gruning&L.Gruning 1992). Mükemmellik, iletişim örgüte yalnızca beklentileri anlamak için değil, onları müzakere etmek için olduğunu savunmaktadır. Etkileşim, ilişkinin uzun süre devam ettiğini göstermektedir. Bir ilişki, yalıtılmış iletişim vakaları yerine, uzun süreli vaatleri vurgulamaktadır. Bir örgütün 3 veya 4 ay bir hissedarla iletişim kurmadan ilerleye bilmesine rağmen, örgütün mevcut mesajlarını hissedarlarıyla olan bütün önceki etkileşimleriyle birlikte bu hissedarda yerleşik şekilde durmaktadır. Halkala ilişkiler mükemmelliği fikri, halkla ilişkilerdeki ilişki üzerinden yeni bir odak için önemli bir faktördür.

2.4. Anahtar Toplumsal ve Teknik Gelişmeler

1990'lar hissedarların örgütle bağlantı kurnası ve/veya bir kamu ilgisi oluşturmaları olasılığındaki artışlara tanık olmuştur. Hissedarlar daha aktif ve örgüte karşı geliştirilen eylemler için daha istekli bir hale gelmiştir (Coombs, 1998b; Irvine&Millar,1996). Örneğin, tüketiciler, sorunlarıyla ilgili farkındalıkları yükseltmişlerdir ve konuşmaya daha çok isteklidirler (Bradsher, 1996;Maynard,1993). Hissedarlar daha çok diyalog istemekte ve beklemektedir. Hissedarlar örgütle, bağlantılarını iki taraf arasındaki iletişimi gerektiren bir ilişki olarak algılamaktadırlar. Örgüt ve hissedarlar ilişkisi olumlu olduğunda, karşılıklı yarar söz konusudur (Heath,1994,1997). Örgütler etkili örgüt-çalışan ilişkilerini sürdürmek için gerekli olduğunu bildiklerinden hissedar iletişimini teşvik etmektedirler.

Teknoloji de, örgüt-hissedar iletişimini kolaylaştırmaktadır. İnternetin üç unsuru iki yönlü simetrik iletişimi geliştirmek için bir potansiyele sahiptir; e- mail, tartışma grupları chat forumları. E- mail, hissedarlar tarafından özellikle de örgütün web-sitesi kolay kullanılabilen bir mail kutusuna sahipse, örgüte kolay mesaj yollanmasını sağlamaktadır. Tartışma grubu yada haber grubu, bir konuya bağlı olan bildiri panosudur. Kullanıcılar bilgileri postalar ve okuyucular ya özel olarak cevaplayabilir ya da grubun hepsine cevabı postalayabilir. Bir

postalamadan meydana gelen aynı konudaki posta zinciri de vardır. Çoğu haber grupları, mesajdan mesaja bu zincirleri izlemeyi sağlayan komutlara sahiptir. Bir örgüt, içinde tartışma gruplarının oluşturduğu web-sitesine sponsorluğu yapabilmekte ve bu yolla hissedarlarını tartışmaya ve düşüncelerini aktarmaya teşvik etmektedir.

Örgüt için sponsor olma yollarından biri de chat formudur. Özel bir forum yada görüşme iki veya daha çok kullanıcının on-line'da aynı zamanda mesaj yazarak konuşma yapmalarını sağlamaktadır. (Bobbitt,1995). Chat, forumu örgütsel üyeleri ve hissedarları kapsamalıdır. Chat, hissedarlar ve örgütteki insanlarla doğrudan bağlantıyı sağlamaktadır. Her bir internet unsuru hissedarların, mesajın içeriği ve değişimin yapısı üzerindeki kontrolünü sağlamaktadır. Çünkü soruların ve görüşlerin yapısına karar vermektedirler. Etkileşim karşılıklıdır çünkü her iki taraf etkileşimi kontrol etmek için aynı unsura sahiptir. Heath (1998a), karşılıklı etkileşimi Brent Spar tartışmasının analizinde örneklendirmiştir. Shell ve Greenpeace web siteleri yoluyla “şehir toplantıları “ tipindeki diyalog için forum oluşturma olanağına sahiptir. Teknoloji iki yönlü simetrik iletişimi gerçekleştirmeyi kolaylaştırmaktadır.

2.5. Deneysel Araştırma Gündemi

Mevcut fikirlerde verilen, toplumsal ve teknolojik yönelimlerle ilişki, halkla ilişkilerin merkezi basamağından kalacaktır. Kişiler arası iletişim örgüt-hissedarlar arasındaki ilişkiyi anlamak ve başa çıkmak mükemmel bir kaynaktır. Halkla ilişkiler kuramcıları, ve uygulayıcıları, kişilerarası değişim teorisinin bu değerli kaynağını yeni ortaya çıkarmaya başlamıştır. Bazı gerekli konu başlıklarına ve ileriki araştırmalarda gerekli olan çalışmalara dikkat çeken kısıtlı araştırma gündemi önermek isterim. Gündem (agenda) kişiler arası alana getirdiği yeni odağı göstermektedir. Gündem değişkenlere, sınıflandırmalara, modellere ve teorilere ayrılmaktadır.

Bilişsel bütünlük, bireyin gelişim deneyimlerinden sağlanan, istikrarlı birey farklılığıdır. Yüksek bilişsel bütünlüğe sahip olanlar, durumlara dair daha çok perspektif içermektedir ve iletişimdeki bir çok amacı izleme yeterliliğine sahiptirler (Barnutek,Gordon&Weathersby,1983). Birçok durumda çok sayıda hissedarların isteklerinin karmaşık yapısı ve bu çeşitli perspektifleri anlamaya duyulan ihtiyaç,daha büyük bilişsel bütünlük, halkla ilişkiler uygulayıcılarının verimliliklerini etkilemektedir. Genelde yöneticiler için büyük bilişsel bütünlüğün değerini destekleyen bazı kanıtlar vardır. Benzer yararların

halkla ilişkiler uygulayıcılarına da dokunacağı olasıdır. Bir kez daha söylemek gerekirse, bu fikirler değerlidir ancak henüz test edilmemişlerdir.

Sınıflandırmalara ve modellere önceki başvurular, ilişki gelişimi evresine ve örgüt-hissedar ilişkisine ait boyutların resmini çizmeye başlamışlardır. Bu araştırma sürmek zorundadır. Önce hissedarın her bir temel kategorisinin önemli ilişki boyutları belirlenmelidir. Çünkü, şu ana kadar sadece tüketiciler için olan boyutu bilmekteyiz. Her bir hissedar grubu için, değişik hissedarların farklı boyutlarda sonuçlanacak farklı istekleri vardır. Sonraki araştırmalar bize hissedarlar arasında hangi boyutların istikrarlı olduğunu ve hangi boyutların hissedarlara özgü olduğunu gösterecektir.

İkincisi, örgüt-hissedar ilişkileri ortak etkileşim modellerini oluşturmak için zaman içinde test edilmelidir. Model etkileşimini analiz ederek, örgüt ve hissedarların sözlerinin ve eylemlerinin ilişki gelişimini nasıl etkilediğini anlayabiliriz. Mills ve Rogers (1987) tarafından da geliştirildiği gibi; kişilerarası iletişimin etkileşim analizi için olan sınıflandırmalar, örgüt ve hissedarlar arasındaki etkileşimi analiz eden çalışmaları başlatmada etkili olduğunu kanıtlamalıdır.

Üçüncüsü, örgütlerin çok sayıda ilişkiyi yönetmek zorunda olduğu gerçeğini önemsemeliyiz. SYMLOG gibi modellere çalışarak, hissedar ilişkilerini ve taleplerini dengeleme sürecine ilişkin bir kavrayış sağlayabiliriz. Bir örgüt ve hissedarları arasındaki değişimler, diğer ilişkilere kadar yayılabilmektedir. Daha yeni örgüt-hissedar ilişkisini ve kişilerarası iletişimin sınıflandırmalarını ve modellerini anlamaya başladık ve bu anlayışın devamında önerilecek çok şey var.

Uygulamalar

İlişkiye olan ilgi, kişilerarası iletişim teorilerine başvurmanın temel aşamasını oluşturmaktadır. Uygulayıcılar için belirli ilgi, arzulanan akımda belirli araçların ilişkiyi değiştirmekte nasıl kullanılacağına yöneliktir. Sizde çevrenizdeki kişileri gözlemleyip insanlar arasındaki sosyal ilişkilere dikkat edip bunu tartışınız.

Uygulama Soruları

1.İlişkilere doğru süregelen itki nedir? Açıklayınız?

Bu Bölümde Ne Öğrendik Özeti

Halkla ilişkiler, doğası gereği disiplinler arası bir yaklaşım sergilemektedir. Bu gereklilik halkla ilişkilerin profesyonelleşmesi sürecinin sonucudur. Yapılan araştırma ve çalışmalarda görülmüştür ki halkla ilişkiler; iletişimin önemli bir parçası ve hatta etken unsurlarından olan kişilerarası iletişim süreci, teorileri ve kuramlarıyla doğrudan ilintilidir. Tüm araştırma alanları gibi ne halkla ilişkiler ne de kişilerarası iletişim belli zemine oturtulmadan gelişimini ve sürekliliğini fonksiyonel halde devam ettiremez. Her profesyonelin kendine göre bir halkla ilişkileri ve kişilerarası iletişim teorisi, kuramı olamayacağını da göz önünde bulundurursak temelde yer alan kişilerarası iletişim kuramlarının halkla ilişkiler için aktif hale getirilip getirilemeyeceği önem taşımaktadır. Teoriler, kavramsallaştırılmadan ve olayların nasıl işlediğini sorgulamak için oluşturulan araştırmalar olmadan gelişmemektedir. Halkla ilişkiler, alanı ve profesyonel uygulamaları geliştirmek için kuramın kavramlaştırılmasının ve kurama başvurulmasının devamına ihtiyaç duymuştur. Ayrıca, kişilerarası iletişimin halkla ilişkiler alanı için önemli bir tanımlayıcı açı olduğu tartışması geliştirilmekte, tartışmayı açıklamak için terimlerin anlamlarının açıklaması yapılarak, sonrasında kişilerarası iletişimin öncelikli kullanımları düzenlenmekte ve gösterilmektedir.

Bölüm Soruları

1) “Algılayan kişinin karşısındaki kişiye zihninde bir etiket yapıştırdığı varsayılan süreç iletişimin özelliklerinden hangisinde gerçekleşir?

- a. İletişimde İlk Dakika (Başlangıç) Önemlidir.
- b. İletişim Kişiye Karşın Değil Kişiyle Yapılır.
- c. İletişim Süreci Bir Bütündür.
- d. A ve B şıkkı
- e. B ve C şıkkı

2) Yüz yüze iletişim kurulması gereken mesleklerde etkin bir iletişimin sağlanması için bazı önemli noktalara dikkat etmek gerekmektedir. Aşağıdaki şıklardan hangisinde bu özellik yer almamaktadır?

- a. Kişinin kendini çok iyi tanıması,tutum ve davranışların çok iyi bilmesi,
- b. İletişim açısından yanlış gördüğü tutumları kontrol ederek düşünmesi,
- c. Olumlu özelliklerini geliştirmesi,
- d. İnsanları olduğu gibi kabul etmemesi ve değiştirmeye çalışması,
- e. Diğerlerini anlama ve duygularını açıklama ve iletişim konusunda beceri kazanması gerekmektedir.

3) ".....,ilişkiyi modelize etmek ve zaman içinde gelişimini izlemek amacıyla çok boyutlu bir grafik oluşturmaktadır."

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a.SOLMG
- b.YMSLOG
- c. SMYLOG
- d. LOGSMY
- e.SYMGOL

4) "..... çatışmayı ve seçimi içeren kavramsallaştırmayı ve model kurmayı sağlamaktadır. Kişilerin, modelleri etkileşim içinde anlamalarını sağlamaktadır (Murphy

1991). Bundan dolayı oyun kuramı gerçek bir teoriden çok bir modeldir. Bir çatışma-eşgüdüm sürekliliği oyun kurmanın odak noktasıdır."

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a. Mermi Kuramı
- b.Suskunluk Sarmalı
- c. Oyun Kuramı
- d. Eğlence Kuramı
- e. Rıza Üretimi

5) "....., insanların iletişimi kendilerinin arzu edilen izlenimlerini yaratmak için kullandıklarını savunmaktadır. Birey kişiler arası iletişimi, diğer insanların kendisi hakkındaki izlenimlerini yönetmek için kullanmaktadır."

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a. Arzu Yönetimi
- b.Algı Yönetimi
- c. İstek Yönetimi
- d.İzlenim Yönetimi
- e. İlgi Yönetimi

6) Cartwright da kampanyalarla davranış değişikliğini oluşturmak için kişilerarası iletişimin önemli olduğunu öne sürmüştür.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) 1949
- b) 1959
- c) 1969
- d) 1979
- e) 1929

7. halkla ilişkiler eserlerinde ilk kez kamu kampanyası literatüründe görülmüştür.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) Kamu yönetimi
- b) Kişilerarası iletişim
- c) Halkla ilişkiler
- d) Sözlü iletişim
- e) Sözsüz iletişim

8. genellikle mesajları oluşturan (yaratan) ve çözümleyen (yorumlayan) psikolojik faktörlerdir.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) Değişkenler
- b) Teoriler
- c) Sınıflandırma
- d) Kategoriler
- e) Modeller

9. Atfetme teorisi aşağıdaki düşünürlerden hangisine aittir?

- a) Cacioppo
- b) Heart
- c) Guring
- d) Coombs
- e) Salmon

10. insanların krizi algılamaları ve krizin örgütün itibarı üzerindeki etkilerini tatmin etmede ve açıklamada kullanılmıştır.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) Oyun kuramı
- b) Kişilerarası teori
- c) Atfetme teorisi

- d) Denge kuramı
- e) Durumsallık teorisi

Cevaplar: 1)a,2)d,3)c,4)c,5)d,6)a,7)b,8)a,9)d,10)c

3. KİŞİLERARASI İLETİŞİM BECERİLERİ

Bu Bölümde Neler Öğreneceğiz?

3.1. İLETİŞİM KAVRAMI

3.2. İLETİŞİMİN ÖZELLİKLERİ

3.2.1. MESLEKİ İLETİŞİM BECERİLERİ

3.3. HALKLA İLİŞKİLER MESLEĞİNDE İLETİŞİMİN ÖNEMİ

Bölüm Hakkında İlgi Oluşturan Sorular

- 1)İletişim nedir?
- 2)Geri iletim nedir?
- 3)İletişimin özellikleri nelerdir?

Bölümde Hedeflenen Kazanımlar ve Kazanım Yöntemleri

Konu	Kazanım	Kazanımın nasıl elde edileceği veya geliştirileceği
İletişim kavramı	Konuyla ilgili farklı yaklaşımların öğrenilerek öğrencilerin iletişim kavramını yorumlayabilmesi	İletişim kavramı analiz edilerek konuya bakış açısı genişletilmelidir.

Anahtar Kavramlar

İletişim, halkla ilişkiler.

Giriş

Davranış Bilimleri dersi ile toplum, insan, iletişim kavramlarının anlamını, insan davranışlarını açıklayan bütüncül yaklaşımlarla ele almıştık. Bu dersin kapsamı içinde de temelini verdiğimiz insan ve toplum kavramlarından yola çıkarak iletişim ve ilişki kavramlarının çözümlemesiyle konuların daha kapsamlı incelenmesi hedeflenmektedir.

İnsanlar iletişimi kendilerini anlayabilmek, başkalarına anlatabilmek, başkalarını tanımak ve etkilemek amacıyla kullanırlar. İletişim kişilerarası ilişkileri, örgütleri, toplumları oluşturan ve bir arada tutan temel etkidir. Toplumsal yaşam içinde bireyin benliğini var edebilmesi ve başkalarıyla birlikte bir işi gerçekleştirebilmesi ancak iletişimle olanaklıdır. Birey kendi deneyimleri kadar, iletişim yoluyla başkalarının deneyimlerinden de yararlanarak yeni bilgi ve becerilere ulaşır (Tabak,1999:1).

İnsan doğduğu andan itibaren, çevresiyle iletişim kurmaya çalışır. Gelişen teknoloji bir yandan iletişimi kolaylaştırırken, diğer taraftan karmaşıklaşan dünya ise iletişimi giderek zorlaştırmaktadır. Bu nedenle günümüzde iletişim, bir insanın teknik olarak bilmesi ve becerilerini iyice geliştirmesi gereken bir araç olmuştur (Ersanlı ve Balcı 1998:7).

Dengeli ve olumlu ilişki kurabilen kişilerin duygusal güvenlik içinde oldukları; olayları, durumları gerektiği biçimde yorumlayabildikleri ve kendileri kadar çevresindeki insanların gelişimine katkı getirme çabası gösterdikleri de belirtilmiştir (Bilen, 2004: 39).

İlişki, iki veya daha çok insan arasındaki karşılıklı ilgi, bağ, münasebet, temas dayanışma anlamına gelmektedir. İlişki uzun süre karşılıklı etkileşimi içermektedir. Bir kişiyle bir defa karşılaşmak ya da aynı zamanda bir tarafın başka bir tarafa mesaj yollaması ilişki olarak adlandırılmamaktadır. İletişim, ilişkiyi de içinde barındıran ama daha üst bir şapka olmakla birlikte, ilişki iletişimle başlamakta, iletişimin kesilmesi ile sonlanmaktadır.

Kişilerarası İlişkinin Gelişmesi: Levinger ve Snoek (1972)'e göre iki birey arasındaki ilişki dört aşamadan geçerek kurulmaktadır (Ertürk, 2010:237).

1-İlişkisizlik: Bu aşamada iki birey birbirlerinin varlıklarından haberdar değildir. Burada, ilişkinin gelişip, gelişmeyeceğini belirleyen en önemli etken; "fiziksel" ya da "mekansal" yakınlıktır.

2-Farkında olma aşaması: Bu aşamada,bireyler arasında henüz bir ilişki yoktur.Bireylerin birbirleri hakkında izlenimleri dışsal özellikleri üzerine temellendirilmişti (güzellik,çirkinlik,giyiniş,davranış özellikleri gibi).

3-Yüzeysel ilişki aşaması: İki birey arasında ilişki kurulmuştur ama yüzeyseldir. Çekiciliğin olup olmayacağı, ilişkiden alınan pekiştireçlerin miktar ve özelliğine, tutum benzerliğine ve sosyal onaya bağlıdır.

4-Karşılıklı ilişki aşaması: Bu aşamada, kurulan ilişki daha yakın ve samimi hale gelir

İletişim, insanlar arasında bağlayıcı ve vazgeçilmez unsurlardan birini oluşturmaktadır. **İnsan** iletişim becerileri sayesinde toplum içinde ve bir birey olarak yaşamayı ve kendini var kılmayı başarmaktadır. Gürgen 1997:14-15 İletişim becerisinin niteliklerin şu şekilde özetlemektedir:

- Konuşma, yazma, okuma, dinleme ve düşünme ile ilgilidir.
- Sözlü iletişim açısından iletişim becerisi, iyi söyleyiş, sözcük zenginliği, iyi tümce kurma, uyumlu söz dizimi, gerekli ve uygun sözcüklerin seçimi gibi konuları kapsar.
- Mesajlar, herhangi bir iletişim aracı ile iletildiğinde de uygun aracın seçimi, seçilen araca uygun şekilde mesajın kodlanması, mesajların yapısına dikkat edilmesi de yine iletişim becerisi ile ilgili konular arasında yer alır.
- İletişim becerisi örneğin, güzel konuşmak ya da yazmak, bir yetenek olduğu kadar, çalışılarak edinilebilecek bir beceridir.
- İçinde yaşadığımız çevresel, toplumsal ve kültürel ortamın özellikleri de iletişimimizi gerçekleştirmemizde son derece önemli rol oynar. Hepimiz, bireysel ve toplumsal yaşamlarımızı belirli kurallar ve sınırlılıklar içinde sürdürürüz. Tüm insanları şu ya da bu şekilde kuşatan bu koşullar, iletişim kurma biçim ve özelliklerini de belirler.

İnsan ve iletişim konusunda ilk yapılması gereken iletişim kavramını detaylı bir şekilde incelemek ve anlamlandırmak olmalıdır. Davranış bilimleri dersinden insan ve insanın özelliklerini (Doğan ve Doğan, 1996) öğrendiğinizi hatırlayınız:

3.1. İLETİŞİM KAVRAMI

Başarılı iletişim, insanın kendini ifade edebilmesi için zorunludur. İnsan çevresi ile iletişim kurarak yaşar. Her davranışı, konuşması, susması, duruşu ve oturma biçimi, insanın kendini ifade etmesidir. İletişim, bilgi üretme, iletme ve algılama sürecidir. İletişim kurmakta asıl amaç, anlaşılabilir mesajların gönderilmesi ve hedefin tutum ve davranışlarında değişiklik yapılmasıdır (Tutar ve Yılmaz, 2003:1).

İngilizce ve Fransızca da karşılığı “communication” olan iletişim kavramının kökeni Latince de “communis” yani “ortak” kelimesidir (Zıllıoğlu,1993:3). İletişim kavramının 4560 kullanımı vardır. Bu kullanımlardan bazıları şunlardır: düşüncenin değiş tokuşu, anlama-anlatabilme, etkileşim, belirsizliğin azaltılması, aktarım süreci, değişme süreci, bağlantıların kurulma süreci, paylaşım süreci, araç-usul-teknikler, belleğin uyarılması, yanıt verme, uyaran, etkileme, geçiş süreci, iktidar kaynağıdır (1993:4-5).

İnsan etkinliğinin olduğu her yerde iletişim vardır. İletişim toplumsal yaşamı olanaklı kılar, bu nedenle toplumsal yaşamın temelidir. Kişi açısından özel amaçları ne olursa olsun, temeldeki amacı çevre üzerinde etkin olmak, başkalarında davranış, tutum geliştirmek ve değiştirmektir.

İnsan ilişkilerinin vazgeçilmez bir unsuru olan iletişim, örgütsel ve toplumsal faaliyetlerin sürdürülmesi için de zorunludur. Örgütsel unsurlar arasındaki yüksek dayanışma ve koordinasyon, personel arasındaki uyum ve iyi ilişkilerin kurulması ve sürdürülmesi iletişime bağlıdır. İletişim sayesinde kurulacak örgütsel uyum, etkinlik ve etkileşim, hem örgütsel etkinliği artırır, hem de üretim veya hizmet sunum sürecini oluşturan unsurlar arasında güçlü bir bağ oluşturur. Bu nedenle örgütsel iletişim altyapısının geliştirilmesi gerekmektedir (Tutar ve Yılmaz, 2003:1).

İnsanoğlunun tüm başarısının arkasındaki temel faktör iletişim kurabilme yeteneğidir. Bu yetenek ona, soyut düşünebilme, daha ilkel bir yaşamı daha uygar bir yaşama dönüştürebilme olanağını sağlar. İletişim, insanların kendilerini ifade edebilme, kendilerini dinletme ve kabul ettirme faaliyetlerinin sonucunda ortaya çıkar. İletişim, kişilerin amaçsız etkileşimleri olmaktan çok, bir etki oluşturmaya veya davranış nedeni olmaya dönük olarak, mesajın kaynaktan hedefe bilinçli bir şekilde aktarılmasıdır. Kısaca semboller yoluyla anlamların iletilmesidir. İletişimin amacını; “İletmek istediğimiz mesajı karşımızdaki kişiye

amaçladığımız biçimde iletebilmek, istenen tutum değişikliğini sağlamak ve ortak bir anlayış oluşturmaktır “olarak özetleyebiliriz (Kağıtcıbaşı, 2005:180):

Bir sosyal yapı içinde iletişime ihtiyaç göstermeyen hiçbir iş yoktur; çünkü iletişim, insanların birbirlerini anlamaları için gerekli olan bir köprüdür. Sözü edilen özelliğine dayanarak, iletişimi “bir kişiden başka bir kişiye mesaj aktarılması” olarak görmek mümkündür. Mesajı gönderen kişinin genellikle bir amacı vardır. Gönderilen mesaj doğrultusunda alıcının bir davranışı gerçekleştirilmesini bekler. Alıcının göstereceği davranış ise mesajı beklemesine, alma biçimine ve alınma derecesine bağlıdır. İletişim ancak mesajı gönderenin istediği davranışın, alıcı tarafından gösterilmesi halinde gerçekleşir. İnsan ister tek başına, ister toplumla birlikte yaşasın, amaçlarına iletişim kurarak ulaşabilir. İnsanda iletişim kurma ihtiyacı, çevreyi etkileme isteğinden kaynaklanır. Bu nedenle iletişim, ister bilgiyi yaymak, ister eğitmek, ister eğlendirmek, ya da yalnızca anlatmak için olsun, asıl amaç, bilgi verme ve karşdakini etkilemektir. *Özellikle örgütsel ve grup iletişiminde, birlikte çalışan insanların davranışlarını kontrol etmek ve belli bir amaç doğrultusunda yönlendirmenin vazgeçilmez aracı, iletişimdir.* Bu yönüyle iletişim sadece bir ileti alışverişi değil, insanın toplumsallaşma sürecinde ortak bir etkinlik biçimidir. İletişim her şeyden önce, insanın kendini bir insan olarak gerçekleştirmesi ve sosyal süreçlere girmesi bakımından önemlidir. İletişim sayesinde insanlar zihinlerindeki kavram ve fikirleri açığa vurma, onları paylaşma ve değerlendirme olanağına sahip olurlar. Başkalarını etkileme ve onlardan etkilenme, yararlanma, yararlı olma ve bir başarı gösterme iletişim sayesinde mümkün olur. İnsanlar arasında yaşanan ilişkilerin sürmesi iletişim sayesinde mümkün olur (Tutar ve Yılmaz, 2003:8).

Kısaca iletişim(*Gürgen ve Kirel 2003:27-28*):

- Toplumun üyeleri arasında düşüncelerde, değerlerde, davranışlarda ve amaçlarda benzerlik ve uzlaşma olanağını artırır.
- Bireylerin ve grupların kendi çıkarlarını ve hedeflerini, ortak bir amaçta bütünleştirerek toplumsal örgütlerin kurulmasında ve geliştirilmesinde önemli rol oynar.
- Bir toplumda iletişimin kimler arasında, nasıl ve hangi sonuçlarla, nasıl gerçekleştirileceği büyük ölçüde o toplumun, toplumsal ve kültürel özellikleri tarafından belirlenir.

- Üyesi olduğumuz grupların davranış kuralları, yetiştiğimiz çevre, eğitim ve öğretim düzeyimiz, yaptığımız iş ve üyesi olduğumuz gruplar da iletişim davranışlarımızı etkiler.
- İletişim, bireylerin kendilerinkinden farklı rolleri, inançları, değerleri tutum ve davranışlara sahip bireylerle ve gruplarla nasıl ilişki kurulacağını öğrenilmesini sağlar.

3.2.İLETİŞİMİN ÖZELLİKLERİ

İletişim en az iki insan arasında kurulabilir. Bireylerden birinin diğerinin bildiği şeyleri bilmesi, değer verdiği şeylere değer vermesi, hissettiklerini hissetmesi ve onunla aynı kararları alması konusunda gösterdiği isteklilikle iletişimi başlatır.

Her iletişimde, insanlar birbirlerine bir takım anlamlar yükledikleri semboller gönderirler. Bu semboller sözel ya da söz ötesi olarak yüz ifadeleri ve el hareketleri gibi farklı okumaları içerir. İletişimde anlamaya zemin hazırlayacak ve anlamayı kolaylaştıracak bazı özellikler bulunmaktadır. Bu özellikler şunlardır Baltaş ve Baltaş (2002:19-21):

İletişimde İlk Dakika (Başlangıç) Önemlidir.

Karşı karşıya gelen iki kişi arasındaki ilk etkileşim, iletişim sürecinin önemli bir belirleyicisidir. Bu etkiyi yaratan faktörler, karşılaşılan kişinin beden dilinden, kullandığı kelimelere ve kişinin taşıdığı bütün aksesuarlardan içinde bulunduğu fiziki ortam nesnelere kadar geniş bir dağılım gösterir. İşte bütün bu faktörlerin bileşkesi “algılayan kişinin” değerlerinde bir yer bulur, o çerçeve içinde yorumlanır ve kişiye iletişimin ilk anında bir “karar” veririr. Böylece algılayan kişi karşısındaki kişiye zihninde bir etiket yapıştırır. Bu karar olumlu veya olumsuz olabilir.

İletişim Kişiyi Karşın Değil Kişiyi Yapılır.

İletişim başka bir kişiyle birlikte yapılandırılan bir süreçtir. İletişim onu oluşturan bireylerden birinin aktif oluşu, diğerinin ise bu eylemi izlemesi ile kurulamaz. Eğer alıcı kişi hazır değilse, iletişim yolu tıkanır.

İletişim Süreci Bir Bütündür.

İletişimi kelimeler, eller, gözler gibi bütünlüğünden soyutlayarak ve süreçteki bir kesite bakarak değerlendirmeye çalışmak ayrıca sözsüz iletişim işaretlerini veya sözlü iletişim

içeriğini tek tek değerlendirerek sonuçlara varmak bizi yanıltabilir. İletişim sürecini bunların tümü ışığında değerlendirmeye almamız gereklidir.

Johnson ve Johnson' a (1987) göre “iletişim, insanlar arası ilişkilerde herkesin mesajları aynı zamanda hem alıp hem verdiği, hem yorumlayıp hem sonuç çıkardığı bir süreçtir”. Johnson, bu ilişkileri ve niteliklerini üç grupta ele almaktadır (akt: Görür, 2001:15):

1. Başkalarını tanımak ve güvenmek: Kendini açma, kendinin farkında olma, kendini kabul etme ve kendine güven özelliklerini içermektedir.

2. Diğerlerini anlamada kesin, somut, açık olmak: Düşünce ve duyguları kesin biçimde söyleyebilmeyi içermektedir. Sıcaklık ve insanlardan hoşlanma kişilerarası ilişkilerde önemli özelliklerdendir.

3. Diğerlerini etkilemek ve onlara yardım etmek: Karşılıklı olarak ilişkide bulunan kişilerin birbirlerini etkilemeleri ve destek vermeleri özelliklerinden oluşur. Başkasının sorunlarına, ilgilerine yardım edici tepki verme; kabul edici, destekleyici iletişim kurma; insanlar yapıcı biçimde kendi çelişkileriyle yüzleştirmek; bir başkasının davranışını etkilemek için pekiştirici verme ve model alma bu grubun becerileridir.

İnsan, hem sahip olduğu potansiyeli geliştirme hem de çevresindeki diğer insanlarla paylaşabilme, uyumlu ve doyumlu ilişkiler içinde olma ihtiyacına sahiptir. Bir kişinin diğerinin duygu, düşünce ve davranışını etkilemesi süreci olarak kabul edilen “kişilerarası iletişim” bireyin güvenli, mutlu, üretken gibi özelliklere sahip olabilmesindeki fonksiyonu bakımından da önemi giderek artan kavramlar arasında değerlendirilmektedir.

3.2.1. MESLEKİ İLETİŞİM BECERİLERİ

Her bireyin yaşantı çerçevesi kendine özgüdür ve tektir. Dolayısıyla her bireyin sahip olduğu bilgi, mesleki deneyim ve mesleki kavramlara verdiği anlam da birbirinden farklıdır. İletişimin genel olarak amacı; insanlar arasında ve kurumlar arasında olumlu ilişkilerin kurulması ve bu ilişkilerin devamını sağlamaktır. Mesleki ilişkiler bir yandan müşteri diye tabir edilen hedef kitle ile gerçekleşirken diğer yandan da, çalışılan kurumun yöneticileri ve çalışma arkadaşlarıyla paylaşılan kişilerarası iletişim yaşantılarına bağlı olarak şekillenmektedir.

Mesleki beceriler değerlendirilirken çalışanlarda aranan önemli kriterler altında toplanabilir Mesleki bilgi; Görünüş; Kişilik; Güvenilirlik, etkin iletişim becerisi alt başlıklarında toplanabilir.

Özellikle hedef kitle ile yüz yüze iletişim kurulması gereken mesleklerde etkin bir iletişimin sağlanması için bazı önemli noktalara dikkat etmek gerekmektedir. Bunlardan bazılarını şu şekilde sıralayabiliriz;

- Kişinin kendini çok iyi tanınması,
- İçindeki duygu ve düşüncelerini, tutum ve davranışların çok iyi bilmesi,
- İletişim açısından yanlış gördüğü tutumları kontrol ederek düşünmesi,
- Olumlu özelliklerini geliştirmesi,
- Diğerlerini anlama ve duygularını açıklama becerilerini geliştirmesi,
- İletişim konusunda beceri kazanması gerekmektedir.

Ayrıca;

• Çalışanlar hizmet verdiği toplumda iletişimde bulunduğu insanları olduğu gibi kabul etmeli yani dile getirdikleri duygu ve düşünceleri onların bakışı açısından kavrayabilmelidir.

• Kendi kararlarını duruma uygun şekilde verebilmelidir.

• Sorunlara çözüm getirebilmeli kendini aşan durumlarda bir üst makamdan yardım alabilmelidir.

• Hizmet verdiği kişiler tarafından anlaşılmama ihtimalinde onlara soru sorma fırsatı verebilmelidir.

• Takdir etmeyi, taktir alabilmeyi bilmelidir.

• Kendi doğrularına ters düşen düşünceleri saygıyla karşılayabilmelidir.

• Hangi durumda uzman rolü üstleneceğini bilebilmelidir. Eğer karşımızdakiyle iletişim kurarken uzman rolü benimserseniz görüşme tıkanabilir.

- Hangi durumda karşısındaki kişiyi rahatlatacağını, ona güven vereceğini bilmelidir.

- İyi bir gözlemci ve dinleyici olmalıdır.

- İletişim engellerini ve bu engelleri aşma yöntemlerini bilmelidir. Bunun da yolu iletişim engellerinin neler olduğunu bilmek ve bu konuda araştırma yapmaktan geçer.

1.3. HALKLA İLİŞKİLER MESLEĞİNDE İLETİŞİMİN ÖNEMİ

Mesleki güncel gelişmeleri takip eden, iletişim becerisi yüksek, özgüveni tam, girişimci ve yenilikçi uzmanlar yetiştirmek hedefinde olan bu dersin kapsamında, bankacılık mesleğinde iletişim becerileri açısından olması gereken durumlar ve çalışanların sahip olması gereken yeterlilikler belirlenmiştir. Elde edilen ilgiler ışığında bu yeterlilikler şu şekilde sıralanabilir:

- İletişim süreçlerinde önemli olan temel nokta, farklı iletişim tarzlarını tanımlayabilmek ve uygulamaya koyabilmektir.

- Geribildirim alma ve verme becerilerini kullanabilmeli ve ne zaman yazılı iletişim kuracaklarını bilmelidirler

- İletişimde ikna etme becerilerini kullanabilmeli, üst yönetime de hem yazılı hem sözlü öneriler sunabilmelidirler.

- Başarılı iletişimin özelliklerini kullanabilmeli ve iletişimin yaygın karşılaşılan engellerini aşabilmelidirler.

- İletişim tarzlarını kurumsal ve kişisel iletişim ihtiyaçlarına uyacak şekilde çeşitlendirebilmelidirler.

- Aktif dinleme ve özetleme becerilerini kullanabilmelidirler

- Formal iletişimin içerik ve tasarım bakımından öngördüğü kurallara uygun şekilde bir yazılı rapor hazırlayabilmeli ve sunabilmelidirler

- Hizmet içi yazışmaları kurallarına uygun şekilde yürütebilmelidirler

- Kurum içi iletişim sistemlerini etkin şekilde kullanabilmelidirler.

- Etkili sunum yöntemleri hakkında bilgi sahibi olmalı ve beden dillerini kullanma konusunda bilinçli olmalıdırlar.

İş hayatında başarı kazanmanın en önemli unsurlarından biri olan bireysel gelişime açık olmak ve kendine güven duygusunu taşıyabilmektir. Motivasyonu yüksek, ekip çalışmasına inanan, sır tutabilen ve hedefleri olan, kendini yenilenmeye ve değişime açık tutan çalışanlar, kariyerleri yönünde her zaman başarıya odaklı olmayı seçmiş olurlar.

Uygulamalar

Halkla ilişkiler mesleğinde iletişimin önemi nedir?

Uygulama Soruları

- 1. Mesleki iletişim becerilerini anlatınız.**

Bu Bölümde Ne Öğrendik Özeti

İletişim, insan ilişkileri açısından çok önemli bir kavramdır. İnsanlar sözel olarak birbirleri ile daha yoğun iletişime geçerler. Üzüntülerini, sevinçlerini, sorunlarını ve çözümlerini iletişim sayesinde birbirlerine aktarırlar. İletişim insanların olmazsa olmaz temel gereksinimidir. İletişim, ilişkiyi de içinde barındıran ama daha üst bir şapka olmakla birlikte, ilişki iletişikle başlamakta, iletişimin kesilmesi ile sonlanmaktadır. İletişim, insanlar arasında bağlayıcı ve vazgeçilmez unsurlardan birini oluşturmaktadır. İnsan iletişim becerileri sayesinde toplum içinde ve bir birey olarak yaşamayı ve kendini var kılmayı başarmaktadır. İletişim kavramının 4560 kullanımı vardır. İnsanoğlunun tüm başarısının arkasındaki temel faktör iletişim kurabilme yeteneğidir. İletişim, kişilerin amaçsız etkileşimleri olmaktan çok, bir etki oluşturmaya veya davranış nedeni olmaya dönük olarak, mesajın kaynaktan hedefe bilinçli bir şekilde aktarılmasıdır. Bir sosyal yapı içinde iletişime ihtiyaç göstermeyen hiçbir iş yoktur; çünkü iletişim, insanların birbirlerini anlamaları için gerekli olan bir köprüdür.

Mesleki beceriler değerlendirilirken çalışanlarda aranan önemli kriterler altında toplanabilir Mesleki bilgi; Görünüş; Kişilik; Güvenilirlik, etkin iletişim becerisi alt başlıklarında toplanabilir. İletişim, ister bilgiyi yaymak, ister eğitmek, ister eğlendirmek, ya da yalnızca anlatmak için olsun, asıl amaç, bilgi verme ve karşıdakini etkilemektir. İletişim en az iki insan arasında kurulabilir. İş hayatında başarı kazanmanın en önemli unsurlarından biri olan bireysel gelişime açık olmak ve kendine güven duygusunu taşıyabilmektir.

Bölüm Soruları

1) Aşağıdakilerden hangisi kişilerarasındaki ilişkinin gelişmesi için gereken unsurlardan birisi değildir?

- a. Hayat tarzı
- b. İlişkisizlik
- c. Farkında olma aşaması
- d. Yüzeysel ilişki aşaması
- e. Karşılıklı ilişki aşaması

2) "Bu aşamada iki birey birbirlerinin varlıklarından haberdar değildir. Burada, ilişkinin gelişip, gelişmeyeceğini belirleyen en önemli etken; "fiziksel" ya da "mekansal" yakınlıktır."

Yukarıda açıklaması yapılan kavram aşağıdakilerden hangisidir?

- a.İlişkisizlik
- b. Hayat tarzı
- c. Farkında olma aşaması
- d. Yüzeysel ilişki aşaması
- e. Karşılıklı ilişki aşaması

3) İki birey arasında ilişki kurulmuştur ama yüzeyseldir. Çekiciliğin olup olmayacağı, ilişkiden alınan pekiştireçlerin miktar ve özelliğine, tutum benzerliğine ve sosyal onaya bağlıdır."

Yukarıda açıklaması yapılan kavram aşağıdakilerden hangisidir?

- a.İlişkisizlik
- b. Hayat tarzı
- c. Farkında olma aşaması
- d. Yüzeysel ilişki aşaması

e. Karşılıklı ilişki aşaması

4) "....., düşüncenin değiş tokuşu, anlama-anlatabilme, etkileşim, belirsizliğin azaltılması, aktarım süreci, değişme süreci, bağlantıların kurulma süreci, paylaşım süreci, araç-usul-teknikler, belleğin uyarılması, yanıt verme, uyaran, etkileme, geçiş süreci, iktidar kaynağıdır."

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisidir?

a.Mesleki iletişim

b.Halkla ilişkiler

c.İletişim kavramı

d. Etkin dinleme

e.Etkisiz dinleme

5) Karşı karşıya gelen iki kişi arasındaki ilk etkileşim, iletişim sürecinin önemli bir belirleyicisidir. Bu etkiyi yaratan faktörler, karşılaşılan kişinin beden dilinden, kullandığı kelimelere ve kişinin taşıdığı bütün aksesuarlardan içinde bulunduğu fiziki ortam nesnelerine kadar geniş bir dağılım gösterir. İşte bütün bu faktörlerin bileşkesi “algılayan kişinin” değerlerinde bir yer bulur, o çerçeve içinde yorumlanır ve kişiye iletişimin ilk anında bir “karar” verir.

Yukarıda açıklaması yapılan unsur aşağıdakilerden hangisidir?

a.İletişimde ilk dakika

b. İletişim kişiye karşı değil kişiyle yapılır

c.İletişim süreci bir bütündür

d. Karşılıklı iletişim

e.Sonraki adım

6., insanın kendini ifade edebilmesi için zorunludur. İnsan çevresi ile iletişim kurarak yaşar.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) İletişim
- b) Marka
- c) Pazarlama
- d) Reklam
- e) Kişilerarası iletişim

7. Özellikle örgütsel ve grup iletişimde, birlikte çalışan insanların davranışlarını kontrol etmek ve belli bir amaç doğrultusunda yönlendirmenin vazgeçilmez aracı, iletişimdir.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) İletişim
- b) Marka
- c) Pazarlama
- d) Reklam
- e) Kişilerarası iletişim

8. İletişim başka bir kişiyle birlikte yapılandırılan bir süreçtir. İletişim onu oluşturan bireylerden birinin aktif oluşu, diğerinin ise bu eylemi izlemesi ile kurulamaz. Eğer alıcı kişi hazır değilse, iletişim yolu tıkanır.

Yukarıda açıklaması verilen metin aşağıdakilerden hangisidir?

- a) İletişimde İlk Dakika (Başlangıç) Önemlidir.
- b) İletişim Kişiye Karşın Değil Kişiyle Yapılır
- c) İletişim Süreci Bir Bütündür.
- d) Başkalarını tanımak ve güvenmek
- e) Diğerlerini anlamada kesin, somut, açık olmak

9. Kendini açma, kendinin farkında olma, kendini kabul etme ve kendine güven özelliklerini içermektedir.

Yukarıda açıklaması verilen metin aşağıdakilerden hangisidir?

- a) İletişimde İlk Dakika (Başlangıç) Önemlidir.

- b) İletişim Kişiyeye Karşın Değil Kişiyeye Yapılır
- c) İletişim Süreci Bir Bütündür.
- d) Başkalarını tanımak ve güvenmek
- e) Diğerlerini anlamada kesin, somut, açık olmak

10. Karşı karşıya gelen iki kişi arasındaki ilk etkileşim, iletişim sürecinin önemli bir belirleyicisidir. Bu etkiyi yaratan faktörler, karşılaşılan kişinin beden dilinden, kullandığı kelimelere ve kişinin taşıdığı bütün aksesuarlardan içinde bulunduğu fiziki ortam nesnelere kadar geniş bir dağılım gösterir.

Yukarıda açıklaması verilen metin aşağıdakilerden hangisidir?

- a) İletişimde İlk Dakika (Başlangıç) Önemlidir.
- b) İletişim Kişiyeye Karşın Değil Kişiyeye Yapılır
- c) İletişim Süreci Bir Bütündür.
- d) Başkalarını tanımak ve güvenmek
- e) Diğerlerini anlamada kesin, somut, açık olmak

Cevaplar: 1)a,2)a.3)c,4)c,5)a,6)a.7)a,8)b,9)d,10)a

4. KİŞİLERARASI İLETİŞİM SÜRECİ VE ÖĞELERİ

Bu Bölümde Neler Öğreneceğiz?

4. 1. KAYNAK

4.2. KODLAMA

4.3. MESAJ (İLETİ)

4.4. KANAL

4.5. KOD AÇMA

4.6. ALICI/HEDEF

4.7. GERİ BİLDİRİM

4.8. GÜRÜLTÜ

4.9.İLETİŞİMDE ETKİNLİĞİ SAĞLAMANNIN KOŞULLARI

Bölüm Hakkında İlgi Oluşturan Sorular

- 1)Kaynak nedir? Açıklayınız.
- 2)Kodlama nedir? Açıklayınız.
- 3)Geri bildirim nedir? Açıklayınız.

Bölümde Hedeflenen Kazanımlar ve Kazanım Yöntemleri

Konu	Kazanım	Kazanımın nasıl elde edileceği veya geliştirileceği
Kaynak	İletişimi başlatan ana öge olan kaynağı öğrencilerin öğrenmesi	İletişimde kaynağın yeri ve önemini tartışılmalıdır

Anahtar Kavramlar

Kaynak, alıcı, hedef, kodlama, gürültü, mesaj, kanal açma

İletişim öncelikle bir süreçtir. Toplumbilim sözlüğü süreci, “bir olayın düzenli olarak ve birbirini izleyen değişimlerle gelişmesi, başka bir olaya dönüşmesi” olarak tanımlamaktadır. Herhangi bir şeyin ya da olgunun süreç olduğunu veya süreç karakteri taşıdığını söylediğimizde, o şeyin tek bir başı ya da tek bir sonu olan belli bir olgular düzeni olmadığını belirtmiş oluruz. Belli bir süreç içinde bulunan herhangi bir şey durağan bir yapı göstermez. Aksine hareketlidir, etkindir ve sürekli bir değişim içerisinde bulunur. En önemlisi de süreç içinde bulunan öğeler birbirleriyle sürekli ilişki içerisinde olup, her bir öge, öteki öğelerin tümünü devamlı olarak etkiler ve sürekli olarak diğer öğelerden etkilenir

İletişim, iletişime katılan kişilerin toplumsal ve kültürel koşullarının yanı sıra kişilik özelliklerini de yansıtır. Bir başka deyişle iletişim, algılama, öğrenme, dürtü, duygu, eğilim, inanç, değer gibi insanın davranışını belirleyen unsurlardan ayrı düşünülemez. Bu nedenle İletişim, belli bir başlangıcı ve sonu bulunmayan, dinamik ve çeşitli unsurlarla etkileşim içinde bulunan karmaşık bir dizi süreçlerin bileşkesi ve bütünü olarak ortaya çıkmaktadır (Gürgen, 1997:12-13):

İletişim süreci, iletiyi aktaran birey, ileti ve iletinin alıcısı bireyden oluşan iki yönlü bir yapıdadır. Ancak insanların bir ileti kaynağı oluşturabilmeleri, bunu diğer bireylerin algılayabileceği simge ve sözcüklerle kurgulamalarına, bir ileti alıcısı olmaları da iletide ki simgeleri çözümleyebilmelerine bağlı bulunmaktadır. İletişim, gerek araçlar yardımı ile ve gerekse de bunlar olmaksızın, mesajı veren ile alıcıyı, bilgi yaratmak ve paylaşma alanlarında, birbirlerine yaklaştırma süreci olarak tanımlanmaktadır. İletişim en yalın anlamda duygularını, düşüncelerini, bilgilerini belli simgelerle anlatan **gönderici/kaynak** ile bu simgeleri çözümleyip, algılayan ve anlayan bir **alıcıyı/hedef** gerektirir. İletişim sürecinde yer alan diğer öğeler ise **mesaj, kodlama, kod açma, kanal, etkileme** ve **geribildirim ve gürültüdür**. Bir iletişimin ne kadar etkileyici olabileceğini belirleyen şu dört faktörü incelemiştir (Kağıtcıbaşı, 2005:184-190):

- 1) mesajın kaynağına ait özellikler,
- 2) iletişimle(mesajla) ilgili özellikler,
- 3) hedef ögesinin özellikleri,
- 4) ortamın özellikleri.

4. 1. KAYNAK

- Kaynak/Verici iletişimi başlatır,
- Mesajı iletilmek üzere verir,
- Kaynak kodlama özelliğine sahiptir,
- İletiler zinciri üretir,
- Bir insan veya bir makine olabilir.
- Kaynak, bir konuşmada konuşmacıyı, bir tebliğde sunanı, eserde yazarı, şiirde şairi, kitle iletişim sürecinde ise yayının veya mesajın üretimine katkıda bulunan kişi veya gurubu kapsar.

Etkili iletişim ile doğrudan ilişkili kavramların değişkenlerin başında kaynağın özellikleri gelir.

- İnanılrlık:
 - a) Saygınlık
 - b) Güvenilirlik
- Hoşa gitme, beğenme

İnanılrlık: İnanılır niteliklere sahip kaynak ikna sürecini etkileyebilir. Genellikle bilgi kaynağının inanılrlık derecesi arttıkça, tutum değiştirme girişimlerinin başarılı olma olasılığı da artacaktır. İnanılrlık özelliği iki bileşenden oluşmaktadır. Bunlar saygınlık ve güvenilirliktir.

Saygınlık/Uzmanlık: Yüksek saygınlığı olan kaynaktan gelen iletişim daha kolaylıkla kabul edilebilmektedir. Bir deneyle Asch (1952) değişik kaynaklara atfedilen aynı cümlelerin denekler tarafından farklı biçimde anlaşıldığını göstermiştir. Örneğin, kullanılan cümlelerden birisi şöyleydi « Arada bir, biraz başkaldırma iyi bir şeydir ve fiziki dünyada fırtınalar nasıl gerekli ise politik dünyada da o kadar gereklidir. » Bir kısım denek'e bu cümlemin Amerika eski cumhurbaşkanlarından Jefferson'a; bir kısım denek'e de Lenin'e ait olduğu söylendi. Cümlemin Jefferson'a ait olduğunu düşünen denekler, cümleyi fikir özgürlüğüne dayanan bireysel başkaldırma olarak yorumlarken, cümlemin Lenin'e ait olduğunu düşünen denekler,

Marksist sınıf çatışmasına dayanan toplumsal başkaldırma olarak yorumladılar. Açıkça görüldüğü gibi, cümlelerin içeriği, kaynağına bağlı olarak anlam değiştirmiştir.

Uzmanlık, hedefte/alıcıda değiştirilmesi amaçlanan tutum konusunda bilgi kaynağının ne ölçüde bilgi sahibi olduğuna işaret etmek için kullanılır. Yapılan araştırmalar genellikle uzman bir kişi tarafından verilen bilginin, sıradan bir kişi tarafından verilen bilgiye göre daha fazla tutum değişikliği ortaya çıkardığına işaret etmektedir. Reklamlarda, sık sık uzman görüşlerine yer verilmesinin bilgi kaynağının inanılabilirlik özelliğini pekiştirdiği söylenebilir.

Güvenilirlik (Amaç): Kaynağın uzmanlığın ötesinde, güvenilir de olması, hedefi etkileyebilmesi için çok önemlidir. Dinleyici tarafından iletişim kaynağının, o iletişimden kişisel bir kazanç sağlamadığı düşünülürse, bu durum, o iletişimin etkisini artırır. Örneğin, bir araştırmada (Waister, Aronson ve Abrahams, 1966) teypten dinlenen ve daha güçlü bir polis kuvvetinin ve mahkemelerde suçlulara karşı daha sert karar alınmasının gerektiğini savunan bir konuşma, iki ayrı kaynağa atfedilmiştir. Bu kaynaklardan biri devamlı hapse girip çıkan bir sabıkalı, diğeri ise bir savcı idi. Savcı herhalde sabıkalı ile karşılaştırılınca hem kanunlar konusunda uzmandır, hem de daha namuslu ve güvenilir bir kişidir. Dolayısıyla, ona atfedildiği zaman iletişimin, dinleyicilerde daha fazla tutum değişimi yaratması beklenebilir. Acaba sonuç gerçekten böyle mi olmuştur? Hayır! Sabıkalıya atfedildiği zaman iletişim daha etkili olmuştur, çünkü güçlü polis kuvveti ve sert kanunlar sabıkalının çıkarına ters düşer. Demek ki, bu konuşmadan kişisel bir çıkarı yoktur. Böylece, sabıkalı, bir art niyetle konuşmadığı için saygıdeğer savcıdan daha etkili olabilmektedir. Bu sonucun doğrudan, iletişim kaynağına dinleyici tarafından atfedilen amaçla ilgili olduğu ortaya çıkmıştır, çünkü aynı sabıkalıya polis kuvvetinin azaltılması ve cezaların hafifletilmesi konusunda bir konuşma atfedilince sonuç tam tersi olmuş, dinleyiciler onun fikrinden hiç etkilenmemişlerdir. Çünkü burada sabıkalı kendi çıkan doğrultusunda konuşmuş olarak yorumlanmıştır. Dernek ki, eğer kaynak çıkarıcı bir iletişim yapmazsa, hatta yaptığı iletişim kendi çıkarlarına biraz ters düşerse, çok daha güvenilir ve etkili olabilmektedir.

Hoşa Gitme, Beğenme: İletişim kaynağının sevilen, hoş bir kimse olması da kendi başına önemli bir etken olarak belirlemektedir. Öyle ki, bu propagandacının bizi etkilemeye uğraştığı açıkça belli olduğu halde, sevdiğimiz, beğendiğimiz bir kimse olduğu için sanki bu etkiyi severek kabul etmekte, hatta belki de onu memnun etmek ister gibi davranabilmekteyiz.

Bunu gösteren bir araştırma Milis ve Aronson (1955) tarafından yapılmıştır. Bu deneyde, güzel, çekici bir kadın bir grup erkek dinleyiciye bir konu hakkında konuşmuş ve

sırf güzel olduğu için o konuda dinleyicileri etkileyebilmiştir. Üstelik dinleyicileri ikna etmek istediğini açıkça söylediği zaman daha da etkili olmuştur. Şimdi televizyon reklamlarında güzel kızların, sevilen sporcuların, sinema yıldızlarının izleyiciyi açıkça ikna etmeye çalıştıkları halde (ya da bundan dolayı) nasıl başarılı olabildiklerini daha iyi anlayabiliriz.

Ayrıca, sevilen, beğenilen iletişim kaynağı, izleyici (dinleyici) için aynı zamanda taklit edilebilecek ya da özdeşleşebilecek bir kişi olarak belirebilir. Örneğin, güzel bir sinema yıldızının bir sabun reklamını seyreden 16 yaşındaki Ayşe, o yıldızla benzeyebilmek ya da onunla özdeşleşebilmek için o sabunu kullanmaya başlayabilir. Bu nedenlerle, iletişim kaynağının hedef için cazibesi, iletişimin etkinliğini arttıran etkenlerden biridir. Bütün bu bulgular bize, bir iletişimin etkili olabilmesinde, iletişim kaynağının rolünün, yani propagandayı kimin, ne maksatla yaptığının ne kadar önemli olduğunu göstermektedir (Kağıtcıbaşı, 2005)

Kaynağın etkili bir iletişimi gerçekleştirme durumu;

- ✓ İletişim becerisine, tutumuna,
- ✓ İletişim kurduğu konuya ilişkin deneyim ve bilgisi ile toplumsal ve
- ✓ Kültürel etkenlere bağılı olarak değışir.

4.2. KODLAMA

Mesajın kaynaktan alıcıya ulaşabilmesi için kodlanması gerekir. Kod, insanlara anlamlı gelecek şekilde yapılandırılan her hangi bir semboller grubu olarak tanımlanabilir. Örneğin, polis kendi iç iletişimlerinde, özellikle telsiz aracılığıyla yaptıkları iletişimlerinde, kendileri için anlamlı fakat diğeri insanlar için belki de anlamsız bir dil kullanmaktadır. O halde kaynak iletmek istediği bilgileri bir dizi sembole çevirerek, sinyaller halinde kodlar. Kodlama olamadan, bilgilerin bir insandan diğeriye iletilmesi mümkün değildir. Örneğin, gazetenin kullanmış olduğu kod yazı, radyonun ki ses, televizyondaki ise ses ve görüntüdür.

Kısaca ***bilginin, düşüncenin, duygunun iletme uygun, hazır bir mesaj biçimine dönüştürülmesine kodlama*** diyoruz. Kaynağın aklından geçirdiği ya da oluşturduğu düşünceler, alıcıların anlayabileceği simgelerle kodlanarak mesaja dönüştürülür. Bir kaynağın bir mesajı kodlaması, aynı zamanda onun toplumsal birikimlerini de kapsayan deneyimleri ve yaşantılarının bir yansımasıdır. Kodlama, mesajın gönderileceği ortamın seçimi ile de ilgilidir. Kişilerin arkadaşlarıyla günlük konuşmaları, resmi toplantı konuşmaları veya teknik bir

konudaki konuşmalar hep ortama bağlı değişik kodlama yol ve yöntemlerini gerektirir. Kodlama mesajın gönderileceği ortamın yani yüz yüze, telefon, telsiz gibi araçların kullanılmasına bağlı olarak farklılaşır.

4.3. MESAJ (İLETİ)

Düşünce, duygu ya da bilginin kaynak tarafından kodlanmış biçimidir. Bir şeyi aktarmayı, iletmeyi isteyen kaynağın ürettiği sözel, görsel ve görsel-işitsel simgelerden oluşmuş somut bir üründür. Mesajın en önemli iki ögesi içerik ve yapıdır. İçerik anlamla, yapı ise simgeler ve kodlarla ilgilidir. Kişiler arasındaki iletişim sorunları genellikle anlam uzlaşmazlığından kaynaklanır. Bu nedenle, anlamların paylaşımı olarak da tanımlanan iletişimin sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesi için mesajın anlamlı olması gerekir. İletişimde, mesajda yer alan simgelerin, alıcılar tarafından anlaşılır olması gerekir, aksi takdirde, iletişim bir gürültü olmaktan ileriye gidemez. Mesajın oluşturulmasında kullanılan herhangi bir kod, mesaj dili olarak tanımlanır. Mesajın dili, herhangi bir ulusal dil olabileceği gibi müzik, resim gibi sanatsal ya da başka simgelerle oluşturulmuş bazı kodlar da olabilir. Bir kod, bir kültürün ya da alt kültürün üyelerince ortak olan bir anlam sistemi olup, kuralları ve uzlaşımları (gelenekleri) içerir. Bir başka deyişle **kod**, insanlara anlamlı gelecek şekilde yapılandırılan herhangi bir simgeler grubu olarak tanımlanabilir. Buna göre, belli bir biçimde anlamlı olarak düzenlenen sözlü ve sözsüz tüm dillerin birer kod olduğunu söyleyebiliriz. İnsanoğlu görsel, işitsel ve görsel-işitsel olmak üzere birçok simge sistemlerinden yararlanır. İletişim kurabilmek için, örneğin konuşmacı sözcükleri, ressam renkleri ve biçimleri, karikatürist çizgileri, balerin bedeninin hareketlerini vermek istediği mesajı anlamlı kılacak biçimde kullanmak zorundadır. *Kaynağın ileteceği duygu, düşünce ya da bilgi mesajın içeriğini oluşturur. Mesajın içeriği konusunda dikkat edilmesi gereken noktalar* (Gürgen, 1997:16)

- İletişimde işlenecek duygu, düşünce ve bilgilerin seçilmesi,
- Bunların nasıl işleneceği yani sunuluşu ile ilgili yöntemlerin başarıyla uygulanması,
- ✓ Mesajı oluşturacak içeriğin **açık ve seçik** biçimde belirlenmesi gerekir.
- ✓ Bu içerik, iletilmek istenen **alıcının özellikleri dikkate alınarak** kolayca anlaşılabilir hale getirilmelidir.
- ✓ Bu işlemde alıcının üyesi olduğu grubun yapısı, toplumsal-ekonomik durumu ve diğer özelliklerinin iyi bilinmesi; kaynak tarafından bu ölçütlere göre kodlanan mesajın, alıcı tarafından tam ve istendik bir biçimde anlaşılabilmesi için gereklidir. Bu anlamda

alıcının belli özellikleri dikkate alınmadan hazırlanan bir mesajın başarısız olacağı ise kaçınılmazdır.

✓ İletişimde bulunmak bir bakıma alıcıdan bir tepki almaktır. Herhangi bir iletişim kaynağı, alıcısının bir şey yapması, bir şey öğrenmesi veya kabul etmesi için iletişimde bulunur. Bu anlamda iletişim kaynakları alıcıyı her zaman akılda tutmalı, dikkate almalıdır. Alıcının anlayacağı şekilde kodlamanın yapılması kaçınılmaz bir zorunluluktur.

✓ Ayrıca, alıcının ilgisini ve gereksinimlerini karşılayabilecek bir içerik seçiminin de, önemli olduğunu belirtmek gerekir.

O halde kısaca mesaj, *her türlü görsel ve işitsel işaretler, her türlü sözlü ve yazılı ifadeler, kaynağın alıcıya ulaştırmak istediği duygu, düşünce ve davranışların kodlanmış halidir (Tutar ve Yılmaz 2003:21-26)*

Mesajın Özellikleri:

- ✚ Hedef kitlenin dikkatini çekmelidir.
- ✚ Anlamı bozmadan aktarabilecek şekilde hem kaynağı, hem hedef kitlenin ortaklaşa sahip oldukları deneyimlerini ifade eden işaretlerle verilmelidir.
- ✚ Hedefte ihtiyaç uyandırmalı ve bu ihtiyaçların karşılanıp giderilmesi için bir şeyler önermeli ve yol gösterici olmalıdır.
- ✚ İhtiyaçların giderilmesinde ileti ile önerilen yol bireyin içinde bulunduğu grup normuna uygun düşmelidir.
- ✚ Mesaj anlaşılır olmalıdır. Anlaşılabilirlik, alıcı ve kaynağın bilgisine, yeteneğine ve kültürel özelliklerine bağlıdır. Anlaşılamayan söz, deyim ve mimiklerden iletişim oluşan mesajlar algılanamayacak; dolayısıyla iletişim gerçekleşmeyecektir.
- ✚ Mesaj açık olmalıdır. Açıklık, özellikle istenilen ve beğenilen davranış açısından önemlidir. Kaynak, gönderdiği mesajla, alıcıdan ne istediğini belirtmelidir. Mesaj, görünüm olarak açık olsa dahi, beklenen mesaj belirsizse, açıklıktan uzak olacaktır. Açıklık, alıcı açısından da geçerlidir. Mesajın alıcısının kim olacağı, hangi alıcının ne yapmasının gerektiği, mesajın genel ifadesi içerisinde yer almalıdır.
- ✚ Mesaj doğru zamanda iletilmelidir.
- ✚ Mesaj uygun kanalı izlemelidir. Mesaj uygun yolu izlemeden alıcıya varırsa, etkinliğini kaybeder; alıcı ile kaynak arasındaki ilişki yetersiz olur. Aynı şekilde, mesaj izlediği yolda gereksiz yere durdurulmamalı ve tamamlanmamalıdır. Özel ilaveler veya

davranışlarla, mesaj ek anlamlı hale getirilirse, kaynak üzerindeki etkisi istenilenin dışında gerçekleşir ve hedefte beklenmeyen düşünce ve davranışlar oluşturur.

4.4. KANAL

Kaynakla alıcı arasındaki mesajın aktarılmasını, geçmesini sağlayan yoldur. Bir insan, grup, örgüt veya bir topluluk, radyo, tv, vb. olabilir.

İletişimin gerçekleşmesi mesajın gönderilmesine ve alıcılar tarafından alınmasına bağlıdır. Kanal, ışık dalgaları, radyo dalgaları, ses dalgaları, telefon kabloları sinir sistemi gibi mesajı taşıyan fizik araçlardır. İletişim kanallarını genel olarak **kişiler arası** ve **kitle iletişimi** olarak iki ana başlık altında sınıflandırarak açıklayabiliriz. Kişiler arası iletişim kanalları, kaynak ile alıcının yüz yüze gelmesi durumunda, örneğin söz, yazı, resim, fotoğraf ya da hareket bağlamında söz konusudur. Kitle iletişim kanalları, kaynak tarafından kodlanan bir mesajın, televizyon, radyo, film, gazete, video vb. gibi kitle iletişim araçlarıyla iletilmesi durumunda gerçekleşir. Kitle iletişiminde kullanılan kanallar, birey ya da grup olarak kaynağın çok sayıdaki alıcı gruplara mesajları ulaştırmalarını sağlar. ***İletişim kanalları, duyu organlarını uyaran ve belli fiziksel özellikleri olan araçlardır.*** Dolayısıyla iletişim kanalları, uyardıkları duyarlar açısından işitsel, görsel, dokunma, koklama, tad alma ile ilgili kanallar olarak da sınıflandırılırlar. Alıcı, kod açmayı anılan beş duyusunu kullanarak gerçekleştirir. Bir mesaj görülebilir, dokunulabilir, duyulabilir vb. bir özellik taşıyabilir. Bu sınıflamaya göre iletişim sürecinde aynı anda ne kadar çok duyu organı iletişimin gerçekleşmesi için işe koşulursa, iletişim de o kadar etkili olur. Genellikle, duyarların doğrudan ve anında uyarılması da iletişimin etkinliği ile doğru orantılıdır. İletişimin etkili olabilmesinde, kanal seçiminin çok büyük önemi vardır. Hangi kanalın seçileceği iletişimin amaçları, alıcının özellikleri ile zaman ve mekânın sınırlılıklarına bağlı olarak değişir. İletişimde, kime, ne için, neyi iletmek istediğimiz ile kullanacağımız kanal arasında da sıkı bir bağ bulunmaktadır.

Kitle iletişiminde kanal seçiminde dikkat edilmesi gereken noktalar (Gürgen,1997:17-19)

- En az maliyetle en çok sayıda kişiye hangi kanalların ulaşabileceği,
- Hangi kanalların en çok etkiye sahip olduğu,
- Hangi kanalların kaynağın amaçlarına daha çok uygunluk taşıdığı ve
- Hangi kanalların mesaj içeriğine daha uygun olduğu gibi bir takım ölçütler

dikkate alınarak belirlenir.

4.5. KOD AÇMA

Mesajın yorumlanarak anlamlı bir biçime sokulması sürecidir. Bilginin, düşüncenin, duygunun iletme uygun, hazır bir mesaj biçimine dönüştürülmesine kodlama diyoruz. İletişimin başarısı mesajın alıcı tarafından kod açımının yapılabilmesine bağlıdır. Bu ise alıcı ile kaynağın yaşantılarının çakışması ya da en azından kesişmesini gerektirir. Ortak yaşantı ve deneyimlerin bir yansıması olarak iletişimde ortak bir dilin gerçekleştirilmesinin ön koşuludur.

Kaynağın aklından geçirdiği ya da oluşturduğu düşünceler, alıcıların anlayabileceği simgelerle kodlanarak mesaja dönüştürülür. Bir kaynağın bir mesajı kodlaması, aynı zamanda onun toplumsal birikimlerini de kapsayan deneyimleri ve yaşantılarının bir yansımasıdır. Kodlama, mesajın gönderileceği ortamın seçimi ile de ilgilidir. Kişilerin arkadaşlarıyla günlük konuşmaları, resmi toplantı konuşmaları veya teknik bir konudaki konuşmalar hep ortama bağlı değişik kodlama yol ve yöntemlerini gerektirir. İletişim süreci içerisinde mesajlar ancak kod açma yoluyla, kâğıt üzerindeki “anlamsız” işaretler ya da birtakım ses ve görüntü sinyalleri olmaktan çıkıp anlam kazanırlar. ***Kodlama kaynak, kod açımı ise alıcı tarafından yapılır, iletişimin başarısı, mesajın alıcı tarafından kod açımının yapılabilmesine bağlıdır.*** Bu ise alıcı ile kaynağın yaşantılarının çakışması ya da en azından kesişmesini gerektirir. Ortak yaşantı ve deneyimlerin bir yansıması olarak iletişimde ortak bir dilin kullanılması, kod açımının etkin bir şekilde gerçekleşebilmesinin ilk koşuludur. İzafet ya da referans çerçevesi olarak bilinen bu duruma göre, şekilde de görüldüğü gibi bireylerin izafet çerçevelerinin kesiştiği alan, iletişimin gerçekleştiği alandır (Gürgen, 1997:18).

İzafet ya da Referans çevresi olarak bilinen bu duruma göre, bireylerin referans çevrelerinin kesiştiği alan, iletişimin gerçekleştiği alandır. Kaynakla alıcının izafet çerçevelerinin kesişme alanı ne kadar geniş ve ne kadar çok ortak bilgi birikimi içeriyorsa iletişimin gelişme boyutları da o denli geniş olacak, kaynak ile alıcının anlaşma olasılıkları o oranda artacaktır. İletişim sürecinin başarıyla işleyebilmesi, bu çerçevenin genişliği ile doğru orantılıdır. İletişimde bulunan kişilerin geçmiş yaşantıları, bilgi düzeyleri, inançları, değerleri ve tutumları, o andaki ruhsal özellikleri ne denli benzeşirse, karşılıklı rol ve statü ilişkileriyle, içinde bulundukları grup normlarıyla ilgili tanımlamaları ne denli çakışırsa, anlamlandırmalarda da benzerliğin sağlanması o ölçüde yüksek olur. Bu nedenle herhangi bir iletişim sürecini başlatacak olan kaynak, uyarılarını alıcıya göndermeden önce, onun izafet

çerçevesinde yer alan öğeleri iyi saptamalıdır. İletişimde bulunan kişilerin ortak yaşantı alanlarının sınırlı olması, bu kişilerin hiç bir şekilde etkin bir iletişimi gerçekleştiremeyecekleri anlamına gelmemelidir. Örneğin, iyi eğitilmiş, bir kaç dil bilen, birçok konuda bilgisi olan bir kişi ile eğitimsiz, cahil diyebileceğimiz bir kişi arasında da istenirse iletişim kurulabilir. Bunun için, atılması gereken ilk adım, eğitilmiş kişinin, cahil olarak tanımladığımız kişinin yaşantısından, onun bildiklerinden yararlanarak, ortak bir dili geliştirmek olmalıdır. Bu iki insan arasındaki yaşantı ve bilgi farklılığı ile ilgili uçurum ne kadar çok olursa olsun insan olmalarından kaynaklanan bir benzerliğin varlığı ortak bir dili geliştirmelerine yardım edecektir. İletişim bir kez kurulduğunda, bu iki insan arasında bilgi, düşünce ve duyguların paylaşımı sağlandığında, süreç içinde ortak yaşam alanları genişleyecek ve daha etkin bir iletişimi gerçekleştirme olanağını yaratabileceklerdir. Halk arasında “nabza göre şerbet vermek” olarak açıklanan iletişim anlayışından tümüyle farklı olan bu yaklaşım, iletişimi bir paylaşım süreci olarak değerlendirmektedir(Gürgen, 1997;19).

4.6. ALICI/HEDEF

Kaynağın gönderdiği mesaja hedef olan kişi, grup ya da kitleye iletişim sürecinde alıcı adını veriyoruz. Alıcı bir kişi, örgütlenmiş ya da örgütlenmemiş bir grup, örgüt ya da toplum olabilir. Alıcı, kaynak tarafından gönderilen mesajlara tepki gösteren ya da tepkisini belli etmeden salt mesajı alan edilgen biri olabilir. İletişimin çift yönlü bir süreç olma durumu, alıcının aldığı mesaja tepki göstermesiyle gerçekleşir. Alıcının tepki göstermesi ise öncelikle kendisine gönderilen mesajı almasına bağlıdır.

Mesajın bir uyarıcı olarak, alıcının duyu organlarını uyarması için bazı özelliklere sahip olması gerekir (Gürgen, 1997:19):

➤ Algılamamanın gerçekleşebilmesi için, her şeyden önce **mesaj, alıcının dikkatini çekmelidir**. Dikkat çekmeyen bir mesajın algılanması olanaksızdır. Dikkat çekme ile ilgili sözcelimi, şiddet, büyüklük, hız, tekrarlanma sayısı ve zıtlık-benzerlik ilişkisi gibi birçok teknikten yararlanılır. İnsanlar uyarıcıların tümünü değil bunların arasından bazılarını seçerek algırlar. Seçici algı olarak tanımlanan bu durum, çevre uyarıcılarından bazılarının ihmal edilmesi ve seçilenlerin üzerine odaklanması anlamını taşır.

➤ İletişimin başarılı bir şekilde gerçekleşmesi için, **alıcının örgüt ya da grubu içindeki yeri, düşünceleri, inanç ve tutumları, toplumsal-ekonomik konumuna ilişkin**

bilgilerin öğrenilmesi gerekir. İletişimin etkinliği, alıcının çok iyi tanımlanmasına, özelliklerinin bilinmesine bağlıdır.

➤ Alıcının çeşitli **iletişim araçlarına karşı duyarlılığı ile hangi iletişim kanallarına açık oluşu ve hangi iletişim kanalına ilişkin deneyimli oluşunun** da önemi oldukça büyüktür. Yüz yüze iletişimde, alıcının iletişime katılma olanağı oldukça yüksek olmasına karşın, kitle iletişim araçlarıyla gerçekleştirilen iletişimde bu etkin katılma olanağı oldukça sınırlıdır. Bu nedenle kitle iletişim araçlarıyla yapılan iletişim, tek yönlü iletişim olarak tanımlanmaktadır. İletişimi çift yönlü yapan ve kaynak ile alıcı arasında bilgi, duygu, düşünce paylaşımına ve her iki tarafın da bu etkileşim süreci içinde değişimini gerçekleştiren geribildirim, kitle iletişiminde de bulunmakla birlikte anında değil, istendiğinde ancak gecikmeli bir şekilde gerçekleşir. Bu durum kitle iletişimini tek yönlü bir iletişim biçimi olarak tanımlanmasına neden olur.

➤ İletişim sürecinin en önemli ögesi olan alıcıya, yani mesajlarımızı paylaşmak istediğimiz kişi ya da kişilere genellikle gerekli ve yeterli önemi vermiyoruz. Çoğu kez anlatmak istediğimiz herhangi bir konuyu ayrıntılı bir şekilde açıklamaya o kadar çok önem veriyoruz ki, mesajlarımızın karşımızdaki kişiler tarafından anlaşılacak şekilde iletmenin önemini unutuyoruz. Mesajımızı kodlarken alıcının o konudaki yetenek, özellik ve deneyimlerini göz ardı etmememiz, mesaja yönelik iletişim değil alıcıya yönelik iletişimi gerçekleştirmemiz gerekir. Diğer yandan, bazı durumlarda da mesajımızı iletteceğimiz iletişim kanalına o kadar çok önem veririz ki alıcının bu mesajı seçtiğimiz o kanalla ne ölçüde anlayıp anlamadığını gözden kaçırırız.

➤ Alıcının iletişim becerileri de, kaynağın iletişim becerileri gibi iletişim sürecinin işlemesi ve istedik amaçlara ulaşabilmesi açısından önemlidir. Eğer, alıcının, dinleme, okuma, düşünme yeteneği ve becerisi sınırlı ise, kaynağın gönderdiği mesajın kod açımı eksik ya da yanlış yapılacaktır.

➤ Alıcının bilgi düzeyi de iletişimin sağlıklı gerçekleşmesinde önemli bir faktördür. Eğer alıcı, kodu ya da mesajın içeriğini bilmezse, mesajı anlaması mümkün olmayacaktır. Bu ise iletişimin amacının gerçekleşmemesi anlamına gelir.

➤ İletişim sürecinde alıcının kültürel ortamı ve toplumsal ilişkilerinin de iletişimi etkileyen faktörler arasındadır.

➤ Alıcının gelen mesajı alabilmesi için, mesajı almaya hazır olması gerekir.

4.7. GERİ BİLDİRİM

Alicının, kaynağın mesajına verdiği cevap, geribildirim (feedback) olarak adlandırılır. Kaynak, kendisine ulaşan cevabı değerlendirerek, mesajını yeniden düzenler ve iletir. Geribildirim süreci ile kaynak ile alıcı yer değiştirerek, alıcı kaynak, kaynak da alıcı konumuna geçer. Kaynak, alıcıda yeni bir tutum geliştirmek, alıcıda var olan herhangi bir tutumu pekiştirmek ya da şiddetini artırmak, alıcının var olan tutumunu değiştirmek amacıyla iletişim kurar. Alıcı ise tepkisini ya mesajı benimseme, mesaja karşı tepkide bulunma ya da eski konumunu koruma olmak üzere üç değişik biçimde dile getirir. Her üç durumda da alıcı, bir değişime uğrar. Tek yönlü iletişimde alıcı, kaynağın gönderdiği mesajı, yalnızca edilgen bir biçimde alır, tepkisini dile getiremez. Bununla birlikte, yüz yüze iletişimde karşımızdaki kişinin örneğin yüz ifadesi, bedeninin duruşu gibi özellikleri bir anlamda tepkisini dile getirmesine yardımcı olur. Ne var ki bu sözsüz tepkilerin bir geribildirime dönüşebilmesi, geribildirime açık, duyarlı ve sözsüz iletişim kodlarını çözebilecek bir kaynağın varlığını gerektirir.

Geribildirim, kaynağın mesajını alıcının gereksinimlerine ve tepkilerine uygun hale getirmesine ve alıcının, iletişime katıldığı duygusunu yaşamasına yardımcı olur. Geribildirimde bulunamama sinirli, gergin bir havanın oluşmasına neden olacağı için iletişimin etkinliğini güçleştirir hatta iletişimi koparabilir. Geribildirim bir diğer önemli işlevi de kaynağa, iletişimin başarısı hakkında bilgi vermesidir. Böylece kaynağın kendisini ve mesajlarını değerlendirme olanağı sağlayan geribildirim, “olumlu” ve “olumsuz” olmak üzere iki biçimde gerçekleşir. Olumlu geribildirim, kaynağa iletişim amacını gerçekleştirdiğini, olumsuz ise gerçekleştirmediğini bildirir. Geribildirim olumsuzsa kaynak mesajını yeniden gözden geçirir. İletişim sürecinde geribildirime ne denli önem verilirse o ölçüde iletişimin başarısının yani etkinliğinin artacağını söyleyebiliriz. Geribildirim, aynı zamanda, gecikmesiz ve gecikmeli olarak da gerçekleşir Gecikmesiz geribildirim, ancak yüz yüze iletişim biçiminde gerçekleşir. Burada alıcı, tepkisini anında kaynağa iletme olanağına sahiptir. Diğer yandan, kitle iletişiminde alıcılar bu gecikmesiz geribildirim olanağından yoksun oldukları için, tepkilerini gecikmeli olarak iletirler. Bu durum yüz yüze iletişimi, kitle iletişiminden ayıran ve aynı zamanda, onu kitle iletişiminden çok daha güçlü ve etkili kılan bir özellik olarak değerlendirilir (Gürgen, 1997:23-24).

Geribildirimler birkaç şekilde olabilir:

- Karşıdakine bakış şekli
- Kişinin beden hareketleri

- Kişinin sözlü olarak söyledikleri
- Bütün bunların hepsinin beraber ortaya konması
- Sessiz kalma

Etkin bir geribildirim (Tutar ve Yılmaz, 2003:33);

1. Kaynağa yardımcı olmayı amaçlar,
2. Mesajın tam bir karşılığıdır,
3. Zamanlaması tamdır,
4. Kaynağın amacına ulaşmasını sağlayacak kadar açık ve seçiktir,
5. Yapıcıdır ve davranış üzerinde durur.

Etkin olmayan geribildirim ise ;

1. Mesajın anlamını özel olarak içermez ve geneldir,
2. Mesajın anlamı ile doğrudan ilgisi yoktur,
3. Zamanlama itibariyle hatalıdır,
4. Kişiyi ve kişiliği vurgular,
5. Anlaşılmayacak kadar karmaşıktır,
6. Spekülasyonlara dayalıdır, veri ve bilgi içermez, yorum ağırlıklıdır.

İştilen ve anlaşılan ve netleştirilen konu ile ilgili yargılamadan hissedilen ve düşünüleni karşı tarafa iletebilmektir. Geribildirim faydası, diğer kişinin kurduğu iletişimin etkisini anlamasını sağlamaktır. Etkin dinleme becerisini kullanan birey, konuşan kişinin mesajlarını doğru anlayıp anlamadığını denetlemek için mesajı kendi sözcükleri ile geri iletmektedir (Ertürk ,2010:131).

4.8. GÜRÜLTÜ

Kaynağın isteği dışında, kaynak ile alıcı arasındaki iletiye eklenen her şey gürültü kavramı içine girmektedir. Gürültü iletişim sürecine zarar veren, geciktiren, bazen kesen bir ögedir (Gürgen ve Kirel, 2003:30-33):

- **İletişimde gürültü ögesi;**

➤ Fiziksel Gürültü: konuşma seslerini bastıran, müzik, televizyonda görüntü kaymaları v.s Genellikle nedenlerini biliriz ve giderme yollarını da bulabiliriz. Mesaja zarar vermez.

➤ Nöro-Fizyolojik Gürültü: İşitme, görme bozukluğu, zihinsel engeller, konuşma bozuklukları, kısaca kodlama ve kod açma sistemlerinde ya da açlık, yorgunluk gibi durumlarda ortaya çıkan gürültüdür.

➤ Psikolojik Gürültü: Şiddetli heyecan, sevinç, korku gibi durumlarda kaynağa ya da alıcıya ilişkin olumsuz tutumlar, önyargılar bu tür gürültü kaynaklarını oluşturur.

➤ Toplumsal-Kültürel Gürültü Kaynakları: İletişime katılan tarafların bilgi düzeyleri, kültürel çevre ve yaşantıları arasındaki köklü ayrımlardan kaynaklanan gürültü türüdür.

Gürültü, kanaldan, alıcıdan, kaynaktan ya da mesajın kendisinden de kaynaklanmış olsa daima kaynağın iletişim konusundaki niyetlerini, alt-üst edebilmektedir (Gürgen ve Kirel, 2003:25).

4.9.İLETİŞİMDE ETKİNLİĞİ SAĞLAMAMANIN KOŞULLARI

Her iletişim davranışının bir amacı vardır. Söz konusu temel amaç, etkili olmak ve etkilemektir. Sırf gerektiği ve göreneklere uygun olduğu için hal hatır sordüğümüz kişilerde bile gereken yerde gerektiği gibi davranan bir insan izlenimi yaratmaya çalışırız. Gerçi, iletişimde bulunurken amacımızı çoğu kez bilinçli bir biçimde belirlemeyiz ama onun hakkında belli belirsiz bir fikrimiz vardır. Bununla birlikte, birçok durumda iletişim, alışkanlıklara dayanır ve kalıplaşmış davranışlar ve mesajlarla gerçekleşir. Başka alanlarda olduğu gibi, iletişimde de kalıplaşmış davranışlar ve mesajlar, öngörüyü ve birlikte yaşamayı kolaylaştırırsa da, kimi durumlarda rutine dönüşmüş alışkanlıklar iletişimde yetersizliğe yol açarlar. Çünkü alışkanlıklarımız bazı durumlarda gerçek amacımızı tanımlamamıza ya da onun hakkında düşünmemize engel olabilirler. İletişimde amacın iyi tanımlanmamış olması ya da alışkanlığa bağlı olarak gözden kaçması ise, hedefe ve ortam koşullarına göre en uygun iletişim davranışlarının neler olabileceği konusunda bizi düşünmekten, karar vermekten alıkoyarak iletişimde başarısızlığa neden olabilir. Her iletişimin sonucunda beklenen tepki görülemeyebilir. Çünkü iletişim mesaj ile umulan etkisi arasındaki ilişki, yalın bir etki-tepki ilişkisi değildir. Birçok etkene bağlı olarak tümüyle ya da kısmen gerçekleşebilir ya da tam

beklenenin aksine sonuçlar verebilir. Bununla birlikte iletişimin etkinliğini sağlayan “olmazsa olmaz” koşullar/ilkeleri şu şekilde sıralayabiliriz (Gürgen,1997: 155-169):

- **Kaynağın inanılır bulunması iletişimin etkisini artırır.** Kaynağın alıcılar tarafından inanılır bulunması ya da bulunmaması, iletişimi olumlu ya da olumsuz yönde etkileyen çok önemli bir özelliktir. İnanılabilirliğin ise saygınlık ve güvenilirlik olmak üzere iki faktöre bağlı olarak oluştuğu bilinmektedir. Saygınlık, kaynağın iletişim kurduğu konuda uzman olup olmadığı ve alıcının kaynağa duyduğu saygı ile ilgili bir özelliktir. Araştırmalar, kaynağın saygınlık düzeyine bağlı olarak tutum değişiminin gerçekleştiğini ortaya koymaktadır. Buna göre, yüksek saygınlık düzeyine sahip bir kişiden gelen mesajların alıcı tarafından daha kolaylıkla kabul edileceğini ileri sürebiliriz. Araştırmalar, mesajın içeriğinin kaynağın özelliklerine bağlı olarak anlam değiştirdiğini ortaya koymuştur. Örneğin, aynı mesaj saygın bir kaynaktan geldiğinde inandırıcı bulunurken, saygın olmayan bir kaynaktan geldiğinde ise inandırıcı bulunmayabilmektedir. İletişim kaynağının uzmanlığının ötesinde, güvenilir de olması inandırıcılığın oluşumunda oldukça önemlidir. Bir iletişim kaynağı, konusunda ne kadar uzman olursa olsun, iletişimin amacı, alıcıyı kandırmak olarak yorumlanırsa, o iletişimin alıcı üzerinde fazla bir etkisi olmayacaktır. Araştırmalar, insanların kendileri ile benzer görüşlere sahip insanları sevme eğilimi içerisinde olduklarını göstermektedir. İnsanlar, sevdikleri bir kişiyle çok kolay özdeşleşirler. O kişinin tutumlarını, zevklerini, davranış ve giyinme biçimlerini kolayca benimserler. Dolayısıyla kaynağın sevilen, çekici bir kişi olması, iletişimin etkisini yükseltmektedir. Genel olarak kaynağın konusundaki uzmanlık düzeyine, güvenilir ve sevebilir olup olmadığına bağlı olarak iletişimin etkisi azalmakta ya da fazlalaşmaktadır.

- **Kaynak, alıcının kendisini nasıl gördüğünü iyi değerlendirmelidir.** Bu değerlendirme sonunda kaynak, mesajlarını alıcı tarafından kendisinin nasıl görüldüğüne yani imajının ne olduğuna dikkat ederek düzenlemelidir. Çünkü kaynağın mesajı, alıcıdaki imajıyla çelişmesi iletişimi olumsuz yönde etkiler. Dolayısıyla, kaynak, mesajlarını, alıcıdaki imajıyla tutarlı olacak şekilde iletişim kurmalıdır.

- **Mesaj, alıcının dikkatini çekecek şekilde düzenlenmelidir.** Alıcının dikkatini çekemeyen dolayısıyla algılanmayan bir mesaj, hiçbir şekilde bir etkiye yol açamaz bir gürültü olmaktan ileriye gidemez.

- Mesajların kodlanmasında kullanılan simgelerin, mesajı gönderen kaynak kadar, mesajı alacak, algılayacak, açımlayacak alıcı tarafında da bilinen simgeler olması gerekir. Simgeler, her iki tarafında ortak yaşam deneyimlerinden kaynaklanmalıdır.

- Mesaj, insanların bireysel gereksinimlerine seslenmeli, bu gereksinimlerin farkına vardırması, onları giderme isteği yaratarak, bu doğrultuda davranışa geçmeye güdüleyici olmalıdır.

- Mesajın etkili olabilmesi için, alıcının temel değerlerini, tutumlarını, inançlarını bilmek ve bunları mesajın kodlanması sırasında dikkate almak gerekir.

- **Mesajın dili anlaşılır, içeriği açık ve seçik olmalıdır.** Ayrıca mesaj, verdiği bilgilerden sonuç çıkarmayı alıcıya bırakmayacak, açık ve anlaşılır bir şekilde ifade edecek şekilde kodlanmalıdır.

- **Mesajın alıcıya ulaşabilmesi için en uygun iletişim aracı seçilmelidir.** Bu nedenle, alıcının iletişim araç ve ortam türlerine ilişkin tercihleri ile alıcıya ulaşmada kolaylık sağlayan araçların kullanılmasına dikkat edilmelidir.

- Alıcıya aynı anda ne kadar çok iletişim aracı ile ulaşırsa, örneğin, mesajın sözel olarak iletilmesi ile yetinilmeyip, bunu yazılı olarak da iletilmesi durumunda iletişim de o derece etkili olur.

- **Alıcının, iletişime katılma isteğinin derecesi, iletişimin etkinliğini yükseltmekte ya da azalmaktadır.** Bu nedenle iletişim tek yönlü değil, alıcının tepkisini dile getirmesine olanak sağlayacak şekilde çift yönlü olmalıdır.

- Mesaj, alıcının düşüncesine ters düşmeyecek ve özellikle alıcının mesajı kolayca benimseyeceği şekilde sunulduğunda, iletişim çok daha etkili olur.

- Aynı anda herkese ulaşamayacağı için iletişimde, alıcının sayısını sınırlandırmak iletişimin etkisini yükseltir.

Uygulamalar

İletişim süreçlerinde iletişimin sağlıklı biçimde gerçekleşebilmesi, alıcının, letiden, kaynağın iletiye verdiği anlama en yakın anlamı çıkarması gereklidir. Gündelik hayatta ne kadar sağlıklı iletişim kurabiliyoruz, tartışınız.

Uygulama Soruları

1.İnanırlık nedir? Açıklayınız.

Bu Bölümde Ne Öğrendik Özeti

İletişim, gerek araçlar yardımı ile ve gerekse de bunlar olmaksızın, mesajı veren ile alıcıyı, bilgi yaratmak ve paylaşma alanlarında, birbirlerine yaklaştırma süreci olarak tanımlanmaktadır. İletişim en yalın anlamda duygularını, düşüncelerini, bilgilerini belli simgelerle anlatan gönderici/kaynak ile bu simgeleri çözümleyip, algılayan ve anlayan bir alıcıyı/hedef gerektirir. İletişim sürecinde yer alan diğer öğeler ise mesaj, kodlama, kod açma, kanal, etkileme ve geribildirim ve gürültüdür. Kısaca bilginin, düşüncenin, duygunun ilettime uygun, hazır bir mesaj biçimine dönüştürülmesine kodlama diyoruz. İletişim kanalları, duyu organlarını uyarabilen ve belli fiziksel özellikleri olan araçlardır. Dolayısıyla iletişim kanalları, uyardıkları duyular açısından işitsel, görsel, dokunma, koklama, tad alma ile ilgili kanallar olarak da sınıflandırılırlar. Kodlama kaynak, kod açımı ise alıcı tarafından yapılır, iletişimin başarısı, mesajın alıcı tarafından kod açımının yapılabilmesine bağlıdır. Geribildirim, kaynağın mesajını alıcının gereksinimlerine ve tepkilerine uygun hale getirmesine ve alıcının, iletişime katıldığı duygusunu yaşamasına yardımcı olur.

Bölüm Soruları

1) Aşağıdakilerden hangi şıkta iletişimin ne kadar etkileyici olabileceğini belirleyen dört faktörden biri yer almamaktadır?

- a. Mesajın kaynağına ait özellikler
- b. Mesajın süresine ait özellikler
- c. İletişimle(mesajla) ilgili özellikler
- d. Hedef ögesi ile ilgili özellikler
- e. Ortam ile ilgili özellikler

2) Hedefin mesajı alarak değerlendirdiği ve yorumladığını göstererek, kaynağa yanıt vermesine ne ad verilir?

- a. Kanal
- b. İletişim
- c. Geribildirim
- d. Ortam
- e. Kodlama

3) "İnanılrlık özelliği iki bileşenden oluşmaktadır." Bunlar aşağıdakilerden hangisidir?

- a. İkna ve çabadır
- b. Saygınlık ve güvenilirliktir
- c. Dinleme ve konuşmadır
- d. Gürültü ve kodlamadır
- e. Empati ve sempatidir

4) Etkin olmayan bir geribildirim için aşağıdaki ifadelerden hangisi söylenemez?

- a. Mesajın anlamını özel olarak içermez ve geneldir
- b. Mesajın anlamı ile doğrudan ilgisi yoktur

- c. Zamanlama itibariyle hatalıdır
- d. Kişiyi ve kişiliği vurgular
- e. Yapıcıdır ve davranış üzerinde durur

5) Aşağıdakilerden hangisi iletişimin etkinliğini sağlayan “olmazsa olmaz” koşullar/ilkeler için yanlış bir anlam taşımaktadır?

- a. Kaynağın inanılır bulunması iletişimin etkisini artırır
- b. Kaynak, alıcının kendisini nasıl gördüğünü iyi değerlendirmelidir
- c. Mesaj, alıcının dikkatini çekecek şekilde düzenlenmelidir
- d. Alıcının, iletişime katılma isteğinin derecesi, iletişimin etkinliğini yükseltmekte ya da azalmaktadır
- e. Aynı anda herkese ulaşılabilir onun için iletişimde, alıcının sayısını arttırmak iletişimin etkisini yükseltir

6),, kaynağın mesajını alıcının gereksinimlerine ve tepkilerine uygun hale getirmesine ve alıcının, iletişime katıldığı duygusunu yaşamasına yardımcı olur.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) Kaynak
- b) Kodlama
- c) Mesaj
- d) İleti
- e) Geribildirim

7. Mesajın yorumlanarak anlamlı bir biçime sokulması sürecidir.

Yukarıda açıklaması verilen metin aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Kaynak
- b) Kod açma
- c) Mesaj
- d) İleti
- e) Geribildirim

8. Kaynakla alıcı arasındaki mesajın aktarılmasını, geçmesini sağlayan yoldur. Bir insan, grup, örgüt veya bir topluluk, radyo, tv, vb. olabilir.

Yukarıda açıklaması verilen metin aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Kaynak
- b) Kod açma
- c) Kanal
- d) İleti
- e) Geribildirim

9. Düşünce, duygu ya da bilginin kaynak tarafından kodlanmış biçimdir. Bir şeyi aktarmayı, iletmeyi isteyen kaynağın ürettiği sözel, görsel ve görsel-işitsel simgelerden oluşmuş somut bir üründür.

Yukarıda açıklaması verilen metin aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Kaynak
- b) Kod açma
- c) Kanal
- d) Mesaj
- e) Geribildirim

10. Kaynağın isteği dışında, kaynak ile alıcı arasındaki iletiye eklenen her şey kavramı içine girmektedir.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) Gürültü
- b) Kod açma
- c) Kanal
- d) Mesaj
- e) Geribildirim

Cevaplar: 1)b,2)c,3)b,4)e,5)e,6)e,7)b,8)c,9)d,10)a

5. KİŞİLERARASI İLETİŞİM YAKLAŞIMLARI

Bu Bölümde Neler Öğreneceğiz?

5.1 İLETİŞİMİN TANIMLARI

5.2 İLETİŞİME GENEL BİR BAKIŞ

5.3 KİŞİLERARASI İLETİŞİM

5.4 KİŞİLERARASI İLETİŞİM SÜRECİ

5.5 İLETİŞİMİN KULLANIMLARI VE TURLERİ

5.6.KİŞİLERARASI İLETİŞİM YAKLAŞIMLARI

5.7. KİŞİLERARASI İLETİŞİM VARSAYIMLARI

Bölüm Hakkında İlgi Oluşturan Sorular

- 1)Paylaşmak nedir? Açıklayınız.
- 2)Kişilerarası iletişimin varsayımları nelerdir?
- 3)Gelişimsel yaklaşım nedir? Açıklayınız.

Bölümde Hedeflenen Kazanımlar ve Kazanım Yöntemleri

Konu	Kazanım	Kazanımın nasıl elde edileceği veya geliştirileceği
İletişimin kullanımları ve türleri	İletişimin kullanım alanları ve türleri	İletişim kullanımları ve türlerini derinlemesine araştırılmalıdır

Anahtar Kavramlar

Kişilerarası iletişim

Giriş

İletişim, toplumsal bir işlev olarak tanımlanmıştır (Cherry, 1957). Kişilerarası iletişimin temel işlevi duyguları dile getirme ve toplumsal ilişki kurmadır. İletişimin en önemli özelliklerinden biri birlikteliği esas almasıdır. İletişim tek başına kurulan bir ilişki değildir, karşılıklı etkileşime ve beraberliğe dayanır. Eğer iletişim çift taraflı yani karşılıklı değilse gücü ya da yetkiyi o an için elinde bulunduran taraf isteklerini gerçekleştirecek, diğer taraf baskı altında tutulacaktır. Fakat bu sorunu sadece geçici olarak ortadan kaldıracak, güç ya da yetki ortadan kalktığında sorun devam edecektir (Cüceloğlu, 1999). İyi bir iletişim genel olarak sorunların çözümünde en etkili yöntemdir ve iletişim sorunları çözülmeden doyurucu bir yaşam sürmek olanaksızdır. İletişim konusunda bilinçlenmek bireye önemli etkileşim olanakları sağlar. İletişim sevgi hoşgörü ve anlayış temeline dayanmalıdır. Aksi halde yapmacık ve anlamsız olacaktır (Cüceloğlu, 1999). İletişim kurarken neyin hedeflendiği öncede iyi bilinir ve saptanırsa amaca ulaşmak kolaylaşabilir, etkili olma şansı artar. Hayatta istediğimiz bir şeylere ulaşmak istiyorsak hayatın hangi alanında olursak olalım doğru iletişim kurma zorunluluğumuz vardır. Ancak doğru iletişim kurduğumuzda iletme istediğimiz mesajı karşı tarafa aktarabilir ulaşmak istediğimiz sonuca ulaşabiliriz. Söylemek zorunda olduğumuz mesajı en iyi ifade edecek yöntemi bulmak, doğru ifadeleri kullanmak, karşımızdakinin onu mutlaka anlamasını sağlamak, verilen cevabı anlamak iletişim sürecinin en önemli öğeleridir.

5.1 İLETİŞİMİN TANIMLARI

İletişim, iletilmek istenen mesajın ilgili herkes tarafından anlaşılması amacıyla kanaat ya da düşüncenin, yazı, konuşma ve görsel araçlarla veya bunların bir arada kullanılmasıyla iletilmesi, alınması veya değiştirilmesi olarak tanımlanabilir. Yani genel olarak iletişim insanlar arasındaki düşünce ve duygu alışverişi olarak ele alınmaktadır (Cüceloğlu, 1999). İletişimin amacı, alan ve veren arasında düşünce ve tutum ortaklığı yaratmaktır. Fakat iletişim yalnızca bilmek ya da bilgilendirmek değildir. Karşımızdaki kişiye aktarılan bilgi değil, bilginin aktarılış şeklidir. Bir yerden, bir kişiden, bir makineden bir başkasına herhangi bir ortamdan yararlanarak bilgi göndermektir (Bilişim Terimleri Sözlüğü, 1981).

İki yönlü bir süreç olarak tanımlandığında ise haberleri, düşünceleri, duyguları bildirme, düşünceleri paylaşma yada değiş tokuş etme etkinliği; bilgi, haber, düşünce yada görüş alışverişi iletidir (Longman Dictionary of Contemporary English, 1978).

Bireyler arasında ortak bir simgeler sistemiyle gerçekleştirilen anlam ve bilgi alışveriştir (Ana Britanica, 1988) .

Shannon ile Weaver'in yapıtlarındaki tanımlamalarında iletişim sözcüğü en geniş anlamda bir aklın başkasını etkilediği tüm işlemleri içerir. Yazı yazmanın yada sesli konuşmanın yanı sıra müziği, görsel sanatları, güzel sanatları yani tüm insan davranışlarını kapsar (Brownel, 1950). iletişimi dolaylı ve dolaysız diye ayırmış ve dolaylı iletişimi “birşeyin sembollere dönüştürülüp bir kişiden bir başkasına iletildiği bir süreç” dolaysız iletişimi ise “Kişilerin birbirleriyle özdeşleşmeleri” diye açıklamıştır (Ruesch, 951). kişilerin birbirlerini etkilemesini sağlayan tüm süreçlerdir (Cooley, 1972). İnsan ilişkilerinin varolmasına ve gelişmesine yarayan mekanizmadır.

5.2 İLETİŞİME GENEL BİR BAKIŞ

İletişim, insanların var oluşlarından itibaren tüm canlılar için gözlenmektedir. İnsanın dış dünyayı ve kişisel var oluşunu anlamasını sağlayan düşünsel süreçlerin toplamı iletişim olduğunda anlamlı hale gelir. İletişim her toplumun doğuşu ve gelişmesi için temel olan toplumsal ilişkileri somutlaştırır. İnsana özgü toplumsal yaşamın vazgeçilmez ögesidir. İnsan toplumsal ve bireysel varlığının bilincine başkalarıyla kurduğu iletişimle varır. İnsanın duygularını, isteklerini, düşüncelerini anlatmak ve aktarmak için iletişim kurar. İletişim olmadan düşünce paylaşılmaz. İletişimin amacı karşılıklı anlaşmayı ve paylaşmayı sağlamaktır. İletişim konuşmacının ve dinleyicinin değerleri ve sosyo ekonomik statüsü, eğitim düzeyi, tecrübeler ve kültürlerden etkilenerek şekillenmektedir. İletişim becerilerinden birisi olarak kabul edilen dinleme davranışı, karşıdaki kişiye kabul edildiğini gösteren temel

bir davranıştır(Ertürk, 2010). Etkili bir iletişim için konuşmacı olmak kadar iyi bir dinleyici de olmak önemlidir. Aksi takdirde iletişim kopukluğu ve gürültü engeli ortaya çıkabilir.

5.3 KİŞİLERARASI İLETİŞİM

Kişinin kendi içinde anlamlar yaratması düşünme ya da içsel iletişim ise, başkalarıyla anlam alışverişi yapması da kişilerarası iletişimdir. Kişilerarası iletişim; “Kişinin kendi kendisiyle konuştuğu” içsel iletişimin de karşıtıdır. Kişilerarası iletişim iki ya da daha çok kişi arasındaki sözel ya da sözsüz simgesel etkileşim olarak tanımlanmaktadır. Simgeler ile simgesel bir dil yaratıp kullanabilmek insanoğluna özgü bir yetenektir. Kişilerarası iletişimde ki bir özellik de simgesel ortamdaki nesnelere, yerlere, kişilere anlam verilmesidir; yorumda bulunmak, duygu ve düşünceleri iletmek için anlamlar simgesel anlamı bilmeyi gerektirir. Simgeler ve simgelere tek tek verilen anlamlar iletişim ile paylaşılır. Örnek olarak; “dur” anlamına gelen kırmızı ışığın kendi başına bir anlamı yoktur. Ona bu anlamı veren anlaşılmaya veren, uygulayan kişilerdir. Kişilerarası iletişimde simge ile simgenin gönderim yaptığı çevresel özellik arasındaki ilişki öğrenmeyle kazanılır ayrıca içinde yaşanan toplumun onayını da gerektirir. Kişilerarası iletişimde kaynak konuşarak, yazarak ya da davranışları ile hedef kişiye veriler iletir. İletiyi alan kişi geri bildirim ile sorularla süreci ters çevirerek yanıt verir. Konuşan iki kişiden birisi kaynak diğeri de hedef birimi oluşturur. Bu iki birim arasında mesajın gidip geleceği kanallar vardır. Örnekte kaynak ve hedef birim insan olduğundan birimler yapı ve işlev olarak birbirlerine benzerler. Her birimde merkez, gönderici ve alıcı vardır.

5.4 KİŞİLERARASI İLETİŞİM SÜRECİ

Bilgi Edinme: Seçme, Algılama, Yorumlama, Saklama- Kişilerarası iletişim iki ya da daha çok bireyin birbirlerini sözlü yada sözsüz iletilerini algıladıkları gerçeğe gerçekleşir. Kişi dış dünyayı anlamak davranışlarını o yönde kendi amacıyla uyum sağlayacak yönde uyarlamak üzere çevresine ilgi gösterir. Çevreden alınan veriler ilgi gördüklerinde, önemsendiklerinde bilgiye dönüşür. Bilgi edinmede veri seçimi, yorumu ve saklanması temeldir. Kişi herhangi bir anda çevresindeki veri kaynaklarıyla çok sayıdaki insanlarla nesnelerle ve koşullarla çevrilidir. Bu verilerden birini seçer ve ilgisini o yönde yoğunlaştırır. Bu bir süzgeçten geçirme aşamasıdır. Kişileri tartarak bir yargıya varma anlamında kullanılan algılama kişilerarası iletişimin ayrılmaz bir parçasıdır.

Algılama gözlemi ve yargılamayı içerir. Kişi ile iletişim kurmaya nasıl başlayacağına karar vermeden önce kişinin tutumunun, duygularının, kişiliğinin algılanması gerekmektedir.

Algılananlarla bir yargıya varabilmeyi de inanç ve değer yargıları etkiler. Algılanan verilerin yorumlanmasında bireyin çevresine, karşısındaki kişiye verdiği değer yorumda ise kendisine yararlılık olasılığı etkilidir. Kişi algıladıklarını kendi ilgi ve çıkarları yönünde yorumlayabilir. Belirli bir davranışa anlam verilmesinde geçmişteki deneyimlere ve öğrenilmiş kurallara bağlıdır. Saklama aşamasında ise bilgileri belleğe depolama ve saklama süreçleri gelir. Bilgiler daha sonra kullanılmak üzere kısa ve uzun süreli bellekte saklanırlar (Usluata, 1991).

5.5 İLETİŞİMİN KULLANIMLARI VE TÜRLERİ

İletişimin kullanımları değişik düzeylerde incelenmektedir. Burton ile Dimbleby (1990) modellerinde iletişimi sınıflarken:

Kişinin içsel iletişimi;

Kişilerarası iletişim;

Grup iletişimi;

Kitle iletişimi; kullanarak sıralamışlardır.

Kişilerarası iletişim başkalarını algılamayı sözsüz davranışları kişilerin kendilerini tanıtmalarını içermektedir.

Kişilerarası iletişimin temel özelliklerine değinecek olursak:

İki insan bir araya geldiği ve birbirlerini fark ettikleri anda kişilerarası iletişim kaçınılmaz olur.

Kişilerarası iletişimde hem içerik, hem de süreç vardır. Kişilerarası iletişimde sözel mesaj alışverişleri sırasında mesajların sözcüklerle sınırlanan bölümüne içerik adını veriyoruz. Ancak iletişimde sözcükler kadar, ses tonu, beden duruşu, mimikler ve jestler de önemlidir.

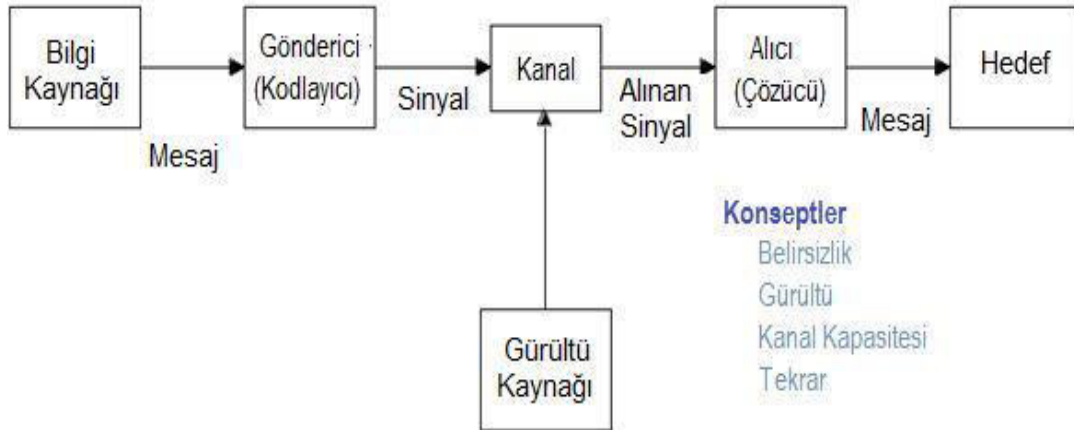
Kişilerarası iletişimde, tarafların verdiği mesajların sıralaması süreç boyutunda ele alınması gereken bir konudur. İletişim süreci içinde bir mesajın ardından hangi mesajın geldiği etkileşimden çıkarılan anlamı etkiler.

Sözel olmayan iletişim yollarının kişilerarası ilişkilerdeki önemi büyüktür. Sözel olmayan iletişim; duruş, bakış, mimikler; jestler; ses tonu gibi ifade biçimlerini içerir(Usluata, 1991).

İletişim sürecini tanımlayan bir model: Shannon ve Weaver'in İletişim Modeli

Shannon ile Weaver'in yapıtlarındaki tanımlamalarında iletişim sözcüğü en geniş anlamda bir aklın başkasını etkilediği tüm işlemleri içerir. Yazı yazmanın yada sesli konuşmanın yanı sıra müziği, görsel sanatları, güzel sanatları yani tüm insan davranışlarını kapsar.

Enformasyon kaynağı, istenen mesajı olası mesajlar kümesinden seçer. Seçilen mesaj yazılı veya sözlü kelimelerden, resimlerden, müzikten, vb. oluşabilir. İletici, mesajı iletişim kanalı aracılığıyla alıcıya gönderilecek sinyale dönüştürür. Alıcı, iletilen mesajı gerçekleştiren işlemin tersini yaparak, sinyali yeniden mesaja dönüştürür ve bu mesajı hedefe ulaştırır. Bu iletim sürecinde ne yazık ki enformasyon kaynağı tarafından iletilmesi istenmemiş olan bazı şeyler sinyale eklenir. İletilen sinyaldeki bu değişikliklere gürültü adı verilir.



İki kişi karşılıklı konuşurken birden fazla ileti vardır: Konuşma, el-kol hareketleri, kokular ve hatta dokunuşlar birer farklı ileti türleridir. Kanal ise her ileti türüne göre farklılık gösterebilir. Buradaki örnekte kullanılan kanal havadır. Göndericide, her ileti türü için farklı bilgi kaynakları vardır: Sözcükler için ağız ve ses telleri, hareketler için el ve kol kasları, koku için üzerindeki parfüm zerrecikleri, dokunuş için de elleri gündemdedir. Alıcının bu

iletileri çözümlediği araçları da her ileti çeşidi için farklıdır. Konuşmayı kulak ile, hareketleri göz ile, dokunuşları deri ile ve kokuları burun ile çözümleyerek algılar. Gürültü iser, konuşulanları duymayı güçleştirecek şekilde etraftan gelen sesler, alıcının oturduğu sandalyenin rahatsız olması, soğuk hava sebebi ile alıcının iletiye konsantre olamaması, alıcının o sırada iletilen mesajdan daha ilginç bir hususu düşünüyor olması, göndericideki kokuyu duymayı zorlaştıracak şekilde ortamda bulunan yemek kokusu gibi şeyler olabilir.

Enformasyon

Shannon ve Weaver'in modelinde, enformasyon, sorun düzeylerine göre şu şekilde ele alınabilir:

A düzeyinde, sinyal (mesajın gönderim şekli olarak) mesajın içeriği ile doğrudan ilgili olmadığından herhangi bir enformasyon taşımaz. Yani sınavda sağ gözün kırılması 'EVET' sol gözün ise 'HAYIR' anlamına gelebileceği gibi, sol göz 'HAYIR' sağ göz 'EVET' anlamına gelecek şekilde de planlanabilir. Dolayısıyla gözün kırılarak oluşturulan sinyal, enformasyonun içeriğini doğrudan kestiremez.

B düzeyinde ise anlam kategorileri gündeme gelir ve anlamsal sistemler, teknik tarifler kadar kesin tanımlanamayacağından buradaki enformasyon ölümü daha zordur.

Tekrar ve Belirsizlik

'Tekrar', bir iletideki mesajın belirlenebilirliği / kestirilebilirliğidir. Dolayısıyla, tekrar ve belirsizlik zıt kavramlardır. Yani tekrarın çok olması, enformasyon oranını düşürürken o mesajın kestirilebilirliğini artırır, dolayısıyla belirsizliğini düşürür. Özetle, yüksek kestirilebilirlik içeren bir mesaj aslında gereğinden fazla tekrar ve az enformasyon içerir demektir. Örneğin 'merhaba' demekle yüksek kestirilebilirliğe sahip bir mesaj gönderirim ama neredeyse hiç bilgi iletmemiş olurum. Bununla beraber tekrarın faydası sadece kestirilebilirliği artırmak değildir. Tekrar ayrıca yaşamsaldır. Yani teorik olarak iletişim tekrar olmadan da gerçekleşebilir, ancak pratik hayatta tekrarın uygulanmadığı durum neredeyse yoktur. Bunun en güzel bir örneği olarak, ingilizce %50 oranında tekrar sözcüklerine sahiptir. Yani ingilizce bir cümlede sözcüklerin yarısı atılsa dahi halen anlaşılabilir bir ileti aktarılabilir.

Tekrar teknik açıdan, ileti esnasında mesajda, gürültü ve yanlış algı sebebi ile meydana gelen hataların tespit ve düzeltilmesinde önemli bir fayda sağlar. Örneğin bir

cümlede kelimelerden birisi yanlış yazılsa dahi, cümledeki genel anlam bütünlüğü ve tekrar eden sözcüklerin sağladığı katkı kullanılarak hatalı kelime tespit edilebilir, hatta olması gereken kelime de belirlenebilir. Örneğin ‘Bu gün yemekte kapak yedim’ cümlesinde ‘kapak’ kelimesinin hatalı olduğunu, bunun yerine ‘kabak’ ın kastedilmiş olabileceğini anlarız. Burada ‘yemekte’ ve ‘yedim’ sözcüklerindeki tekrardan dolayı bir yeme işlevi algılanır ve diğer sözcüklerin de bu yeme işlevi ile uyumlu kelimeler olması beklentisinden dolayı iletide düzeltme yapma imkanı doğar.

Tekrar ve Uzlaşım

Bir iletiyi, belirlenen kalıplarda yapılandırmak, tekrarın yarattığı olumlu etkiyi yaratır ve iletide algıyı güçlendirir. Buna en güzel örnek kafiyeli şiirlerdir. Şiirdeki söz dizimi, kullanılması gereken kelime kümelerini daraltarak doğru mesajın iletilmesini ya da hataların tespit edilmesini kolaylaştırmaktadır.

Tekrar ve Toplumsal İlişkiler

İlişki amaçlı iletişimde kullanılan tekrar, olumlu iletişimde çok önemli bir yer tutmaktadır. Örneğin ‘merhaba’ demek yüksek tekrarlı bir ileti oluşturur. Bu ileti ilişkiyi değiştirmeyebilir ancak ‘merhaba’ dememek ilişkiyi mutlaka olumsuz etkileyecektir. Kişilerarası selamlaşma bazı iletişimler, tamamen tekrar dayanan ancak toplumsal ilişkileri güçlendiren iletilerdir.

Geribesleme

Geribesleme, kısaca, iletiyi alan alıcının göndericiye ilettiği tepkidir. Geribesleme iletişimin kalitesi ve güçlendirilmesinde önemli bir rol oynar. Örneğin, geri beslemeye önem veren ve bu geri beslemeyi değerlendiren konuşmacılar genelde iyi konuşmacılardır. Otoriter ve karşısındakinin görüşlerine önem vermeyen kişiler ise genelde geri beslemeleri hiç dikkate almazlar. Geribeslemenin etkisi iletişim kanal türüne ve bu kanaldaki gürültüye göre değişir. Örneğin yüz yüze iletişimde geri besleme telefon görüşmesine göre daha güçlüdür. Geribesleme sayesinde gönderici, göndereceği diğer iletilerini alıcının tepki ve beklentilerine göre düzenleyerek iletebilme imkanı doğurur. Ayrıca geribeslemenin dikkate alınması ile alıcı bu iletişime aktif olarak katıldığını hissedecektir ve iletileri benimsemeye daha olumlu davranacaktır. Geri besleme ‘yapamamak’ (ya da yapılan geribeslemenin dikkate alınmaması) ise daha gergin bir iletişim ortamına sebep olur ve iletişimin tamamen kopmasına neden olabilir.

Baker Brownel (1950) iletişimi dolaylı ve dolaysız diye ayırmış ve dolaylı iletişimi “bir şeyin sembollere dönüştürölüp bir kişiden bir başkasına iletildiğı bir süreç” dolaysız iletişimi ise “Kişilerin birbirleriyle özdeşleşmeleri” diye açıklamıştır.

Jurgen Ruesch (1951) kişilerin birbirlerini etkilemesini sağlayan tüm süreçlerdir. Charles Cooley (1972) İnsan ilişkilerinin varolmasına ve gelişmesine yarayan mekanizmadır. Jurgen Ruesch (1951) kişilerin birbirlerini etkilemesini sağlayan tüm süreçlerdir. Charles Cooley (1972) İnsan ilişkilerinin var olmasına ve gelişmesine yarayan mekanizmadır.

İletişimin kullanımları değişik düzeylerde incelenmektedir. Burton ile Dimbleby (1990) modellerinde iletişimi sınıflarken:

- 1.Kişinin içsel iletişimi;
2. Kişilerarası iletişim;
- 3.Grup iletişimi;
4. Kitle iletişimi;

Kullanarak sıralamışlardır. Kişilerarası iletişim başkalarını algılamayı sözsüz davranışları kişilerin kendilerini tanıtmalarını içermektedir.

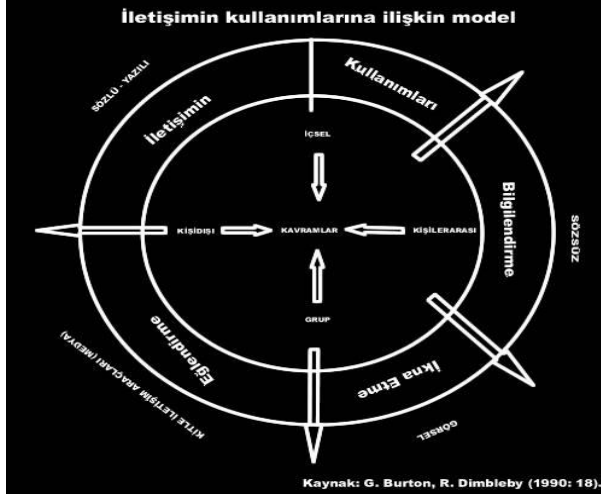
Kişilerarası iletişimin temel özelliklerine değinecek olursak:

İki insan bir araya geldiğı ve birbirlerini fark ettikleri anda kişilerarası iletişim kaçınılmaz olur.

Kişilerarası iletişimde hem *içerik*, hem de *süreç* vardır. Kişilerarası iletişimde sözel mesaj alışverişleri sırasında mesajların sözcüklerle sınırlanan bölümüne içerik adını veriyoruz. Ancak iletişimde sözcükler kadar, ses tonu, beden duruşu, mimikler ve jestler de önemlidir.

Kişilerarası iletişimde, tarafların verdiği mesajların sıralaması süreç boyutunda ele alınması gereken bir konudur. İletişim süreci içinde bir mesajın ardından hangi mesajın geldiğı etkileşimden çıkarılan anlamı etkiler.

Sözel olmayan iletişim yollarının kişilerarası ilişkilerdeki önemi büyüktür. Sözel olmayan iletişim; duruş, bakış, mimikler; jestler; ses tonu gibi ifade biçimlerini içerir.



Kişinin kendi içinde anlamlar yaratması düşünme ya da içsel iletişim ise, başkalarıyla anlam alışverişi yapması da kişilerarası iletişimdir. Kişilerarası iletişim; “Kişinin kendi kendisiyle konuştuğu” içsel iletişimin de karşıtıdır. Kişilerarası iletişim iki ya da daha çok kişi arasındaki sözel ya da sözsüz simgesel etkileşim olarak tanımlanmaktadır. Simgeler ile simgesel bir dil yaratıp kullanabilmek insanoğluna özgü bir yetenektir. Kişilerarası iletişimde ki bir özellik de simgesel ortamdaki nesnelere, yerlere, kişilere anlam verilmesidir; yorumda bulunmak, duygu ve düşünceleri iletmek için anlamlar simgesel anlamı bilmeyi gerektirir. Simgeler ve simgelere tek tek verilen anlamlar iletişim ile paylaşılır. Örnek olarak; “dur” anlamına gelen kırmızı ışığın kendi başına bir anlamı yoktur. Ona bu anlamı veren anlaşılmaya veren, uygulayan kişilerdir. Kişilerarası iletişimde simge ile simgenin gönderim yaptığı çevresel özellik arasındaki ilişki öğrenmeyle kazanılır ayrıca içinde yaşanılan toplumun onayını da gerektirir.

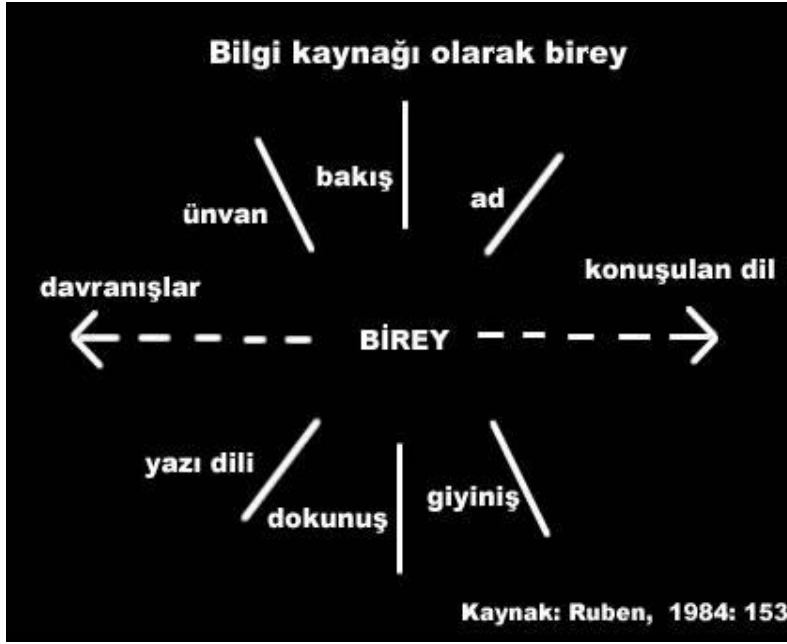
Kişilerarası iletişimde kaynak konuşarak, yazarak ya da davranışları ile hedef kişiye veriler iletir. İletiyi alan kişi geri bildirim ile sorularla süreci ters çevirerek yanıt verir. Konuşan iki kişiden birisi kaynak diğeri de hedef birimi oluşturur. Bu iki birim arasında mesajın gidip geleceği kanallar vardır. Örnekte kaynak ve hedef birim insan olduğundan birimler yapı ve işlev olarak birbirlerine benzerler. Her birimde merkez, gönderici ve alıcı vardır. İletişim modelindeki öğeler ve süreçler ise şunlardır. Kaynak ve hedef birimler, kanal, iletişim ortamı.



Bilgi Edinme:

Seçme, Algılama, Yorumlama, Saklama - Kişilerarası iletişim iki ya da daha çok bireyin birbirlerini sözlü yada sözsüz iletilerini algıladıklarında gerçekleşir. Kişi dış dünyayı anlamak davranışlarını o yönde kendi amacıyla uyum sağlayacak yönde uyarlamak üzere çevresine ilgi gösterir. Çevreden alınan veriler ilgi gördüklerinde, önemsendiklerinde bilgiye dönüşür. Bilgi edinmede veri seçimi, yorumu ve saklanması temeldir. Kişi herhangi bir anda çevresindeki veri kaynaklarıyla çok sayıdaki insanlarla nesnelerle ve koşullarla çevrilidir. Bu verilerden birini seçer ve ilgisini o yönde yoğunlaştırır. Bu bir süzgeçten geçirme aşamasıdır. Kişileri tartarak bir yargıya varma anlamında kullanılan algılama kişilerarası iletişimin ayrılmaz bir parçasıdır.

Algılama gözlemi ve yargılamayı içerir. Kişi ile iletişim kurmaya nasıl başlayacağına karar vermeden önce kişinin tutumunun, duygularının, kişiliğinin algılanması gerekmektedir. Algılananlarla bir yargıya varabilmeyi de inanç ve değer yargıları etkiler. Algılanan verilerin yorumlanmasında bireyin çevresine, karşısındaki kişiye verdiği değer yorumda ise kendisine yararlılık olasılığı etkilidir. Kişi algıladıklarını kendi ilgi ve çıkarları yönünde yorumlayabilir. Belirli bir davranışa anlam verilmesi de geçmişteki deneyimlere ve öğrenilmiş kurallara bağlıdır. Saklama aşamasında ise bilgileri belleğe depolama ve saklama süreçleri gelir. Bilgiler daha sonra kullanılmak üzere kısa ve uzun süreli bellekte saklanırlar.



Görünüş, dokunuş, yer ve zaman kullanımı sözel olmayan veriler için temel kaynaklardır. Kişiler karşılıklı ilişkilerde kimi zaman ulaşmak istedikleri değişik hedeflere göre davranırlar. Bireyin kendini sunuşu amaca ulaşmanın bir yoludur. Kişiler sözel yada sözsüz sürekli veri üretirler. Bu verilerde davranış, görünüş, ses tonu başkaları için bilgi kaynağıdır. Yapılan bir araştırmaya göre kızgın bir kişinin hızlı ve tiz bir sesle konuştuğunu, üzüntülü bir kişinin yavaş sesle konuştuğunun, saldırgan bir kişinin ise yüksek sesle konuştuğunu saptamıştır. İletişimde de sözlü kodlar da sözsüz kodlar da çok önemlidir. Konuşulan dil, dilin kullanılış biçimi, ses tonu, noktalama, yazım biçimi, içinde bulunan ruhsal durum, eğitim, kişinin içinde yetiştiği bölge belirleyici olabilir

A. Sözel iletişim – dil: Sözcükleri seçme ve iletme becerisi iletişiminin etkililiğini konuşma tonu da duyguları açığa vurmayı sağlayabilir. Söylenen yada yazılan yapılan yada yapılmayan her şey kişiye ilişkin bilgi kaynağıdır. Burada sözel bilgi kaynağı dildir. İletişimin en güçlü aracı bilginin sözel kaynağı konuşma başka deyişle dildir. Dilin gelişmesiyle düşünceler düzenlenmiş yeni düşünceler ortaya çıkmıştır. İnsanoğlu simgesel bir dil yaratır ve bunu kullanır. Kullanırken de veriler kodlanarak iletişim araçları ile bir noktaya iletilir. Dil, sosyal bir grubun kullandığı işaretler sistemi sözde konuşanların kişisel etkinliği sayılmaktadır. Öğrenme ile kazanılan dil olaylar üzerine bilgi iletimini sağlar. Başkalarıyla ilişkileri geliştirmek, soru sorarken, geri bildirim verirken, iletişim kurarken

dilden yararlanılır. Dilin görevlerinin başında adlandırma gelir böylece nesneye veya kişiye bir kimlik kazandırılır. Konuşma dili ve yazı dili arasında belli farklar vardır:

Konuşma dili, günlük hayatta diğer insanlarla iletişim kurmak için konuşurken kullandığımız dildir. Bu dil, doğal olduğu için konuşurken cümlemizin kurallı olup olmadığına, kelimelerin doğru sıralanıp sıralanmadığına, söyleyişin doğru olup olmadığına pek dikkat etmeyiz. Bu sebeple zaman içinde, bölgeden bölgeye değişen birtakım söyleyiş farklılıkları ve kelime farklılıkları ortaya çıkar. Bu farklılıkların tarihî süreç içinde, bölgelere göre geçirdiği maceradan o dilin lehçeleri ortaya çıkar. **Yazı dili**, adından anlaşılacağı üzere yazıda kullanılan dildir. Dilde birliği, anlaşma kolaylığını sağlamak için kullanılan kitap dilidir, kültür dilidir, edebî dildir. Konuşma dilinin her bölgenin doğal, günlük dili olmasına karşılık yazı dili, okuma yazmada kullanılan ortak dildir.

Konuşma Dili ve Yazı Dili Arasındaki Farklar :

- Bir ülkede bir yazı dili varken birden fazla konuşma dili vardır.
- Konuşma dili doğaldır yazı dili yapma bir dildir.
- Yazı dilinde kurallar varken konuşma dilinde yoktur.
- Yazı dilinin kullanım sahası konuşma diline göre daha geniştir.
- Konuşma dili günlük hayatta farklılık gösterirken yazı dili göstermez.

Yüzdeki anlamları göz hareketlerini, duruşu, giyinmeyi, sesin özelliklerini içeren bu iletişim beden dili olarak bilinir. Elleri kullanış, yüzdeki anlam, mimikler iletişime yeni anlamlar kazandırabilir. Gülüş, kaş çatış, el sıkış kişilik üzerine ipuçları verilir. Kişisel tepkiler, duygular sözcüklerden çok bakış ve davranışlardan anlaşılır. Bir konuşmacı bakışlarla geri bildirim veren dinleyicilerin söylediklerini anlayıp anlamadıklarını, sıkılıp sıkılmadıklarını, yüzleri kaş ve ağızları inceleyerek anlayabilir. Duruş, el ve kol hareketleri de sözsüz iletişime dahildir.

Sözsüz iletişimin işlevleri şunlardır:

Kişiler arasındaki iletişimde duygu ve tavırları düzenlemek. Sözel iletişimi dikkat çekerek söyleneni tamamlayarak desteklemek. Konuşmanın yerini almak.

Toplum birey açısından soyut bir kavramdır. Toplum bilincimiz başkalarıyla yaşadığımız ilişkilerde uymak zorunda olduğumuz davranış kurallarında gelişir ve somutlaşır. Bireyler iletişim davranışlarıyla grupla özdeşleşirler. Çağdaş topluluklarda bireyler birden çok grup üyesidirler araştırmalar da iletişim ağlarının yalnızca arkadaşlık ağları içinde değil, paylaşılan ilgiler ve ortak amaçlar içinde bulunduğunu saptamıştır. Newcomb'un 1950'deki grup çalışmaları bireylerin değişik grupları değişik konular için kullandıklarını ortaya koymaktadır.

Günlük yaşamamızın bir bölümü ikili ya da daha çok sayıda kişiden oluşan gruplar içindeki ilişkilerimiz ile geçer. Bu ilişki ortamlarında değişik konularda bireylerin birbirine eklenen iletişimleri belli bir toplumda ve zamanda gruplar ve örgütler arası nitelikte etkileşim ve iletişimleri oluşturur. Gerek bireyler ve örgütlerarası iletişimlerin gerekse toplumsal amaçlı iletişimlerin kitle iletişim araçlarıyla kitleye aktarılması ise iletişimin boyutlarını en geniş toplumsal hatta toplumlar arası çerçeveye ulaştırır. Kısacası iletişimin bireyselden toplumsala doğru 3 aşamasından söz edilebilir:

1. İlk aşama küçük gruplar içinde bireyler arasındaki iletişimler aşamasıdır. Bu iletişimlerin toplumsal boyutu toplumdaki geçerli kurallara göre gerçekleştirilmelerinden toplum yaşamının temel etkinlikleriyle ilgili olmalarından kaynaklanır.

2. İkinci aşama bireysel iletişimlerin zamanda ve mekanda birbirlerine eklendiği gruplar ve örgütler arası iletişimlerin belirlendiği aşamadır. Bu aşamada aile içindeki ilişkilerden kuşaklar arası iletişimin toplum düzeni ve işleyişi ile ilgili bireysel kanaatlerden kamuoyunun ve politikanın belirlenmesi söz konusudur.

3. Üçüncü aşamada ise ikinci aşamadaki iletişimlerin toplumsal bir iletişim aracı olan kitle iletişim araçlarıyla yinelenip yaygınlaştığı aşamadır. Bu aşamada aynı zamanda toplumun tümünü hedefleyen iletişim türleri bulunur. Eğitim ve öğretim kurumları, kamu oyu araştırmalarının yayını propaganda, ekonomi haberleri v.b

5.6.KİŞİLERARASI İLETİŞİM YAKLAŞIMLARI

A-Durumsal Yaklaşım

B-Gelişimsel Yaklaşım

DURUMSAL YAKLAŞIM, kişilerarası iletişimi “iki kişi arasında gerçekleşen iletişim” olarak tanımlamaktadır. Buna ikili iletişim de denir. Miller ve Steinberg, durumsal

yaklaşımın dört önemli özelliğini iletişimde bulunanların sayısı, fiziksel yakınlığın derecesi, iletişimcilerin kullandığı kanalların sayısı, geribildirimün önemi olarak belirtmektedir.

GELİŞİMSEL YAKLAŞIM, durumsal perspektifin ifade ettiği tüm yaklaşımları kaplamakla birlikte, herkesin yaşam alanının bir diğeri ile örtüşeceğini, birbirini kaplayacağını varsaymaktadır. Ayrıca kişilerarası iletişim sürecinin, iki kişi ile sınırlı olmadığını ve sadece yüz yüze etkileşimi gerektirmediğini açıklamaktadır. Kişiler, diğer kişilerle öncelikle onların sosyal rolleri aracılığıyla ilişki kurarlar. Diğer kişinin yabancı olması, kişiye aşına olmama vb. faktörlerin belirsizlik yarattığını ve kişilerin bu belirsizliği gidermek için kişilerarası iletişimin gelişimi içinde önceleri, birbirleri ile psikolojik düzeyde olmayan iletişim kurduklarını açıklamaktadır. Kişilerarası iletişim süreci içinde kişilerin birincil düzeydeki ilişkileri gelişir ve belirli niteliksel değişime ulaşır. Kişilerarası iletişim niteliği değiştikçe de kişinin psikolojik yapısına ilişkin olarak daha çok bilgi edinmek mümkün olmakta, bu da kişilere nasıl etkileşim kuracakları konusunda bilgi vermektedir.

5.7. KİŞİLERARASI İLETİŞİM VARSAYIMLARI

Kişilerarası iletişim varsayımları, kişilerarası iletişim sürecinin nasıl işlediğini açıklamakta ve temel özelliklerini ortaya koymaktadır. Kişilerarası iletişim varsayımları, kişilerarası iletişim araştırmacıları tarafından şu şekilde ifade edilmektedir;

Kişiler Arası İletişim Karşılıklı Bir Etkileşim Sürecidir:

İletişimin doğası, mesajların alınıp verildiği bir sürece dayanır. Kişilerarası iletişim süreci içinde, kaynak ve hedef sürekli yer değiştirir, iletişimin içinde yer aldığı ortam değiştiği için sürekli bir devinim olduğunu ifade etmektedirler. Bazen bu değişimlerin farkına bile varılmazken, birçok zaman dikkat çekici bir biçimde değişim yaşanmaktadır.

Kişilerarası İletişim Kaçınılmazdır:

Kişilerarası iletişim süreci içinde kişilerin etkileşimsel bir durumda, tüm davranışları potansiyel olarak iletişimi ifade etmektedir. Fakat alıcı, mesajın gönderiliş amacı ve niyetinin farkına varmayabilir. Mesajın istediği davranışa göre bir tepkide bulunmayabilir. İletişim istenilen amaca ulaşmasa da iletişim kurulmadan durulmamıştır. İletişim kurmamak için girişimde bulunmak bile bir kişilerarası iletişimin kuruluşunu ifade etmektedir.

Kişilerarası İletişim Bir Bütündür:

Kişilerarası iletişim sürecindeki kişiler, anlamları birbirine bağlı olarak oluşturmaktadır. Kişiler iletişime geçtikleri andan itibaren iletişim süreci birbirine bağlı olarak yapısal özellikleri beraberinde getirir.

➤ ***Kişilerarası İletişim Tekrarlanamaz:***

İletişimin sonucunda mazeretler ve haklı nedenler olarak iki durum söz konusu olmakta, kişilerarası iletişim sürecindeki bazı etkileri ortadan kaldırmak için aktarılan mesajların sınırlandırılması, reddedilmesi, etkenlerin çıkarılması etkisinin azaltılmasını sağlamakla birlikte mesaj tamamıyla değiştirilememektedir. Kişilerarası iletişim süreci içindeki bir mesaj tekrarlanırsa dahi aynı duygu yoğunluğu, aynı ilişki dinamiğinin yakalanması mümkün değildir.

➤ ***Kişilerarası İletişim Bir Düzenleme Sistemidir:***

Mesaj alışverişindeki dizesel yapı, anlam oluşmasını sağlamakta, ilişkinin türü, mesajların oluşturduğu sıralamaya göre değişebilmektedir. Bu etkileşim dizisi içinde bir mesajın nerede yer aldığı, yani hangi mesajdan önce ya da sonra yer aldığı mesajın anlamını etkilemektedir. Kişilerarası iletişim, katılımcıların aynı sembol sistemini kullandığı sürece gerçekleşir.

➤ ***Kişilerarası İletişimin İlişki ve İçerik Boyutu Bulunmaktadır:***

İlişki düzeyi, içerik düzeyine anlam veren çerçeveyi oluşturur, bu nedenle daha üst aşamadır. Kişiler birbirleri ile beklentileri doğrultusunda iletişim kurmaktadır. İletişimin iki tarafında yer alan kişilerin, belirli farklılıklara sahip olması ifadelerin seçilmesini ve denetlenmesini gerektirir. Aksi takdirde, ilişkinin içerik ve ilişki düzeyleri kavranılmadığında yanlış anlaşılmalara ve hatalarla kişilerarası iletişim süreci zarar görebilir.

➤ ***Kişilerarası İletişim Bağlamsal ve Çok Boyutludur:***

İletişimcilerin ne dediği ve ne yaptığı süreç içinde işleyen kurallara bağlı oluşur. Winograd iletişime katılanların cevap verme süreçlerinin işleyen sisteme göre oluşturduklarını ifade etmektedir. Kişiler iletişim süreci içinde bu amaçlara ulaşmak için, kişinin isteklerini, ihtiyaçlarını, değerlerini ifade eden psikolojik bağlam, diğer kişilere tepkilerini içeren ilişkisel bağlam, iletişimin nerede kurulduğunu ifade eden durumsal

bağlam, kişinin içinde bulunduğu kültürel yapıya bağlı olarak düzenlendiğini ifade eden kültürel bağlam doğrultusunda düzenlenmektedir.

Kişilerarası İletişimin Fonksiyonları

Kişilerarası iletişim süreci içindeki kişiler, birbirleri ile iletişim kurduklarında bilgi istemekte aynı zamanda kendileri hakkında bilgi vermektedir. Bilgiler sözlü ya da sözsüz şekilde iletilebilmektedir. Kişilerarası iletişimin, bilgi verme ve almanın dışında birçok amacı bulunmaktadır. Bu amaçlar, “kişilerarası iletişimin neden kurulduğunu” açıklayan fonksiyonları ortaya koymaktadır.

- **Varolmak:** Her birey kuracağı kişilerarası iletişimle kendi varlığının anlamını kavradığı gibi, kişilerarası iletişim ile yaşamın amacını belirlemekte ve yaşamdan doyum elde etmektedir.

- **Öğrenmek/Bilgi Edinmek:** Kişilerarası iletişim, kişinin dış dünyasını anlamada kolaylık sağlamaktadır. Kişilerarası etkileşimler yoluyla içselleştirdiği bilgileri öğrenmesi, tartışarak yeni anlamlar kazanması, yeni bilgiler edinmesi sağlanmaktadır. Bilgi edinme fonksiyonunda kaynak ve alıcı sürekli ve karşılıklı olarak etkileşim göstermekte ve kişilerin kendilerini açma özellikleri ile bilgi edinme sağlanmaktadır.

- **Paylaşmak:** Kişilerarası iletişim ile paylaşılanlarla; birincisi bilgi ve düşüncenin paylaşımı ile düşünce ortaklığı yaratılmakta, ikinci olarak da duygusal özelliklerin paylaşımıyla kişilerarası iletişim güçlenmekte, kişiler birbirlerine yaklaşmaktadır.

- **İlişki /bağlantı kurmak:** Kişiler kurdukları kişilerarası iletişim yoluyla yalnızlık ve depresyon duygularını azaltmakta, yaptıkları paylaşımlarla yüksek düzeyde doyum elde etmekte, kendileri hakkında pozitif hislere sahip olmaktadır. Bağlantı/ilişki kurmak kişilerin korunmasında ve rahatlık/huzurlarının sağlanmasında son derece etkilidir. Diğer insanlarla kurdukları ilişkiler doğrultusunda, kabul edilme, kendine güven duygusu gelişmektedir.

- **Etkilemek:** Kişilerarası iletişim sürecinde kişiler sahip oldukları sosyoekonomik ve kültürel normlar, kişisel donanımlar ile diğer kişileri etkilemek, yönlendirmek ve ikna etmek amaçlarını gerçekleştirebilmektir. İnsan davranışında en güçlü

motivasyon unsurlarından birisi etkilemedir. Kişiler etki yoluyla diğer insanlardan sevgi ve ılımlılık duygularını aldıkları için tatmin olmaktadır.

- **Eğlenmek:** İnsan ihtiyacı olan devinimi, eğlence temeline dayanan faaliyetlerle sağlamakta, bunu da kişilerarası iletişimle kurmakta ve sürmektedir.

- **Yardım etmek:** Kişiler birbiri ile iletişim yoluyla sıkıntılarını paylaşmakta , birbirilerine danışmanlık yapmakta birçok zaman teselli vererek yardımda bulunmaktadır. Sonuçta, hem karşı tarafa yardım ederek onun ilişkiden hoşnut olmasına hem de kişinin kendisi de bu iletişimden doyum elde edilmesini sağlamaktadır.

- **Benzerlik /yakınlık duymak:** Kişilerarası benzerlik ya da çekim, kişilerin benzer tutumlara, düşünce ve beğeni özelliklerini sahip olmasına denir. Kişiler benzer niteliklere sahip olduklarında kişiler arası iletişim sürecinde belirsizlik azaldığı için kişilerarası ilişkilerde etkinlik sağlanmaktadır.

- **Kimlik oluşturmak:** Kişilerin ilişkileri sırasında bulunduğu ortamlar ve ilişki kurduğu kişiler yeni roller ile birlikte kimlik kazanmalarında belirleyici olmaktadır. Kişinin diğerleriyle nasıl iletişim kurduğu ve iletişim sırasında hangi rolleri üstlendiği sosyal yapı içinde de bir kimlik edinmesini sağlamaktadır.

- **İlgi duymak/göstermek:** Kişilerarası iletişim süreci içinde, kişiler ilgi görerek, diğerlerinin kişiyi nasıl algıladığını tanımlamakta ve diğerlerine karşı olan ilgilerini gösterme fırsatı bulmaktadır

- **Duygusal yatırım yapmak:** kişiler, belirli kişilerle olan iletişimlerinde birbirlerine ilgi, zaman, enerji,kişisel kaynaklar v.b.yatırımlarda bulunmakta ve bundan dolayı da duygusal bir tatmin hissetmektedir. Kişilerin yaptıkları bu yatırımlar, ilişkilerinde kişisellik duygusu, kişisel gelişimin sağlanması, kişinin kendini doğrulaması, kendilik gelişimi vb özelliklerinin ortaya çıkmasını sağlamaktadır.

- **İhtiyaçları gerçekleştirmek:** kişiler, kişilerarası iletişimi kurarken kişilerarası ihtiyaçlarını vurgulamak, diğerleriyle etkileşimlerinde bu ihtiyaçlarını karşılamak ve kendileri de diğerlerinin ihtiyaçlarını karşılamasına yardımcı olmak amacını taşımaktadır. İnsanların neyi niçin yaptıklarını en basit şekilde ve mantıklı olarak açıklayan teori, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisidir. Bu ihtiyaçlar basamağının birçok aşamasında kişinin

iletişim kurması gerekmekte, böylece iletişim koruma yoluyla ihtiyaçlarını karşılayarak doyuma ulaşabileceği açıklanmaktadır.

Uygulamalar

Kişilerarası iletişim yaklaşımlarını tartışınız.

Uygulama Soruları

- 1.** Kişilerarası iletişim sürecini tartışınız.

Bu Bölümde Ne Öğrendik Özeti

Yaşamak başlı başına iletişim ağını, iletişim etkinliklerini içeren bir olaydır. Var olduğumuz anda çevre ile sürekli iletişim, etkileşim içine gireriz. Bilmeden çevremizi etkilemeye, değiştirmeye ve çevremize uyarlanmaya başlarız. Kişiliğimizi iletişim alışkanlıklarımızla, iletişim çabalarımızla ortaya koyarız. Bildiklerimiz, duyduklarımız, yapabileceklerimiz iletişim tavrımızla belirlenir. Kişilerarası ilişkilerin aracı da iletişimdir: Anlamak, öğrenmek, anlatmak, başkalarına ulaşmak için iletişimi kullanırız. Kendimizle, bir başkasıyla yada başkalarıyla sürekli iletişim içinde olmanın dışında dinleyici, okuyucu yada izleyici olarak da iletişim ağının kapsamındayız. İnsanlık tarihi ile başlayan iletişim, konuşma, yazma, basım ve elektronik kitle iletişim araçlarıyla son etkinliğine ulaşmış, uydular aracılığıyla yeni hizmetler sunmaya başlamıştır. Gelişmekteki bir toplum ve bu toplumun üyeleri olarak iletişim kurduğumuz dünya içindeki yerimizi kavrayabilir, bilinçli bir iletişim kurarak, yeterince bilgi donanımına sahip olarak yenedünya düzeninde kendimize bir yer hazırlayabiliriz. Görüldüğü üzere iletişim hayatın her alanında yer kaplar, hatta hayatın kendisini oluşturur. İletişim kurma yeteneğimiz büyük oranda kişisel mutluluğumuzun da belirleyicisidir.

Bölüm Soruları

1) "..... ileilmek istenen mesajın ilgili herkes tarafından anlaşılması amacıyla kanaat ya da düşüncenin, yazı, konuşma ve görsel araçlarla veya bunların bir arada kullanılmasıyla ileilmesi, alınması veya değiştirilmesi olarak tanımlanabilir."

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a.İletişim
- b.Mesaj
- c.Kaynak
- d.Hedef
- e.Halkla ilişkiler

2) ".....yapıtlarındaki tanımlamalarında iletişim sözcüğü en geniş anlamda bir aklın başkasını etkilediği tüm işlemleri içerir. Yazı yazmanın yada sesli konuşmanın yanı sıra müziği, görsel sanatları, güzel sanatları yani tüm insan davranışlarını kapsar."

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a. Freud ve Adorno
- b. Adorno ve Horkheimer
- c. Shannon ve Weaver
- d. Shannon ve Freud
- e. Weaver ve Horkheimer

3) "Kişinin kendi içinde anlamlar yaratması düşünme ya da içsel iletişim ise, başkalarıyla anlam alışverişi yapması da iletişimdir."

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a.Halkla ilişkiler
- b. Kişilerarası iletişim
- c.Dinleme ve konuşma

d.Psikolojik

e.Duyum

4) Kişilerarası iletişimde ile gönderim yaptığı çevresel özellik arasındaki ilişki öğrenmeyle kazanılır ayrıca içinde yaşanılan toplumun onayını da gerektirir.

Yukarıdaki boşluklara aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

a.Duygu duygunun

b. Duyum duyumun

c. İleti iletinin

d. Simge simgenin

e. İlişki ilişkinin

5) Seçme, Algılama, Yorumlama, Saklama- Kişilerarası iletişim iki ya da daha çok bireyin birbirlerini sözlü ya da sözsüz iletilerini algıladıklarında gerçekleşir.

Yukarıda tanımı yapılan unsur aşağıdakilerden hangisidir?

a.Mesaj

b.Algı

c.Geribildirim

d.Kodlama

e.Bilgi edinme

6) Kişinin kendi içinde anlamlar yaratması düşünme ya da içsel iletişim ise, başkalarıyla anlam alışverişi yapması da iletişimdir.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

a) Mesaj

b) Algı

c) Kodlama

d) İleti

- e) Kişilerarası iletişim

7. kaynağı, istenen mesajı olası mesajlar kümesinden seçer. Seçilen mesaj yazılı veya sözlü kelimelerden, resimlerden, müzikten, vb. oluşabilir.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) Mesaj
- b) Algı
- c) Kodlama
- d) İleti
- e) Enformasyon

8. Bir iletiyi, belirlenen kalıplarda yapılandırmak, tekrarın yarattığı olumlu etkiyi yaratır ve iletide algıyı güçlendirir.

Yukarıda tanımı yapılan unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Tekrar ve Uzlaşım
- b) Tekrar ve Toplumsal İlişkiler
- c) Geribesleme
- d) Kaynak
- e) Kod açma

9. günlük hayatta diğer insanlarla iletişim kurmak için konuşurken kullandığımız dildir.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) Mesaj
- b) Konuşma dili
- c) Yazı dili
- d) Sözlü iletişim
- e) Sözsüz iletişim

10. Kişilerarası iletişimi “iki kişi arasında gerçekleşen iletişim” olarak tanımlamaktadır.

Yukarıda tanımı yapılan unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Durumsal yaklaşım
- b) Gelişimsel yaklaşım
- c) Kişilerarası iletişim
- d) Kişilerarası iletişim fonksiyonları
- e) Bilgi edinmek

Cevaplar: 1)a,2)c,3)b,4)d,5)e,6)e,7)e,8)a,9)b,10)a

6. KİŞİLERARASI İLETİŞİMİN İPUÇLARI I

Bu Bölümde Neler Öğreneceğiz?

6.1. SÖZEL/SÖZLÜ İLETİŞİM

6.2. SÖZSÜZ İLETİŞİM

6.2.1. Sözsüz İletişimin Önemi

6.2.2. Sözsüz İletişimin Öğeleri

6.2.2.1. Fiziksel Görünüm-Vücut Biçimi, Tipi, Büyüklüğü

6.2.2.2. Giyinme, Aksesuarlar, Takılar ve Maddeler

Bölüm Hakkında İlgi Oluşturan Sorular

- 1) Sosyal algı nedir?
- 2) Çekicilik türleri nelerdir?
- 3) Çekicilik ipuçları nelerdir? Açıklayınız.

Bölümde Hedeflenen Kazanımlar ve Kazanım Yöntemleri

Konu	Kazanım	Kazanımın nasıl elde edileceği veya geliştirileceği
Sözsüz iletişim öğeleri	Sözsüz iletişimin öğelerinin öğrenilmesi	Sözsüz iletişimin neleri ifade ettiğini düşünüp gözlem yapılmalıdır.

Anahtar Kavramlar

Sözsüz iletişim, sözlü iletişim, çekicilik.

Giriş

İki temel iletişim kurma yöntemi vardır. Sözlü/sözlü ve sözsüz iletişim. Sözlü ve sözsüz, her iki iletişim biçimi de, iletişim sürecinde anlam iletiminde kullanılır. Sözlü iletişim, primer (birincil) bir iletişim biçimidir. Sözsüz iletişim ise sekonder (ikincil) iletişim biçimi olarak değerlendirilir.

Bu bölüm içinde sözlü iletişime bir başlangıç yaparken, sözsüz iletişimin öğeleri açıklanmaktadır. Bu öğeler beden ve beden kullanımı olarak dördüncü bölümde devam et-ketedir. Okuyucu bu iki bölümü bir bütün olarak algılamadır.

6.1. SÖZEL/SÖZLÜ İLETİŞİM

Sözel/sözlü iletişim, konuşma dili olarak da adlandırılır. Sözlü iletişim; yüz yüze görüşmeler, toplantılardaki konuşmalar, sözlü brifingler, halka hitaplar, sözlü sunumlar, telefonla yapılan görüşmeler, eğitim konferanslar, resmi konuşmalar, kurmay toplantıları, komiteler ve oryantasyon programları gibi çeşitli biçimde kurulur. **Gönderici ve alıcı arasındaki konuşmanın her türü, sözlü iletişimdir.** Sözlü iletişim, yüz yüze interaktif biçimde olabileceği gibi, radyo, televizyon ve telefonla da olabilir.

İletişimde sözlü iletişim, “**dil ve dil-ötesi**” olmak üzere, iki kısma ayrılır. Karşılıklı konuşmaları, hatta mektuplaşmaları, “dil ile iletişim” olarak kabul edebiliriz. Dil ile iletişimde kişiler, ürettikleri bilgileri birbirlerine iletirler. Dil-ötesi iletişim ise, sesin niteliği ile ilgilidir; ses tonu, sesin hızı, şiddeti, hangi kelimelerin vurgulandığı, duraklamalar ve benzeri özellikler, dil-ötesi iletişim sayılır. **Dil ile iletişimde, kişilerin “ne söyledikleri”, dil-ötesi iletişimde ise, “nasıl söyledikleri” önemlidir.** Araştırmalar, insanların birbirlerine ne söylediklerinden çok, nasıl söylediklerine dikkat ettiklerini göstermektedir. Karşımızdakinin sözlerinin kapsamı kadar, ses tonundaki canlılık da, bizi ilgilendirir; yani semantik öğeler kadar, dil-ötesi öğeler de iletişimde etkilidir. Mesaj iletilirken sadece kullanılan kelimelere değil, onların söyleniş biçimlerine de dikkat edilir. Mesajın doğru iletilmesi, seçilen kelimelere bağlıdır; ancak algılanması önemli ölçüde dil ötesine göre olur. Sözlü iletişim biçimlerinde jest ve mimikler, dil ve dil ötesi anlamlar, kişiden kişiye ve kültürden kültüre değişir (Tutar ve Yılmaz, 2003:53-54).

Dil bir simgeleştirme sürecidir ve simgesel kodlarımızın temellerini oluşturur. Konuşma bireysel, dil ise toplumsal ve kültürel bir olgudur. Belli bir dönemde ve toplumdaki bireysel ve toplumsal değerler, yaşantılar dil aracılığıyla yeni kuşaklara aktarılır. Dil, bireyin dünyayı algılayışında önemli rol oynar. Dilin yapısı - grameri ve kavram dağarcığı- düşünce ve davranışlarımızı kesin bir biçimde belirlemese de, belli seçim eğilimlerimizi gösterir. Çünkü dil, dünyaya bakışımızın ve yaşantılarımızı yorumlayışımızın özel bir biçimidir. Kişiler arası

İletişimde, anlaşmanın sağlanabilmesi için, referans çerçevesi olarak tanımladığımız, tarafların ortak kültür ve yaşantı deneyimlerinin benzer olması gerekir (Gürgen, 1997:83).

Etkin bir iletişim için dil ve dil ötesi faktörler kadar, iletişim yöntemlerinin de başarıyla kullanılması gerekir. Buna göre, sözlü iletişim kurmak, bir informal (biçimsel olmayan) iletişim biçimidir. Sözlü iletişimin birçok avantajı vardır; verilen haberin anlaşılma derecesi denetlenebilir, soru sorulabilir, verilen cevaplar kontrol edilebilir ve anlaşılamayan bir konu varsa, açıklık getirilebilir. Eş zamanlı olarak geri bildirimde bulunulur. Sözlü iletişimde, söylenen bir kelimenin yazıyla ifade edilen bir kelimeye oranla, yanlış anlaşılma ihtimali daha yüksektir. Planlar, politikalar ve stratejilerle ilgili kalıcı ve uzun süreli iletişimler için, sözlü iletişim uygun bir iletişim yöntemi değildir. Sözlü iletişimde alınan sözlü mesaj, zamanla ya tamamen, ya da kısmen unutulur veya değişikliğe uğrar. İnsanlar mesajı değerlendirirken, sadece onu içeriğini değil, mesajı gönderenin kişiliğini de göz önünde bulundururlar. Bir mesajın anlaşılmasında, mesajda kastedilenin yanında, konuşmacı tarafından ima edilen anlam da önemlidir. Sözlü iletişim, kişiler arasında yaşamın her alanında olduğu gibi, örgütsel iletişimde de önemli bir yere sahiptir. Genel olarak en etkili iletişim biçimi, sözlü ve yüz yüze olanıdır. Bunun nedeni, alıcının sadece duymakla kalmayıp, aynı zamanda göndericinin duygu ve tutumlarını, jest ve mimiklerini de görebilmesidir (Tutar ve Yılmaz, 2003:54).

O halde etkili iletişim kurabilmek için:

- Uygun dil seçmek
- Açık ve doğru mesaj vermek
- Saygı duymak, güven vermek
- Göz teması sağlamak
- Beden diline dikkat etmek
- İki yönlü iletişim kurmak
- Geri bildirimde bulunmak
- Dinlemeyi öğrenmek
- Empati kurmak gereklidir.

İletişimde sözü kullanırken kaynağın ses tonu, sesinin yüksekliği, konuşmasının yavaşlığı veya hızlılığı, vurgulamalar, sözel olmayan sesler, boğumlama (telaffuz), dili kullanma becerisi iletişimin doğasının belirlenmesi ve yürütülmesinde büyük oranda katkıda bulunur. Ses ilgiyi veya ilgisizliği, mutluluğu veya mutsuzluğu, öfkeyi veya sevinci, içtenliği veya samimiyetsizliği, şaşkınlığı ve depresyonu anlatıyor olabilir. Sesli olan fakat sözsöz olmayan (acı, sürpriz gibi durumlarda çıkartılan) sesler de günlük ilişkilerde kullanılır. Neyin nasıl söylendiği, söylenenin tam tersi anlam yüklemek için söylenmiş olabilir.

6.2. SÖZSÖZ İLETİŞİM

Sözsöz iletişim çoğu kez alıcı üzerinde sözlü iletişimden daha fazla etki bırakır. İnsanlar mesajı iletmede sözlerin yanında beden dilini de kullanırlar. Gözleriyle, yüz kaslarıyla, ağız hareketleriyle sözlü mesajlarını desteklerler. Hatta vücudun duruşu, bize kelimelerin söylediklerinden daha fazlasını söyler. Vücut dili bir anlamda, kelimelerin anlattıklarına destek fonksiyonu görür; ancak vücut dili yanlış yorumlanırsa bir iletişim engeli ortaya çıkarır. Sözsöz iletişim kültürden kültüre farklılık gösterir; dolayısıyla sözsöz iletişim ancak belirli bir kültürel yapı içinde anlamını bulur. Araştırmalar, yöneticilerin organizasyonda üç tür sözsöz iletişim kurduklarını göstermektedir. Bunlar; “imajlar”, “mekân kullanımı” ve “vücut dilidir.” İmaj, yöneticinin yönetsel faaliyetlerde gösterdiği yöneticilik ve liderlik davranışlarının sonucunda ortaya çıkar. Mekân kullanımı, özellikle kamu organizasyonlarında bir statü sembolü olarak kullanılır. Yukarı kademelere çıkıldıkça daha geniş ve lüks çalışma ofisleri kullanılır. Yönetici, uzak durarak otoriter ve resmi, ya da yakın durarak, babacan ve samimi olduğunu göstermeye çalışır. Sözsöz iletişim, sözcüklerin kullanılmadığı tüm iletişim unsurlarını kapsar. Sözsöz iletişimde yakınlık, “kinesic” denilen vücut duruşu ve hareketleri gibi faktörler vardır. Mesajımızı her zaman sözlü olarak ifade etmeyiz. Sözsöz iletişimde mesaja eşlik eden işaretler vardır. Bu işaretler; yüz ifadesi, sesin vurgusu, el ve omuz hareketleridir. İletişimde bazen bedenin dilini sözcüklerden daha fazla kullanırız. Sözsöz iletişim, sözlü iletişimin etkinliğini artırmak için kullanılır. Yetersiz beden dili, iletişimin etkinliğini azalttığı gibi, gereğinden fazla vücut dili, iletişim engelidir. Sözsöz iletişim, söz veya sözcük gerektirmeyen, jestler, mimikler, göz teması, gibi faktörlerle kurulur. Dört tür sözsöz iletişim biçimi vardır. Bunlar; mekan kullanımı (proxemics), vücut hareketleri (kinesics), duruş ve göz hareketleri, sözcüklerin vurgulu, heyecanlı, renkli ve coşkulu kullanımı (paralanguage)dır. Herhangi bir söz söylemeden veya yazmadan iletişim kurulabilir. Yukarıda saydığımız dört tür sözsöz iletişim yöntemi kullanarak, insanlar mesajlarını başkalarına daha etkin olarak iletmeye çalışırlar (Tutar ve Yılmaz, 2003:57-58).

Yapılan bazı araştırmalar gündelik hayatımızda kullanılan iletişim kodlarının yaklaşık olarak %60-65'inin s zs z iletişim kodlarından olduğunu ortaya koymuştur. Ancak s zs z iletişim yalnızca beden dili ve mimik kullanımıyla sınırlı değildir. Renkler, dokunma, koku, mekân algısı, giyiniş, aksesuarlar, sahiplik işaretleri, sa  biçimi, trafik ışık ve işaretleri v.s. hep s zs z iletişim içinde ele alınmaktadır. S zs z iletişimin işlevlerini ise şu şekilde sıralamak mümkündür (Yüksel, 2005:155):

Tamamlama: Ses tonu, yüz ifadesi, el kol hareketleri, insanlar arası uzaklık hep sözel iletiyi tamamlar açık seçik hale getirir ya da destekler.

 elişme/Yalanlama: Bazı zamanlar sözel iletilerimizle s zs z iletilerimiz birbiri ile çelişir. Aslında g lmek istemiyor ama zorla gülüyor olabiliriz. Bu alıca tarafından anlaşıldığında karmaşaya, kafa karışıklığına yol açar. İnsanlar böyle bir çelişki ile karşılaştıklarında s zs z iletişime güvenme eğilimindedirler.

Tekrarlama: Sözel iletiyi vurgulamak ya da açık hale getirme işlevi vardır. Örneğin, kahvehanede iki çay isterken kahveci sizi duysa bile sözlü olarak söylemenin yanında bir de elinizle iki işareti yaparsınız.

Düzenleme: Genellikle bir sözel diyalogu düzenlemek için işler. Birinin ses tonundaki düşüş konuşmanın sonuna geldiğini hatırlatır. Bu da iletişimde taraflar arasında bir sıra düzenlemesi imk nı verir. Örneğin, cevap verme, onaylama, kabul, ret, durdurma, devam et ve anladım gibi anlamlara gelen dokunma, baş sallama, bakış, el hareketleri ile ortak kodlar karşılıklı konuşmanın düzenlenmesine yardım eder. Bunlar iletişim sırasında bir tür trafik işareti görevini g r rl r. Bu bakımdan s zs z iletişim paylaşılan s zs z semboller yoluyla iletişimin akışında düzenleyici etkiye sahiptir.

Yerini Alma: Bazı nedenlerden ötürü, sözel iletişimin s zs z iletişime dönüştüğü durumuyla söz konusu olur. Çocuğunuzun farkında olmadan sizi utandıracak bir anıyı arkadaşlarınız arasında anlatmak üzere iken siz, “anlatma!” diyemez ama kaşlarınızı kaldırır ya da işaret parmağınızı dudaklarınızın önüne getirirsiniz. Diğer bir deyişle sözel olan bir anlatımın s zs z bir işaretle yer değiştirmesidir.

Vurgulama: Sözlü iletilerdeki bir önemli noktayı vurgulamak için kullanılır. Örneğin, iyi bir konuşmacı, konuşmasının önemli bir noktasından önce ya da sonra bir süre duraklar.

Resmetme: Sözlü kelimelere eşlik eder ve vurgu ile ekleme yapar. Elle kaçan balığın büyüklüğünü gösterme ya da parmaklarla bir cismin büyüklüğünü, elle kitabın kalınlığını ifade etmek gibi.

6.2.1. Sözsüz İletişimin Önemi

Kişilerarası ve kurumsal ilişkilerde sözsüz iletişimin önemini şu şekilde sıralayabiliriz (Gürgen, 1997:83-84):

- Sözsüz iletişim, iletişimin en temel türlerinden birisidir.
- İnsanlar, birbirlerinin gözlerine bakmaları ya da kaçırmalarıyla, giyimleri, duruşları, oturuş biçimleri, aralarına koydukları fiziksel uzaklık gibi görsel simgelerle, birbirleri hakkında sezgisel bilgi edinebilirler, sözcüklere başvurmadan iletişim kurabilirler.
- İnsanlar duygusal varlıklardır. Kararlarımızı, davranışlarımızı, genellikle duygularımız yönlendirir. İletişimin, etkili ve özellikle inandırıcı olmasında da, duyguların payı çok büyüktür. İnsanın düşüncelerini, bilgilerini iletmede en temel araç olan konuşma dili yani sözlü iletişim, duyguların, heyecanların, coşkuların iletilmesinde çoğu kez yetersiz kalır. Bu nedenle, çoğu kez konuşurken duygularımızı, heyecanlarımızı ifade edecek mimiklere, el kol hareketlerine farkında olmadan başvururuz. Kişiler arası iletişimde ses tonu, araya konan fiziksel uzaklık, giyim kuşam özellikleri, takılar, rozetler, aksesuarlar, bedeninin duruşu, bulunulan yer gibi sözsüz iletişim değeri taşıyan her simge, kişilerin kendilerine ve ilişkilerine ilişkin bir fikir verir.
- Kişiler arası ilişkilerde ilk izlenim, kişilerin ilk bakışta, daha birbirlerine hiç bir şey söylemeden birbirleri hakkında yargıya varmaları, sözsüz iletişim ile gerçekleşir.
- Sözsüz iletişim, daha önce birbirini tanımayan kişilerin birbirleri hakkında karar vermelerine neden olabileceği gibi, birbirini tanıyan kişilere de karşılıklı olarak ilişkilerinin yönü ve niteliği hakkında bilgi verir ve iletişimlerini, davranışlarını etkiler.
- Sözsüz iletişim, bizlere sözlü iletişim mesajlarının yorumlanmasında da ipuçları sağlayarak, yardımcı olur.
- Sözlü iletişim mesajlarıyla, sözsüz iletişim mesajları arasında genellikle bir tutarlılıktan da söz edilmesi gerekir. Tek bir sözsüz iletişim işaretini, iletişimin gerçekleştiği ortamın koşullarından soyutlayarak değerlendirmek son derece yanlış sonuçlara yol açabilir. Bu nedenle, bir sözsüz iletişim mesajını anlamlandırmada, iletişimin gerçekleştiği ortam koşullarını ve diğer sözlü ve sözsüz mesajları dikkatlice değerlendirmek gerekir.

6.2.2. Sözsüz İletişimin Öğeleri

İletişimin, etkili ve özellikle inandırıcı olmasında da, duyguların payı yadsınamaz. İnsanın düşüncelerini, bilgilerini iletmede en temel araç olan konuşma dili yani sözlü iletişim, duyguların, heyecanların, coşkuların iletilmesinde çoğu kez yetersiz kalır. Bu nedenle, çoğu kez konuşurken duygularımızı, heyecanlarımızı ifade edecek mimiklere, el kol hareketlerine farkında olmadan başvururuz. Kişilerarası iletişimde ses tonu, araya konan fiziksel uzaklık, giyim kuşam özellikleri, takılar, rozetler, aksesuarlar, bedenin duruşu, bulunulan yer gibi sözsüz iletişim değeri taşıyan her simge, kişilerin kendilerine ve ilişkilerine ilişkin bir fikir verir (Ertürk, 2010:122-123).

İletişim kurmamak mümkün değildir: İki kişinin karşı karşıya geldikleri zaman birbirleriyle iletişim kurmaması hemen hemen mümkün değildir. Karşıdakine hiç yanıt verilme de, bu suskunluk bile kendiliğinden bir mesaj oluşturur. Göz teması kurmak, bakışlarımızı başka yöne çevirmek hepsi anlamlı bir “geri iletimdir”. Sözsüz iletişimde kaçınmak söz konusu değildir. Bireyler bunu dikkate alarak, hem çevredekilerin neler hissettiğini ve ne düşündüğünü hem de hareketleriyle etrafa ne gibi mesajlar verdiklerini daha çabuk kavrayabilirler.

Sözsüz iletişim duyguları belirtir: Elin dokunuşu, yüz ifadeleri kişinin duygusunu daha kolay belirten mesajlardır.

Çift Anlamlı İletişim: Çoğu kez kişinin sözlü ve sözsüz mesajları farklı anlamlar vurgular. Örneğin son derece sınırlı olan kişinin yüz ifadesi, sesinin tonu ve bedeni, kızgınlık dolu mesajlar gönderdiği halde, sözleri bu kızgınlığını saklamaya çalışabilir.

Sözsüz iletişim belirsizdir: Sözsüz iletişimde belirsizlik derecesi oldukça yüksektir. Ne denilmek isteniyorsa açıkça ifade edilmez. Karşı tarafın yorumuna açık bir iletişim örüntüsü bırakır. Ancak sözlü iletişimle birlikte değerlendirildiğinde destekleyici bir anlam bütünlüğü sunar.

Yüz ifadeleri: İnsan vücudunun en çok dikkat çeken yeri yüz, yüzdeyse gözlerdir. Yüz, kişinin çevresine olan ilgisini yansıtır. Bu nedenle donuk ve ifadesiz görünmekten kaçınılmalıdır. Yüz oldukça karmaşık bir iletişim sistemine sahiptir. Neşe, hüzn, korku, kızgınlık, sabırsızlık, durgunluk, alay, panik, nefret, şüphencilik v.b. tüm duygular yüze yansıtılabilir.

Göz kontağı: Göz kontağı kişilerarası iletişime başlamada birinci derecede rol oynar. Göz kontağı kuran bir kişi karşısındakine “seninle iletişime açığım” mesajını verir. Konuşan kişinin gözlerine bakmak aynı zamanda ona “seni dinliyorum” mesajını verir. Ancak göz kontağının karşısındaki rahatsız etmeyecek ölçüde olması gerekir.

Göz kontağı kurmaktan kaçınan kişilerde güvensizlik, içe dönüklük, utangaçlık gibi kişilik özellikleri olabileceği gibi, karşılarındaki kişiden bir şeyler saklamak isteği içinde de olabilirler.

Jestler: Yani el ve kol hareketleri kişilerin ne hissettiklerinin en güzel belirtisidir. Karşılıklı konuşan iki kişiden birisi devamlı elindeki kağıdı büküp katlıyorsa, parmaklarıyla sürekli masaya vuruyorsa ve gözlerini kaçırıyorsa, bu o kişinin karşısındaki kişiye beraber olmaktan rahatsız olduğunu düşündürür.

Her şeyi açık seçik dürüstçe söylediklerini iddia edenler eğer söylediklerinde samimi değillerse, ellerini sanki bir perde gibi yüzlerine kaparlar, doğrudan yüze bakmazlar, gözlerini kaçırırlar, sık sık kollarını göğüslerinin üzerinde kavuştururlar.

Tokalaşma: Kişilerarası iletişimde tokalaşma önemli bir yer oluşturmaktadır.

Genel olarak sözsüz iletişimin öğelerini şu şekilde sınıflandırmak mümkündür(Zıllıoğlu ve Yüksel, 2007:86-96):

6.2.2.1. Fiziksel Görünüm-Vücut Biçimi, Tipi, Büyüklüğü

İnsanın fiziksel olarak nasıl görüldüğü ilişkinin başlamasına ve başlamamasına, sürdürülen ilişkinin doğasına önemli ölçüde etkide bulunabilir. Fiziksel görünüme göre insanın değerlendirilmesi göz renginden, saçına, boyuna, şişman veya zayıf olmasına, dişlerinin düzgünlüğü veya aralıklı olmasına kadar birçok faktöre göre yapılır. Fiziksel görünümle ilgili değerlendirmelerde kültürel değerlerin önemli bir rolü vardır.

Çekiciliği açıklayan görüşler iki grupta toplanır. Bunlardan birisi çekiciliği " Bireylerin özellikleri " ile açıklarken, bir diğeri ise "iki birey arasında etkileşim " ile açıklar.

1-Benzerlik ve Sevilme Beğenilme Beklentisi: Aranson, Worchel, Nelson gibi araştırmacılar, çeşitli konulara ilişkin tutumları benzer kişilerin birbirini çekici bulacağını savunur.

2-Bir Pekiştirme Kaynağı Olarak Benzerlik: BYRN tarafından formüle edilen bu görüşe göre çeşitli konulara ilişkin tutumları olan kişiler, birbirini çekici bulur. Çünkü dünyayı doğru olarak algıladığımız inancını pekiştirir.

3-Benzerlik ve Bilişse Denge: Newcomb' un ABX kuramına göre benzer tutumlara sahip kişiler birbirlerini çekici bulurlar. Çünkü bu durum bireyde " bilişsel denge " oluşmasına neden olur.

4-Tamamlayan İhtiyaçlar Kuramı: Winch tarafından formüle edilen bu görüşe göre kişilik özellikler ihtiyaçları birbirine zıt ancak birbirlerini tamamlayıcı nitelikte olan bireyler birbirlerini çekici bulurlar. Bunun iki nedeni vardır.

1-İhtiyaçların karşılıklı olarak tatmini,

2- Ego ideal'e duyulan hayranlık.

Çekicilik İpuçları

İnsanlar içerik düzeyleri üzerinde iletişimde bulunmanın yanı sıra iletişim ve iletişim ilişkisinde yer alan diğerleri hakkında nasıl hissettiklerini gösteren ipuçlarını kullanırlar. İletişimi ödüllendirici olarak algıladıkları için diğer insanlarla iletişimde bulunurlar. Olumlu pekiştireç sağlayan insanlar olumsuz pekiştireç ya da ceza verenlerden daha fazla çekici bulunurlar.

Doğrudan tutumların etkisi altında olmayan durumsal değişkenler de algılanan çekiciliği etkileyebilir. İnsanlar herhangi bir iletişim ilişkisinde ortaya çıkacak ödüllerin türleri ve miktarları konusunda beklentiler geliştirirler. Pekiştireç veren kişi doyurulacak düzeyde pekiştireç vermezse onunla doyurucu bir ilişki kurulamaz.

İlişkinin bir spirali vardır. Bir birey çekici bulunduğunda onunla daha fazla ilişki kurulmak istenir. İlişki arttıkça da o daha fazla çekici bulunur. Benzerlik kişilerarası çekiciliğin güçlü bir yordayıcısıdır. Düşüncelerimizi ve değerlerimizi paylaşan insanları daha çekici buluruz ve onlarla daha fazla iletişimde bulunma eğilimi içine gireriz. Zamanla çekici bulduğumuz bu insanları gerçekte olduklarından daha fazla benzer olarak görme eğilimi içine gireriz. Bunun yanı sıra bir ilişkide doyum sağladıkça diğer bireyi daha çok bize benzer görme olasılığı içine gireriz.

İnsanlar birbirlerine yakın olduklarında daha fazla sevme ve sevmeme ilişkisi içine girerler. Daha fazla ilişkide bulundukları ve daha fazla ödül değişimi fırsatları olduğu için iyimser bir görüş çekiciliği artırır. Ancak insanlar bize yakın olduklarında bizi kullanma

olasılığı daha fazla olacaktır. Böylece yakınlık ya olumlu ya da olumsuz sonuçlara yol açabilir.

Benlik saygısı düşük olan insanlar başkalarının geribildirimlerine çok fazla bağımlı olabilirler. Bu kişiler kendilerine olumlu davranan insanlara daha çok bağlanma eğilimindedir ve olumsuz geribildirim veren kişilerden uzaklaşırlar. Ancak benlik saygısı yüksek olan insanlar diğerlerinin değerlendirmelerine daha az bağımlıdır ve geribildirimlere çok tepki göstermez. Ancak benlik saygısı düşük olan insanlar bazı görevlerde başarısız olduklarına inandıklarında dürüstçe bu başarısızlığı söyleyen insanları daha fazla çekici bulurlar.

Fiziksel çekicilik özellikle ilişkinin ilk döneminde çok önemli bir değişkendir. Kültürel olarak tanımlanmış fiziksel çekiciliğin standartları belirlidir ve sosyolojik olarak insanlar çekiciliği karşısındakine yükleme eğilimi içindedir. Fiziksel çekicilik bir ilişkide güç kaynağıdır ve fiziksel çekicilik derecesi yüksek olanlarla çok farklı iletişimde bulunabiliriz.

Çekiciliğin tanımlanabilir üç ayrı aşaması vardır. **Başlangıç, ara ve uzun vade.** Statü ve güç farklılıkları bizim diğerini çekici bulup bulmayacağımızın önemli belirleyicileridir. Statü farklılıkları belirginleştikçe tutum örüntüleri de değişmektedir. Yüksek statülü insanlar çok çeşitli iletişim konumlarında statüleri düşük insanlardan çok farklı ilişkide bulunma eğilimindedir.

Farklı statüde insanlar iletişimde bulunduğunda belirli kurallara bağlı davranışlar vardır. Bu kuralların ihlali sıklıkla ihlal eden kişinin daha az çekici olarak değerlendirilmesine yol açar. Ancak statü kurallarının ihlal edilmesinin katılımcılar arasında daha fazla çekicilik yaratabileceğine ilişkin örnekler vardır. Dışsal olarak oluşturulan statü kuralları olasılıkla ilişki geliştikçe daha az önemli hale gelir. Diğer insanlarla ilişkimizi gözden geçirdiğimizde içsel olarak oluşturulmuş statü farkları daha mantıklı görülebilir, bizim o oluşumun bir parçası olduğumuz bilinmektedir.

Doyurucu sosyal ilişkilerin olası sonuçları, sevgi ve ilgi gereksinimlerinin doyurulması ve benlik kavramı geliştirme, benlik imajını onaylama, belirsizliği azaltma ve izlenim oluşturulmasını içermektedir. İnsanlar güçlü bir biçimde diğeriyle birlikte olma gereksinimi içindedir bu da sadece sosyal ilişkiler yoluyla doyurulmaktadır. İnsanlar normalde diğer insanları arkadaşlık için isterler. Bunun yanı sıra canları sıkıldığında, yalnız

olduklarında, sosyal açıdan soyutlanma yaşadıklarında güçlü bir biçimde diğer insanları arar ve onlara bağlanma gereksinimi içine girerler.

Sevgi sadece diğer insanlarla kurulan sosyal bağlarla elde edilmektedir. İnsan organizması kendisi için sevgi ve sıcaklık sağlayamaz. Bir sosyal ilişkiden kazanılan sevgi iki türde olabilir. Birincisi ilgilenmedir bu diğer insanların bizimle ve bizim rahatımızla ilgilendiğini göstermektedir, ikincisi ise aşk ilişkilerinde ortaya çıkan derin hislerdir.

Başkaları tarafından sevilme ya da saygı duyulmayı istemeyen bireyler oldukça nadirdir. İlgi ya da karşılıklı sevmeye insanların bizim objektif özelliklerimiz, sosyal ilişkilerden ortaya çıkmaktadır.

Doyurucu bir sosyal ilişki benlik kavramının daha fazla gelişmesine olanak sağlayabilir. Benliğin beş bileşeni - maddesel benlik, gerçekleştirilmiş ya da psikolojik benlik, düşünen ya da duygusal benlik, sosyal benlik ve ideal benlik- bireyin ne olduğuna ilişkin tek bir kavram içinde bütünleşir. Sosyal ilişkiler bizim benlik kavramımızın gerçekte nasıl birleştiğini gösteren geribildirim ve objektif ölçütler sağlar ya da bizi benliğimize ilişkin görüşlerimizi değiştirmemiz gereken bir konum içine sokar.

Bazı kuramlarda temel olarak verilen görüş yabancı olan kişilerin tanıştıklarında ilk düşüncelerinin diğerine ilişkin belirsizlikleri azaltmak ya da kendileri ve ilişki içinde oldukları diğerlerine ilişkin yordanabilirliği arttırmaktır. İnsanların yakın kişisel ilişkilere girmelerinin nedenlerinden biri aşk, sevgi, seks ve ilgi gibi temel gereksinimlerinin doyurulacağından emin olma istekleridir.

İzlenim oluşturma ya da kendimize ilişkin uygun bir sosyal imaj yaratma ancak sosyal ilişkiyle gerçekleşebilir. Sosyal ilişkilerle davranışların açıklanması ya da doğrulanması mümkün olabilir. Genellikle olayları hafife alma insanların davranışlarını değiştirmelerine neden olmaktadır.

Doyurucu sosyal ilişkiler geliştirme etkili iletişim stratejilerinin kullanılmasını gerektiren zor bir görevdir. Eşlerin benzerlik ve çekicilik derecelerine dayanan ilk seçim olumlu sosyal sonuçları belirleyen güçlü bir faktördür. Benzerlik ve çekicilik sadece fiziksel çekicilik üzerine dayandırılmamaktadır.

Sosyal ilişkilerin geliştirilmesinde ilk ilişki çok önemlidir çünkü başlangıçta olumlu bir izlenim yaratılmazsa, olumlu bir tutum geliştirerek, ilişkinin daha ileri götürülmesi olası

değildir. Başlangıçta kurulan ilişki üç aşama içermektedir. Giriş aşaması, kişisel aşama ve çıkış aşaması. Giriş aşamasında genellikle demografik bilgi alışverişi yapılır, bu aşama taraflardan biri ilgilenmediğinde dört dakikada sona erer. Temel konular ve düşüncelerin değişimi kişisel aşamada olmaktadır. Burada taraflardan biri ya da birden fazlası diğeriyle ilgili olduğunda artan sözel olmayan bağlanma davranışı ortaya çıkmaktadır. Çıkış aşamasında gelecek ilişkiler tartışılır ya da ilişki sonlandırılır.

Artan bağlılık geliştirmedeki aktif roller doyurucu bir ilişkiyi garanti altına almanın en etkili yollarından biridir. İlgilenme, benzerliklerin vurgulanması, diğerlerinin gereksinimlerinin doyurulması, karşılıklı işbirliği ve güven kendini açma davranışı ile kazanılabilir (Ertürk, 2010:238-239).

Çekicilik üç açıdan değerlendirilir:

- Kişiyi başkaları nasıl çekici olarak değerlendirir?
- Kişi kendisini nasıl çekici olarak değerlendirir?
- Kişi diğer insanların onu nasıl algıladığını ve değerlendirdiğini düşünür?

Bu üç perspektif de insanın kendisini ve kişiliğini geliştirmesi için önemli bileşenler olarak karşımıza çıkar.

Üç çekicilik türü vardır:

- Fiziksel çekicilik
- İş statü çekiciliği
- Sosyal çekicilik

Toplumdaki çekici insan stereotipi daha çok “güzel iyidir” varsayımı üzerine şekillendirilmiştir. Birçok kültürde güzellik “iyiliği”, yeteneği ve başarıyı çağırıştırır. Çoğunlukla iyi iletişimin temelini fiziksel çekiciliğe dayandırmaya karşı çıkılır. Çekicilik sorunu insanları gündelik hayatlarında rahatsız eder. Bu nedenle de insanlar genellikle fiziksel görünümü göz ardı etme eğilimi taşır. Bireyler arası iletişimde, katılımcıların görünümünün toplumsal kimliği yapılandığı da ileri sürülmektedir.

Nesnel olarak, etkileşim içine girdiğimiz kişilerin fiziksel çekiciliğinin düzeyini kolaylıkla belirlemek mümkündür. Genellikle toplumsal olarak üzerinde uzlaşmış bir fiziksel çekicilik idealine insanların kendi fiziksel çekiciliğini mümkün olduğunca yaklaştırmaya çalıştığı da görülebilir.

Beden Tipleri

Beden tipleride bazı belli karakterlerle ilişkili olabilir. Yapılan araştırmalar genel olarak üç vücut tipi üzerinde uzlaşmıştır: İnce narin (Ectomorfik), kaslı (mesomorfik), ağır, yuvarlak (endomorfik). Bunların yanı sıra saç, deri rengi ve boy da önemlidir.

Günümüzde insanın anatomik yapısıyla kişilik özellik arasında bir ilişki olduğu görüşü kabul edilmemekle birlikte, çok eskilere dayanan, bireyin beden yapısı, beden kimyası ile kişiliği arasında ilişki kuran görüşler bulunmaktadır. Beden yapısının kişiliği biçimlendiren temel etken olduğunu savunan bu yaklaşımlara *tip kuramları* denir.

Krestschmer insanları, üç temel beden yapısına ayırır ve bu yapılar göre farklı kişilikler oluştuğunu ileri sürer. Buna göre; kısa boylu, kısa kol ve bacaklı şişmanca kişiler *piknik tiptir*. Bu tipler manik-depresif psikoza, duygusal dalgalanmalara yatkındır. Geniş omuzlu, dar kalçalı olan kişiler *atletik tiptir*. Bu tipler akıl hastalıklarına daha az yatkındır. İnce, uzun gövdeli, uzun kol ve bacaklı, zayıfça kişiler *astenik tiptir*. Bu tipler şizofreniye yatkındır.

Sheldon da aynı biçimde endomorfik, mezomorfik ve ektomorfik olmak üzere üç beden yapısı tiplemesi yaparak, üç tip ve bunların kendilerine özgü kişilik yapıları olduğunu savunur. *Endomorfik tiplerin*, beden yapısı yuvarlak ve yumuşaktır. Bu tipler rahatı, zevki, yemek yemeyi ve toplumsal ilişkileri severler. *Mezomorfik tiplerin*, kas ve kemik yapıları gelişmiştir, güçlü ve adalelidirler. Bu tipler, hareketli, enerjik, atılgan ve saldırganlardır. *Ektomorfik tipler* ise ince, uzun ve narin yapıdadırlar. Bu tipler de içe dönük, duygusal ve entelektüeldirler (Ertürk,2010:63).

Günümüzde giyinmek, korunmak ve örtünmekten öte, büyük oranda dekorasyon ve güzel görünme ile ilgilidir. Elbette güzel görünme aynı zamanda belli bir dönemdeki kalıp yargıların dışında kalmamakla ilişkilidir. Giyinme, aksesuarlar ve takılar toplumsal statü, yaş, ekonomik düzey göstergesi olmanın ötesinde egemen çekicilik kavramına uygunluk göstergeleridir. Sözsüz iletişimde giyinme, aksesuarlar ve takılar (Adomment) insanların diğerlerini de stereotipleştirmek için kullandıkları önemli kodlardır. Markalı giysiler, sigara, pipo, ayakkabı, blue jean, nişan yüzüğü, kolyeler, bilezikler vb. konusundaki sık rastlanılan değişiklikler ve kullanım farklılığı bu başlıkta ele alınmalıdır.

Ofislerin odalarında diplomaların ve alınan ödüllerin sergilenmesi, arabaların camlarına sloganlar taşıyan yazıların yapıştırılması, evlerin önünde bayrakların

sallandırılması, giyilen ayakkabının markası, giyilen çorabın rengi vb. insanlar arası ilişki ve iletişimin başlatılmasında, yürütülmesinde, geliştirilmesinde, çatışmaların çıkması ve ilişkinin son bulmasında önem kazanır.

Uygulamalar

Dil ile iletişimde, kişilerin "ne söyledikleri", dil-ötesi iletişimde ise, "nasıl söyledikleri" önemlidir. Sizde bu metinden yola çıkarak etrafınızda kurulan iletişimi gözlemleyiniz.

Uygulama Soruları

- 1. Sözlü iletişim nedir? Anlatınız.**

Bu Bölümde Ne Öğrendik Özeti

İki temel iletişim kurma yöntemi vardır. Sözlü ve sözsüz iletişim. Gönderici ve alıcı arasındaki konuşmanın her türü, sözlü iletişimdir. Dil ile iletişimde, kişilerin “ne söyledikleri”, dil-ötesi iletişimde ise, “nasıl söyledikleri” önemlidir. Etkin bir iletişim için dil ve dil ötesi faktörler kadar, iletişim yöntemlerinin de başarıyla kullanılması gerekir. İletişimde sözü kullanırken kaynağın ses tonu, sesinin yüksekliği, konuşmasının yavaşlığı veya hızlılığı, vurgulamalar, sözel olmayan sesler, boğumlama (telaffuz), dili kullanma becerisi iletişimin doğasının belirlenmesi ve yürütülmesinde büyük oranda katkıda bulunur. Kişiler arası ilişkilerde ilk izlenim, kişilerin ilk bakışta, daha birbirlerine hiç bir şey söylemeden birbirleri hakkında yargıya varmaları, sözsüz iletişim ile gerçekleşir. Kişilerarası iletişimde ses tonu, araya konan fiziksel uzaklık, giyim kuşam özellikleri, takılar, rozetler, aksesuarlar, bedenin duruşu, bulunulan yer gibi sözsüz iletişim değeri taşıyan her simge, kişilerin kendilerine ve ilişkilerine ilişkin bir fikir verir. Çoğunlukla iyi iletişimin temelini fiziksel çekiciliğe dayandırmaya karşı çıkılır. Çekicilik sorunu insanları gündelik hayatlarında rahatsız eder. Bu nedenle de insanlar genellikle fiziksel görünümü göz ardı etme eğilimi taşır. Bireyler arası iletişimde, katılımcıların görünümünün toplumsal kimliği yapılandığı da ileri sürülmektedir. Giyinme, aksesuarlar ve takılar toplumsal statü, yaş, ekonomik düzey göstergesi olmanın ötesinde egemen çekicilik kavramına uygunluk göstergeleridir. Sözsüz iletişimde giyinme, aksesuarlar ve takılar (Adornment) insanların diğerlerini de stereotipleştirmek için kullandıkları önemli kodlardır.

Bölüm Soruları

1) “Dil ile iletişimde, kişilerin “ne söyledikleri”, dil-ötesi iletişimde ise, “nasıl söyledikleri” önemlidir.” açıklaması aşağıdakilerden hangisinde yer almamaktadır?

- a. Araştırmalar, insanların birbirlerine ne söylediklerinden çok, nasıl söylediklerine dikkat ettiklerini göstermektedir.
- b. Mesaj iletilirken sadece kullanılan kelimelere değil, onların söyleniş biçimlerine de dikkat edilir.
- c. Karşımızdakinin sözlerine, ses tonundaki canlılıktan daha çok önem verilir.
- d. Mesajın doğru iletilmesi, seçilen kelimelere bağlıdır; ancak algılanması önemli ölçüde dil ötesine göre olur.
- e. Sözlü iletişim biçimlerinde jest ve mimikler, dil ve dil ötesi anlamlar, kişiden kişiye ve kültürden kültüre değişir.

2) Aşağıdaki kavramlardan hangisi “sözel iletiyi vurgulamak ya da açık hale getirme işlevinin adıdır?

Örneğin, kahvehanede iki çay isterken kahveci sizi duysa bile sözlü olarak söylemenin yanında bir de elinizle iki işareti yaparsınız.

- a. Tamamlama
- b. Çelişme
- c. Tekrarlama
- d. Düzenleme
- e. Vurgulama

3) Çekicilikle ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?

- a. İletişimi ödüllendirici olarak algılayan kişiler diğer insanlarla iletişimi çekici bulurlar.
- b. Benlik saygısı düşük olan insanlar, başkalarının geribildirimlerine çok az bağımlı oldukları için, kendilerine olumlu davranan insanlara daha az çekici bulurlar.
- c. Çeşitli konulara ilişkin tutumları farklı kişiler birbirini daha az çekici bulurlar.

d. Kişilik özellikleri ihtiyaçları birbirine zıt ancak birbirlerini tamamlayıcı nitelikte olan bireyler birbirlerini çekici bulurlar.

e. Birbirlerine yakın kişiler daha fazla sevmeye ve sevmeme ilişkisi içine girerek, fazla ilişkide bulundukları ve daha fazla ödül değişimi fırsatları olduğu için birbirlerini çekici bulurlar.

4) Aşağıdakilerden hangisi konuşmanın öğelerinden biri değildir?

a.Ortam

b.Konu

c.Materyal

d.Konuşmacı

e.Dinleyici

5) “Sözsüz iletişimde giyinme, aksesuarlar ve takılar insanların diğerlerini de stereotipleştirmek için kullandıkları önemli kodlardır.” Başlığı aşağıdaki simgelerden hangilerini içermemektedir?

a. Markalı giysiler, sigara, pipo, ayakkabı, blue jean, nişan yüzüğü, kolyeler, bileziklerin kullanımı

b. Markalı giysiler, sigara, pipo, ayakkabı, blue jean, bileziklerin kullanımı

c. Arabaların camlarına sloganlar taşıyan yazıların yapıştırılması

d. Evlerin önünde bayrakların sallandırılması

e. Üşümek veya ısınmak amaçlı giysilerin kullanımı

6) İletişimde sözlü iletişim, “dil ve” olmak üzere, iki kısma ayrılır.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

a) Dil-ötesi

b) Sözlü iletişim

c) Sözsüz iletişim

d) Ses

e) Mimik

7. Dil ile iletişimde, kişilerin “ne söyledikleri”, dil-ötesi iletişimde ise, önemlidir.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) Nasıl söyledikleri
- b) Ne yaptıkları
- c) Nasıl yaptıkları
- d) Neden söyledikleri
- e) Niçin söyledikleri

8. bir simgeleştirme sürecidir ve simgesel kodlarımızın temellerini oluşturur.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) Sembol
- b) Dil
- c) Simge
- d) İletişim
- e) Mesaj

9. iletişim çoğu kez alıcı üzerinde sözlü iletişimden daha fazla etki bırakır.

İnsanlar mesajı iletmede sözlerin yanında beden dilini de kullanırlar.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) Sözlü
- b) Sözsüz
- c) Sembol
- d) Kişilerarası iletişim
- e) Mesaj

10. Genellikle bir sözel diyalogu düzenlemek için işler. Birinin ses tonundaki düşüş konuşmanın sonuna geldiğini hatırlatır.

Yukarıda açıklaması verilen unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- a)** Tamamlama
- b)** Tekrarlama
- c)** Düzenleme
- d)** Yerini alma
- e)** Resmetme

Cevaplar: 1)d,2)c,3)b,4)c,5)e,6)a,7)a,8)b,9)b,10)c

7. KİŞİLERARASI İLETİŞİMİN İPUÇLARI II

Beden ve Beden Dili

Bu Bölümde Neler Öğreneceğiz?

7.1. BEDEN HAREKETLERİ VE VÜCUDUN DURUŞU

7. 2. MİMİKLER (YÜZ İFADELERİ) VE GÖZLER

7.3. BEDENİN ÇEVRE, KİŞİSEL MEKÂN ALGISI VE KALABALIK KULLANIMI

7.4. BEDEN VE DOKUNMA

7.5. İnsan İlişkilerinde Bir beden dili kullanımı: Tokalaşma

7.6. BEDEN, RENK VE RENK TERCİHLERİ

7.7. BEDENİ GİYDİRMENİN DİLİ

Bölüm Hakkında İlgi Oluşturan Sorular

- 1) Sözsüz iletişim denilince akla ilk gelen kavram hangisidir?
- 2) Beden dili nedir? Açıklayınız.
- 3)Yüz ifadeleri konusunu açıklayıp, anlatınız.

Bölümde Hedeflenen Kazanımlar ve Kazanım Yöntemleri

Konu	Kazanım	Kazanımın nasıl elde edileceği veya geliştirileceği
Beden hareketleri ve vücudun duruşu	Beden hareketleri ve vücudun duruşundan bireyin verdiği mesajların öğrenilmesi	Beden hareketleri ve vücudun duruşu konusundan yola çıkarak çevrenizdeki kişileri bu çerçevede değerlendirip, tartışınız.

Anahtar Kavramlar

Kişisel alan, sosyal alan, kamusal alan

Giriş

Üçüncü bölümde başlatılan sözsüz öğelerden beden dilinin anlaşılması bu bölüm içinde detaylarıyla ele alınmaktadır.

7.1. BEDEN HAREKETLERİ VE VÜCUDUN DURUŞU

Sözsüz iletişim denildiğinde genellikle ilk akla gelen beden dili (beden dili), beden hareketleri bir başka deyişle jestlerdir. Bu konunun doğru anlamlandırılması kültüre (genel ve/veya üyesi olunan alt-kültür grubu) ve kullanıldığı bağlama bağlıdır.

Yüz yüze iletişimde tüm beden mesajın iletilmesinde etkin rol üstlenmektedir. Bedenin genel duruşu, baş, kollar ve ellerle yapılan jestler, sözsüz iletişimi sağlayan temel öğelerdendir. Herhangi bir mesajı daha iyi iletmek için el, kol ya da baş ile yapılan bilinçli ya da bilinçsiz hareketlere jest denir. Bedenin genel duruşu, ellerin arkada, önde ya da göğüs üzerinde bağlı olması, omuzların dik ya da çökük olması, kolların açık yada kapalı oluşu, ayakların açıklığı yada kapallılığı, bacak bacak üstüne atılmış olması çevremize bizimle ilgili mesajlar iletir. Örneğin mutlu olduğumuzda ve kendimizi güvende hissettiğimizde vücudumuz daha dik dururken, üzgün olduğumuzda, kendimizi güvende hissetmediğimizde kambur bir görüntü veririz (Kırdemiş, ty).

Beden dili, insanların ilk anlaşma aracı ve ilk dili olmuştur. Beden varlığımızın dünyaya açılışıdır. Biz kendimizi ve başkalarını ancak kendi bedenimizle algılayabiliriz. Toplumsal statü ve bir grup içindeki hiyerarşi, bireyin kendisini grup içinde algılayışı, grubun yapısı ve insanların toplumsal konumları beden dilleriyle anlaşılır. Genellikle insanlar iletişimin yapılandırılmasında sözcüklerin daha önemli olduğunu düşünürler. Oysa araştırmalar, sanılanın tersine beden dilinin daha önemli olduğunu göstermektedir. Albert Mehrabian'ın beden, ses ve sözcüklerin iletişime ne kadar katkıda bulunduğunu belirlemek için yaptığı araştırmaların sonucunda ortalama olarak sözcüklerin % 10, ses tonunun % 30 ve beden dilinin % 60 rol oynadığını belirlemiştir. Bu oranlar, Kişiler arası ilişkilerin ve iletişim ortamının özelliklerine göre daha az ya da çok olabilirse de, beden dilinin iletişimdeki rolünü kesin bir biçimde ortaya koymaktadır. Asık suratla, küfreden gibi işgöreninize “Çalışmalarından memnunuz” demek, beden dilinizle uyumlu olmadığı için işgöreniniz, size inanmayacaktır. Beden dilini, bedenin beş ögesini inceleyerek açıklamaya çalışacağız (Gürgeç,1997,85-98).

Gövde: Göğüs merkezi, kendimiz ve çevremizdekiler hakkında ne düşündüğümüzü açıkça ortaya koyan en önemli ve güvenilir beden göstergesidir. Göğüs merkezi açık, kapalı, veya uysal olabilir. Ayakta durarak ve yüzümüzü dönerek iletişimde bulunduğumuz kişiye karşı açık bir merkez oluştururuz. Ceketimizi düğmeleyerek, kollarımızı kavuşturarak,

karşımızdaki kişiyle yüz yüze değil de omzumuzun üstünden konuştuğumuzda merkezimizi kapatırız. Göğsümüz dışarıda, omuzlarımız geride ve çenemiz dışındayken merkezimiz saldırgan, omuzlar kasılıp aşağıya düştüğünde ise uysaldır.

Göğüs merkezlerini ölçülü bir biçimde başkalarına açan insanların, daha sağlıklı ilişkiler içinde oldukları düşünülür. Bu tür kişiler, kendi haklarını korurlar ve başkalarının haklarına saygı gösterirler. Göğüs merkezinin kapanması ise omuzların düşmesi ve kişinin hafif öne eğilmesiyle ortaya çıkan bir durumdur. Bu görünüş kişinin kendisine güven duymadığını ve içinde bulunduğu durumdan rahatsız olduğunu gösterir. Göğüs merkezinin çok fazla açılması, omuzların geriye doğru gitmesi ve kolların genişleyerek yana doğru uzanmasıyla olur. Bu görünüş, dışarıdan gelen her türlü uyarıya o kişinin daha şiddetli karşılık vereceğini düşündürür. Bu tür kişiler genellikle başkalarının haklarına karşı duyarsızdırlar, çevrelerine kendi haklarını zorla alabilecekleri izlenimini verirler.

İnsanlar genellikle içlerinden geldiği gibi davrandıklarını düşünürler. Oysa araştırmalar, insanların hissettikleri gibi davranmaktan çok davrandıkları gibi hissettiklerini ortaya koymaktadır. Sıkıntılı insanlar gibi davranmak iç sıkıntısını daha da artırır. Dolayısıyla kendinizi sıkıntılı ya da güçsüz hissettiğinizde beden duruşumuzu, göğüs merkezimizin kullanma biçimini değiştirmemiz kısa sürede sıkıntılı halimizden kurtulmamızı sağlar. Bunun için, göğüs merkezimizi açmak, omuzlarımızı dikleştirmek, yüz kaslarımızı ise gevşetmek yeterli olacaktır.

Baş: Bir çubuğun kulaklarınızdan geçtiğini, diğerinin de tepenizden girip çenenizin altından çıktığını varsayın. Bu durumda başınız, ilk çubuk etrafında öne arkaya, ikinci çubuk etrafında ise sağa sola döner. Kulaklardan geçen çubuk sizin benlik çizginiz, tepeden giren çubuk da ‘başkaları’ çizginizdir. Bu eksenler üzerinde baş, dört temel durum alabilir. Eğer baş benlik çizgisi üzerinde yukarı doğru döndürülmüşse, üstünlük gösterir. Eğer başınız aynı eksen üzerinde öne eğiliyorsa, tavrınız uysallık ya da boyun eğmedir. Başınız başkaları çizgisi ekseninde birine dönükse, anlaşma duygusunu yansıtırınız. Başınız iletişim kurma durumunda olduğunuz kişiden başka yana döndüğünde ise bu bir anlaşmazlık işaretidir.

Baş durumları, bir konuşma sırasında karışık olarak kullanılabilir. Göğüs merkezi açık olarak baş yana döndürüldüğünde bu dikkatin belirtisidir. Pek çok kişi daha iyi dinlemek için başlarını hafifçe yana çevirirler. Başı yana çevirme, değerlendirme veya derin düşünme işareti de olabilir.

Yüz İfadeleri: Yüzümüz, bedenimizin en anlamlı yeridir. Yüz kaslarının anlatım amaçlı kullanımı mimikleri oluşturur. Alın, fiziksel ve duygusal ifadelerin en iyi göstergelerindendir. Alın kırıştırılması, diğer yüz özellikleriyle birlikte okunduğunda şaşkınlık, derin düşünce, gerilim, endişe, korku veya ilgi belirtir. Geniş bir alın, ciddiyet ve olgunluk işaretidir. Küçük bir alın veya saçla gizlenmiş bir alın daha genç ve teklifsiz bir görünüm verir.

Kaşlar, yüzü yumuşatırlar ya da sertleştirirler. Kaşlar arasındaki dikey çizgi, yüze ilgili ve endişeli bir ifade kazandırır. Kaşların hareketi de değişik duygusal durumları yansıtır. Şaşkınlık, korku veya bir şeyin farkına varılması sırasında kaşlarımızı yukarı, endişelendiğimiz veya kızdığımız zaman ise aşağı indiririz.

Göz kapakları daha çok tetikte ve doğal olmanın işaretidir. Kalın göz kapakları veya uykuyla görünen insanlar, soğukkanlı, yavaş hareket eden, kontrollü insanlar olarak bilinirler. Göz kapaklarını indirerek uzun süre bakmak cinsel isteği bildirir. Gözleri tamamen açık insanlarda genellikle masumiyet ve merak ifadesi vardır. Göz kırpma da oldukça anlamlı bir sözsüz iletişim aracıdır. ‘Tamam’ veya ‘Seni kurnaz’ anlamına geleceği gibi ilişkiyi ısıtıcı kişisel bir jest de olabilir. Göz kırpma bazen bir önceki sözün espri amaçlı söylendiğini de belirtir.

Gözler ruhun penceresidir derler. Göz bebekleri ışık şiddetine göre değişir. Göz bebekleri karanlıkta büyürler, ışıktaki küçülürler. Araştırmacılar, göz bebeklerinin büyüklüğü ile ‘bir şeye ilgi duyma’ arasında doğrudan bir bağlantı olduğunu, ilgi çoğaldıkça göz bebeklerinin büyüdüğünü belirtmektedirler. Göz bebeklerinin büyüklüğü yüzün bütün ifadesini etkiler. Büyümüş göz bebekleri, cinsel ya da gerçek bir ilgi, dürüstlük, açıklık, gevşeme ve rahatlık ifade eder. Küçülmüş göz bebekleri ise az ilgi, güvensizlik, tatminsizlik, km, düşmanlık, yorgunluk, stres göstergesidir. Karşımızdaki kişinin gözlerine uzun süre bakmak, rahatsızlık yaratır. Göz temasını uzatarak ilgi gösterebilir veya meydan okuyabiliriz. Cinsel ilgi de bakışı uzatarak belirtilebilir Kalabalıktaki göz temasının en kötü biçimi, kişiliğin önemsenmediği bakıştır. Özel bakış süresi, kalabalıktaki bakış süresinden çok farklıdır. Çünkü konuştuğumuz kişinin bize yakınlık derecesine göre bu süre artar. Göz temasının zayıf olması, güçsüzlüğü veya amaçsızlığı gösterir. Gözümüze bakmayan insanlarla konuştuğumuzda ya aldatılmışlık ya da saygısızlık duygusu yaşarız. Bakış süreleri çok kısa ve kesik kesik olursa, bu kez o insanın ‘göz boyayıcı’, hilekâr biri olduğunu düşünürüz. Aşırı göz

kırpma ve göz sulanması da diğer olumsuz işaretlerdendir. Göz kırpma bizi sinirli, göz sulanması da aşırı duygusal ve zayıf gösterir. Herkese normal süreli bakmak gerekir.

Birçok duygunun işareti olan dudaklar, dolgun veya ince olabilir. Dolgun dudaklar, kadını da erkeği de yumuşak, sıcak ve duyarlı gösterir. İnce dudaklı insanlar, daha fazla güçlülük, kararlılık, soğukkanlılık gösterir, daha az duygusal görünür. Bilindiği gibi çocuklar öfkeyle direnç gösterdiklerinde alt dudaklarını öne çıkartırlar. Büyükler dudaklarını kıvrarak somurtur, dudaklarını bükerek üstünlük taslarlar. Dudaklar, sinirlenince ısırılır, endişeyle yalanır.

Çene genellikle kişisel gücün bir işareti olarak kabul edilir. Çenenin biçimi ve duruşu edindiğimiz izlenimin oluşmasına yardım eder. Kare ve köşeli çeneler güç ile ilgilidir. Yuvarlak çeneler ise sıcaklık ve açık kalpliliği ifade eder. Çeneyi saran deri de önemlidir. Çenenin altındaki ve yanındaki derinin gevşek veya sarkık olması kişilik izlenimini zayıflatır.

Poz: Değişik ortam ve koşullarda bedenimizin aldığı duruş şekli veya tavra poz denir. Poz, göğüs merkeziyle yakından ilgilidir. Eğilmek merkezi kapatır, omuzları geri çekmek de merkezi saldırgan görünüşe sokar. İnsanların eğilme biçimleri, başkaları hakkında ne düşündüklerini gösterir. Genel olarak arkaya doğru eğilmek olumsuz, öne eğilmek ise olumlu bir izlenim verir. Oturma pozları da önemlidir. Genelde, otururken ne kadar rahatsak, bulunduğumuz ortamdaki konumumuzun da o oranda yüksek olduğu anlaşılır.

Eller ve Kollar: Eller, insanın kendisini ifadesinde en duyarlı ve etkili organdır. Kolların hareketi özel bir önem taşır. Bu hareket göğsü öne çıkartan, insanı harekete geçiren aktif bir duygusal enerjiyi yansıtır. Duygusal açıdan açık insanlar karşısındaki kişilerden kendilerine yansıyan duygu ve düşünceleri kabul etmeye hazır olarak doğal ve kendilerine güven içinde kollarını bedenlerinden hareket ettirirler. Topluluk önüne çıkan bir politikacı, kollarını açar ve bu yolla topluluğu etkilemeye çalışır. Böyle bir konuşma sırasında ellerin havaya kaldırılması, yumruk yapılması başarıyı, gücü ve mücadeleyi hissettirdiği için, topluluğu heyecanlandırır ve olumlu etki yapar.

Ellerin açılması, kişinin çevresiyle ilişki kurmak için harekete hazır olduğunu, kapanması da bu konudaki isteksizliğini gösterir. El hareketleri, konuşmamıza ritim ve vurgu katarak düşüncemizin duygusal tonunu ortaya koyar. Ellerin konuşma sırasında temel görevi konuşmanın bizce önemli olan noktalarını vurgulamaktır.

Avuç içini göstermek, dostça bir yaklaşımdır. Elin kenarı ile yapılan jestler, hareketimize keskin ve seri anlamlar kazandırır. Kabul etmediğimiz bir fikri, elimizi dışa savurarak belirtir, yumruğumuzun kenarı ile masaya vururuz. Elin tersi canlılığı gösterir. Saldırgan, hasmane ve olumsuz olabilir. Sıkılı bir yumruk ise gücün evrensel simgesidir.

Bacaklar: Bacakları açarak durmak erkeksi bir mesajdır. Bacakların otururken diz kapaklarından kırılarak geri çekilmesi, ayakların oturduğumuz sandalye ya da koltuğun altında tutulması, kişinin bulunduğu ortamdan çok hoşnut olmadığını gösterir. Diğer yandan ayağın sandalyenin kenarına takılarak oturma da, o kişinin gergin olduğunu anlatır. Ayakları sandalyeden ileri uzatması ise memnuniyet ifadesidir.

Beden dili (beden dili) işaretlerinin işlev açısından sınıflandırması aşağıdaki biçimde gerçekleştirilebilir:

Amblemler: Bu tür hareketler el sallama, el kaldırma, parmak veya yumruk gösterme gibi anlamı tam olarak açık ve belirgin olan, kendi başlarına kullanıldığı bağlamda bile açık bir anlam ifade eden hareketlerdir. Başka bir deyişle, belli bir kültürel yapılanma içerisinde o kültür üyelerinin çoğunluğunca kesin anlamı bilinen ve sözel dilde bir ya da birkaç sözcükle ifade edilebilecek kodlardır. Jest amblemleri: gel, git, dur, dişim ağrıyor anlamına gelen işaretler örnek olarak kullanılabilir. Amblemler daha çok kasıtlı, amaçlı ve bilinçli olarak kullanılırlar bu yüzden çok az kişisel veri taşırlar.

Betimleyiciler: Bazı durumlarda beden hareketleri sözle söyleneni açıklamak ya da göstermek için kullanılır. Söyleneni duymayan ve bağlam dışında olan bir kişinin bu el hareketini doğru olarak anlamlandırma olasılığı azdır. Bunlar farkındalık ve kasıtlılıkla, sözel açıklamaların açıldığını arttırmak için kullanılır. Betimleyiciler farkındalık ve kasıtlılıkla yapıldıkları için kaynağın psikolojik durumunu, kendine güveni ve yerli bir durumdaki iktidar konumları hakkında bilgi de sağlayabilir. Bir kişinin, morali bozuksa, cesareti kırılmışsa, yorgunsa, istekli değilse, karşısındakinin kendisi hakkındaki izlenimini düşünüyorsa, biçimsel bir etkileşim ortamında belirleyici ve etkin değilse, geneldeki betimleyici kullanma sıklığından daha düşük bir sıklıkta bu hareketleri yaptığı gözlenebilir. Anlatımda zorluk yaşandığında, dinleyenden söylenenleri anlamadığına dair bir yansıma alındığında betimleyici kullanım sıklığı artar.

Duygu Göstergeleri: Duygu ve hislerin ifadesi genellikle yüz ile ilişkilendirilir. Buna bağlı olarak gülme, ağlama, bağırma, susma ve diğer bazı yüz ifadeleri iletişimde kişilerin duygularını ve değerlendirmelerini işaret eden göstergelerdir. Göstergeler de ilişkinin olduğu

bağlama göre anlam kazanır. Ağlayan biri sevinçten ağlıyor olabilir. Gülen biri sevinçten değil, sinirinden gülüyor olabilir. Bağırma öfkeden veya acıdan olabilir. Susmanın çok çeşitli nedenleri vardır, dolayısıyla farklı bir şeyi ifade ediyor olabilir. Kısacası iletişim kaynağının yaşadığı duyguyu anlamak için yüzüne bakmak gerekir. Yaşanan duygunun yoğunluğunu anlamak için de beden diline bakılır. Bunlar daha az kasıtlılık, farkındalık ve bilinçlilikle yapılan hareketlerdir. Bu yüzden de daha fazla güvenilirirdir ve daha fazla veri taşırlar.

Düzenleyiciler: Bunları iletişim sırasını ve süresini belirleyen hareketler olarak tanımlamak mümkündür. İyi bir iletişimci için alıcı olarak bu kodları çözmek ve kaynak olarak kodlamak önemlidir. Bu tür hareketler az farkındalık ve kasıtlılıkla yapılır. Dokunarak konuşmak, parmak kaldırmak ve hızlı baş hareketleri yapmak, ya da tam tersine rahat bir pozisyonda oturup bir başka şeyle ilgilenmek ve bakışlar bu hareketlere örnek olarak verilebilir. Bu Jestlerde de anlam, bağlama göre farklılık gösterir.

Uyumlandırıncılar: Uyumlandırıncılar bireyin, tutumları, endişe düzeyi, kendine güveni vb. konusunda diğer türlere göre daha fazla veri taşır. Kaynak bunları kasıtlı yapmaz ve çoğu zaman farkında da değildir. Rahatsız beden hareketleri, tırnak yeme, parmak kütletmek, ritim tutmak, insanların ellerini ceplerine sokup bozuk parayla oynamaları, sağa sola yürümeleri, başlarını kaşımaları, kravatlarını düzeltmeleri, saçlarını elleriyle taramaları uyumlandırıncılara örnek olarak verilebilir. Ayrıca, iletişim sırasında kalem gibi, bir başka nesne gibi sürekli oynanan nesneler de obje uyumlandırıncılar olarak adlandırılmaktadır.

Beden Hareketi Türleri

Beden hareketlerinden bazıları şunlardır:

- Eli bele koymak
- Oturuş biçimleri ve bacak bacak üstüne atmak
- El hareketleri
- Parmak hareketleri
- Yüz ve çeneye dokunmak
- Kollanın duruşu (çapraz bağlı vb.)

Bunların ötesinde beden dili (beden dili/kinesics) ve beden hareketleri iletişimde bulunan insanların birbirlerine karşı olan durumlarının da ifadesi olabilir. Bir iletişim ortamındaki kişilerden örneğin güçlüyü ifade eden özellikleri şöyle sıralamak mümkündür:

- Rahat bir duruş
- Dik bir beden pozisyonu
- Dinamik ve amaçlı jestler
- Durağan ve doğrudan bakışlar
- Konuşma ritminde değişiklikler
- Duruş pozisyonlarında çeşitlilik
- İlişkiye göre duruş şekli değiştirmek
- Dokunmak konusunda rahat olmak
- İletişimi kesmek konusunda rahat olmak
- Dik bakmak
- Diğerine göre, yakın durmak konusunda daha rahat olmak.

Duruş, genelde iletişim içinde bulunulan kişiye karşı olan tutumu da açıklar. İnsanlar sevdiğine yakın; sevmediğine uzak durma eğilimindedir. Kuşkusuz bunda, içinde bulunulan kültürel yapı, bağlam, yaş, toplumsal cinsiyet kalıpları (gen- der) gibi nedenlerle birtakım farklılıklar söz konusu olabilir. İletişimin her iki tarafının da yaptıkları, diğerinin tepkisini ve iletişime katılımını belirler.

Bedenin Duruşu

Hiç hareket etmediğimiz zamanlarda da iletiler göndeririz. Bedenimizin duruş biçimi kişinin ruhsal yapısı hakkında da birçok ileti gönderir. Örneğin, insan kendisini kötü hissettiği zamanlarda, omuzları düşük, başı önde, göz teması kurmaya çok az eğilimli haliyle aslında çevrenin umurunda olmadığı konusunda ileti vermek ister. Buradan hareketle kişi ruhen nasıl hissediyorsa öyle durur. Bir kişiye ileti gönderileceğinde alıcının durumunu kavramak iletişim süreci için önemli avantajlar sağlar. İnsanların hepsi birbirinden farklıdır. Kimisi daha cana yakınken kimisi daha kapalı bir görünümde. Ayrıca insanlar her zaman iletişim kurmak için istekli de olmayabilir. O zaman insanların nasıl bir durumda olduklarını, kurulmak istenen iletişime verecekleri olası tepkileri önceden tahmin etmeyi sağlayacak bazı ipuçlarına ihtiyaç vardır. Kapalı veya açık beden duruşları bu ipuçlarını sağlayabilecek niteliktedir. Kollar ve bacaklar, ayrıca bütün bir beden ile beden duvarı (body wall) bu anlamda ele alınmalıdır. İnsan açık beden duruşunda ise çoğunlukla davetkâr, istekli bir görünüm

sergilemektedir. Tersi halde ise, kollarını kavuşturmuş ya da bacak bacak üstüne atmış ya da vücudunu karşısındakinden başka bir yöne sanki hemen kaçmak istemişçesine çevirmiş olabilir. Bu durumda da en iyi şey iletişim sürecini fazla zorlamamaktır.

7. 2. MİMİKLER (YÜZ İFADELERİ) VE GÖZLER

Mimiklerin (yüz ifadelerinin) birçoğunun anlamı evrenseldir. Kuşkusuz, belli yüz ifadeleri kültürel olarak farklılaşabilir. Yüz ifadesini yönlendirmek oldukça zordur ancak bunu geliştirmiş ve “zengin yüzlü” olarak adlandırılabilen insanlar da vardır. Yapılan araştırmalar insanların yüzleri ile yaklaşık 250.000 değişik ifadeyi gerçekleştirebileceklerini göstermiştir. Yüz ifadelerini anlamak uzman olmayan gözler için zordur; ama imkânsız da değildir. Yüz ifadelerinin işlevlerini şu biçimde sıralamak mümkündür:

- Gerçek bir duyguyu yoğunlaştırmak
- Gerçek bir duygunun yoğunluğunu azaltmak
- Gerçek bir duygu anında nötr görünmek
- Gerçek bir duyguyu maskelemek
- Gerçek bir duyguyu yönetmek

İletişim sürecindeki etkisinin önemi nedeniyle gözler de burada özellikle ele alınmalıdır. İnsanlar iletişimde gözlerini, görmenin ötesinde kullanabilir. Göz göze bakışma, göz süzme, bir anlık bakış, gözlerini yere indirme gibi şekillerle ilişkiye isteyerek veya farkında olmadan anlamlar katar. Gözler ve bakışlar sözsüz iletişimin birçok türünde olduğu gibi amaca, diğer kişiyle olan ilişkinin düzey ve yapısına, duygulara, beklentilere, güç ilişkisine ve bağlama göre farklı anlamlar taşır. Göz göze bakışma bir yakınlık ifadesi olabileceği gibi düşmanlığı da ifade edebilir. Gözünü yere indirmenin de çok değişik anlamları vardır.

Gözün normalden daha hızlı hareketi; acelecilik, telaş, heyecan ya da korku gibi anlamlar iletir. Göz hareketlerinin zayıflığı ise dalgınlığın işareti olarak algılanır. Göz teması otoriteyi ve özgüveni yansıtırken, göz temasının zayıf olması güçsüzlüğün ya da hedefsizliğin göstergesi olarak değerlendirilir. Göz teması, ayrıca ilginin de bir göstergesidir. Bu nedenle göz teması ne karşıdakini rahatsız edecek kadar uzun süre ve sabit olmalı, ne de ilgisizlik olarak algılanacak şekilde zayıf olmalıdır. Göz teması genellikle konuşurken azalır, dinlerken artar (Kırmemiş, ty.).

Sözsüz iletişimde gözlerin işlevlerini şu alanlarda değerlendirmek mümkündür:

- Dikkat işlevi (İlgi, dikkat ve uyanıklık, tahrik derecesini gösterir.)

- İkna edici işlev (Tutum değişimi ve ikna sürecini etkiler.)
- İçtenlik ve samimiyet işlevi (Yakın ilişkilerin başlamasına, tanımlanmasına ve devamına destek olur.)

- Düzenleyici işlev (Etkileşimi düzenler.)
- Etkileme işlevi (Duyguların iletimini sağlar.)
- Güç işlevi (Güç ve statü ilişkilerini tanımlar.)
- İzlenim Yönetimi İşlevi (İzlenim yönetiminde merkezi bir rol üstlenir.)

Sözsüz iletişimde gözleri yönlendirmek yüz ifadelerini yönlendirmekten daha zordur ve insanlar birçoğunu fark etmeden kendiliğinden yapar. Cinsiyet farklılıkları, kültür ve bağlam da iletişim süreci içerisinde göz hareketlerini etkiler.

Göz hareketlerinin türleri şunlardır:

- Göz teması
- Kaşları kaldırmak
- Zemine yukarı bakmak
- Gözleri kaçırmak
- Döndürülen gözler
- Kapalı gözler

Gözlerin İşlevleri

Gözlerin temel işlevi diğerleriyle ilişki kurmaktır. Gözler, bir ilişkinin başlatıcısı olabilirler. Bir diğer yönü iletişim sırasında karşı taraftan geri bildirim (feedback) almaktır. Bunlardan sonra iletişim kanallarını kontrol etmek ve duygu sergilemek işlevleri gelir. Bir başka önemli işlevi ise dikkat dağılmasını azaltmaktır.

Göz teması: Göz teması, kurulacak olan iletişimin tipini belirler, nasıl ve ne yönde gelişeceğini gösterir. Göz teması sıklığı iletişimde istekliliği belirtir. Bir ilgi kurmak ya da onaylanmak istendiğinde göz teması artar. İlişkiler ilerlediğinde göz teması beklentisi de artmaktadır. Kadın, kendine bakan erkek gördüğünde göz temasından kaçınarak aslında ilişki olasılığını en aza indirmek ister. Mahremiyet ile göz teması arasında bir ilişki vardır. Fazla göz teması yakınlığı ve mahremiyet ihlalini ifade eder. Bu da bir rahatsızlık ortaya çıkarır. Yüksek sosyoekonomik düzeydeki çiftler daha fazla göz teması kurmaktadır. Göz teması sonuçta ilişki kurmak ve geri bildirim almakta önemlidir.

İletişim kanallarının kontrolü: İletişimde sıra almak konusunda özellikle göz teması çok önemlidir. Gözler ile konuşma sırasını işaret etmek bu davranış biçimini oluşturur. Eğer konuşmacı bir göz teması ile sıra alma isteğini hissederse kendi konuşmasını devam ettirmek için karşısındaki ile göz temasını kesmektedir. Bir iletişim ortamında toplam süre üçe bölündüğünde söz almak isteyen kişinin göz teması ölçülmüş, ilk bölümde % 61 olan göz teması son bölümde % 81'e çıkmıştır.

İktidar sergileme: Birisi doğrudan size baktığında ne hissedersiniz? Çoğu insan rahatsız olur. Kesintisiz bakış baskınlık ifadesidir. Ayrıca bir tepki beklentisini veya yardım ihtiyacını da ifade edebilir.

Bakış kaçırmak: Bir tür uyumlandırıcıdır denilebilir. Yukarıda belirtildiği gibi bir iktidar sergileme durumunda ya da söz sırasını vermek istemediğinde, iletişimi kesmek istediğinde vb. durumlarda insanlar bakışlarını kaçıırırlar.

Duyguları sergilemek: Gözler duyguları sergilemekte çok yetkindirler. Gözler kalbin aynasıdır denir. Göz çevresindeki kaslar gerçek bir gülmede kasılır, yalancı bir gülmede göz çevresindeki kaslar kasılmamaktadır.

Dikkat dağılımını azaltmak: İnsanlarla göz teması kurmak onlardaki dikkat dağılmasını en aza indirgeyecektir.

7. 3. BEDENİN ÇEVRE, KİŞİSEL MEKÂN ALGISI VE KALABALIK KULLANIMI

Uzay/yer konusu çevre (territory) ve kişisel mesafe (proxemics) olarak iki temel alana sahiptir. Çevre, ev, ilişkisel mekânlar ve kamu mekânları gibi çeşitli biçimde gruplandırılır. Çevrenin iletişim potansiyelini öğrenen insanlar, özel bir durumda ne tür davranışlar veya duyguların bekleneceğini öngörebilir. Bu çerçevede çevre; makro ve mikro olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Makro çevre, mevsimler, kıtalar, yerleşim yerleri, coğrafi bölgeler, kentler biçiminde ele alınırken; mikro çevre restoranlardan çalışma ofislerine kadar odalar, eşyaların konumu, renkler gibi bağlamlarda ele alınabilir. Oda genişliği; koku; renk ve ışıklandırma her örgütlü mekânda, amaca göre az veya oldukça ayrıntılı bir şekilde düşünülmüş yapıdır. Beklenen rolleri odanın düzenlenişi pekiştirir; bürodaki her şeyin fiziksel konumlandırma ve yerleştirilme biçimi güç ve statü göstergesi ve bununla ilgili davranış kalıpları beklentisini işaret eder.

Çevremizdeki insanlarla aramızda bıraktığımız mesafe iletişim sürecimizi etkilemektedir. Çünkü iletişimde bulunduğumuz kişiler ile aramızda bıraktığımız mesafe ilişkilerimizin düzeyini gösterir. Yakın ilişki içerisinde olduğumuz kişilerle iletişim kurarken bıraktığımız mesafe ile samimi olmadığımız kişilerle iletişim kurarken bıraktığımız mesafe farklı olmaktadır. İnsanlar birbirleri ile olan ilişkilerini genel olarak dört bölgede düzenlemektedirler. Bunlar (Ertürk, 2010:125):

- Özel alan: 0 – 45 cm
- Kişisel alan: 45 - 75 cm
- Sosyal alan: 80 – 200 cm
- Kamusal (Genel)alan: Sosyal alanın dışında kalan alanlar

Sözsüz iletişim açısından iki tür alan algısından söz edilebilir:

İnsan Hâkimiyet Alanı: Bir tek ya da bir grup insanın sürekli etkileşimde bulunduğu, hâkimiyeti altında tuttuğu belli bir bölgeyi belirtir. İnsan hâkimiyet alanı 3 ölçüt temelinde sınıflanır: Bölgenin büyüklüğü; sahibine göre bölgenin önemi; bölgede oluşan, ortaya çıkan etkileşim türü.

Alan, genişliğine büyüklüğüne göre birden fazla insanın paylaşabileceği bir alan olarak “çekirdek” alan biçiminde ele alınabilir. Bölgenin sahipliğine, göre önemine göre, “birincil” ve “ikincil” alan olarak sonrasında da “toplumsal”, “geçici” ve “ev” bölgeleri olmak üzere bölümlere ayrılabilir. Bölgenin etkileşimselliği, büyük oranda bir yerde etkileşim içinde olan insanların sayısı ve statüsüyle ilgilidir. Bu alandaki çalışmalar, genellikle bölgesine tecavüz edildiğinde ya da sınır aşıldığında verilen tepkiler üzerine kurulmuştur.

Özel Alan: Yakın alt bölgesi dokunma uzaklığı kadardır, uzak alt bölgesi ise bedenden 15 ile 45 cm arasında değişir. Bu alan, sevgililer, yakın arkadaşları ve anne babalarına tutunan çocuklar içindir. Bu mesafe içine insanlar, çok yakınlarını kabul ederler. Duygusal yakınlık içinde olmadığımız insanlarla zorunlu olarak asansör, toplu taşıt araçları gibi yerlerde bulunmak insanları son derece tedirgin ve rahatsız eder.

Kişisel Alan: Yakın alt bölgesi 45 ile 75 cm uzaklığındadır. Bu da birisiyle konuşmak için rahat bir alandır. Dokunma mesafesidir. Kendimizi yakın hissetmediğimiz insanların girmesine izin vereceğimiz en yakın alan, kişisel alandır. Bu mesafenin yabancılar tarafından aşılması bizde rahatsızlık yaratır, geri çekilerek ya da uzaklaşarak mesafemizi korumaya

çalışırız. İlgi duyduğumuz bir insanın bu alana girmesini, bize yakınlaşma isteği olarak yorumlarız. Bu alanın kullanımı, cinsiyete, statüye ve kültüre göre değişiklik gösterir. Başkalarıyla aramızda koruduğumuz uzaklık onlara karşı duygularımızla ilgilidir ve onlarla ilişkilerimiz hakkında bazı mesajlar verir.

Sosyal Alan: Yakın alt bölgesi 120 ile 210 cm arasındadır ve bu alan, alışveriş yapma, çevreyle iletişime girme mesafesidir. Bu mesafe toplantılarda, davetlerde, birbirlerini az tanıyanlar arasında yaratılır. İş ortamında ise bu mesafenin korunmasına büro araçları, masalar, koltuklar, ya da sehpa, çiçek gibi araçlar yardımcı olur.

Kamusal (Genel) Alan: Yakın alt bölgesi 360 ile 600 cm arasındadır. Toplantılarda, politikacılar ve ünlü kişilerin konuşma için belirlediği mesafedir. İlgi duymadığımız ya da bir ilişkiye geçmek istemediğimiz yabancılara ayrılmıştır. Örneğin asansörde, metroda göz iletişimi kurmayarak sırt dönerek, genellikle böyle bir uzaklık korumaya çalışılır.

Bu dört alan kültürden kültüre değişiklik gösterebilir ve değişik kültürlerden gelen insanlar farklı olarak tanımlanmış alanları yüzünden birbirlerini yanlış anlayabilirler. Sözü edilen mesafe türleri, iletişimin şekline, cinsiyete, statüye göre de değişiklik gösterebilir. Kişiler duygusal yakınlığa göre de aralarına mesafe koyabilmekte veya bu mesafeyi kaldırabilmektedir.

Sözsüz iletişim açısından insanların sürekli etkileşimde bulunduğu, hâkimiyeti(egemenliği) altında tuttuğu belli bir bölgeler bulunmaktadır. İnsan hâkimiyet alanı 3 ölçüt temelinde sınıflanır: Bölgenin büyüklüğü; sahibine göre bölgenin önemi; bölgede oluşan, ortaya çıkan etkileşim türü.

Alan, genişliğine büyüklüğüne göre birden fazla insanın paylaşabileceği bir alan olarak “çekirdek” alan biçiminde ele alınabilir. Bölgenin sahipliğine, göre önemine göre, “birincil” ve “ikincil” alan olarak sonrasında da “toplumsal”, “geçici” ve “ev” bölgeleri olmak üzere bölümlere ayrılabilir. Bölgenin etkileşimselliği, büyük oranda bir yerde etkileşim içinde olan insanların sayısı ve statüsüyle ilgilidir. Bu alandaki çalışmalar, genellikle bölgesine girildiğinde ya da sınır aşıldığında verilen tepkiler üzerine kurulmuştur.

Sözü edilen mesafe türleri, iletişimin bağlamına, cinsiyete, kültüre, statüye göre değişiklik gösterebilir. Farklılık örgütlü mekânın özelliklerine göre de değişebilir. Bir bakıma kişiler arasındaki uzaklığı belirleyen kişiler arasındaki duygusal yakınlık ve kültürel

geleneklerdir. Kişiler duygusal yakınlığa göre aralarına mesafe koyar. Bu mesafe de duygusal yakınlık yanında örgütlü mekânın belirlediği kültürel yaptırım ve kurallara göre belirlenir.

Oturma Düzenleri: Sözsüz iletişimde oturmak için seçilen yerler, önemli bir yere sahiptir. Belli yerleşme biçimleri, kişiler arası iletişimi de zengin anlamlar taşır. Yapılan araştırmalar, odaya girdiklerinde kapıya yakın koltuk veya sandalyeye oturanların özgüvenleri düşük kişiler olduğunu ortaya koymuştur. Kapıya yakın bir koltuğa oturmak, kişinin kendisini diğer kişilerden daha az değerli ve önemli gördüğünü anlatır. Buna karşılık girdikleri odada, ev sahibine veya merkeze yakın yer seçenlerin özgüvenleri yüksek ve kendilerinden hoşnut kişilerdir. Bu kişilerin aynı zamanda koltuklarını ve sandalyelerini doldurarak, alanlarını genişleterek otururlar.

İnsanların yan yana oturmaları işbirliğini gösterir. Bir yönetici, işgörenine bir işin nasıl yapılacağını gösterirken, aynı belge üzerinde birlikte çalışabilmek için yan yana otururlar. İnsanlar, masanın birbirine komşu kenarlarında oturdukları zaman da iletişim kolaylaşır. Bu oturuş biçiminde, kişinin karşısındakini, çıkarları nedeniyle çelişen biri olarak değil, bir sorunu birlikte çözecek kişi olarak algılaması mümkün olur.

Birbirine rakip kişiler, genellikle yüz yüze otururlar. Bir toplantıda hasımlar, ya masanın ortasında, ya da iki ucunda karşılıklı oturmaya eğilimlidirler. Karşılıklı oturma biçiminin iletişimi zorlaştıran özelliğini akıldan çıkarmamak gerekir. Birisiyle iletişimimizde, onu masamızın karşısına oturtmak, amirce bir tavidir. Eğer verilecek bir emir, yapılacak bir uyan varsa, bu oturma biçimi uyan veya emrin şiddetini artırır. Eğer bir görüşme olmayacaksa, rakipler aralarına birilerini oturttukları iletişimsizlik yolunu seçebilirler.

Bir iş yerinde masa, otoriteyi temsil eder. Masa karşısında durmak veya oturmak insanlarda rahatsızlık yaratır. Bir doktor muayenehanesinde yapılan araştırma, doktorun masa arkasında oturması ile hastaların kendilerini rahat ve güvende hissetmeleri arasında bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Araştırma sonuçlarına göre, insanların sadece %10'u doktorun masa arkasında oturmasının kendilerini rahatlattığını söylemiştir. Eğer karşımızdaki kişiye üstünlüğün hissettirilmesi amaçlanıyorsa bu durumda masanın arkasında oturmak uygun olur.

Başkalarıyla birlikte yapılan görüşmelerin bir masa etrafında yapılması durumunda bu masanın yuvarlak olmasına dikkat etmek gerekir. Yuvarlak masa, işbirliğini geliştirir, katılanlar arasında eşitlik duygusunu çağırır. Yuvarlak masa, çevresine oturanların

kendilerini rahat, güvende ve sakin hissetmelerine olanak verir ve tartışmalar için elverişli bir ortam yaratır.

Dikdörtgen şeklindeki bir toplantı masası, katılanların konumlarını kesin hatlarla ortaya çıkartması nedeniyle işbirliği ve dayanışma duygularını geliştirmeyi engelleyebilir. Bu tür masalarda güçlü olan kişi, masanın başına yüzü kapıya dönük bir şekilde oturur. Bu kişinin her iki yanında kendisine en yakın kişiler yer alır. Merkezden uzaklaştıkça güç azalır. Tam karşıda ise ikinci derecedeki güç merkezi yer alır.

7.4. BEDEN VE DOKUNMA

Aslında insanlar bilinçli bilinçsiz, kasıtlı kasıtsız sürekli olarak bir şeylere dokunur. Bu nedenle dokunma sözsüz iletişimin en yaygın biçimi olarak incelenmesi gereken türdür. Araştırmacılar, hayvanların sağlıklı ve normal bir gelişim ve büyüme göstermeleri için belli derecede dokunmaya ihtiyaç duyduklarını saptamıştır. İnsanlarda da buna benzer birçok veri söz konusudur. Dokunmak toplumda değişik işlevler üstlenir:

- Kendini açıklamada kolaylık
- Şakalaşmak
- Güç ve kontrol
- Törensellik (tokalaşma vb.)
- Profesyonel olarak işlevsellik
- Toplumsal olarak nezaket
- Arkadaşlık, sıcakkanlılık
- Aşk, sevgi, yakınlık ve seksüel etki uyandırmak, cinsellik

Kimi durumlarda ne hissedildiği kendi kendine veya başkalarına dokunarak yansıtılabilir. Bu dokunmalar (Kırmemiş, t.y.);

- Kucaklaşma (özlem giderme, teselli etme, destek olma)
- Omuza sarılma (dayanışma, destek olma)
- Omuza el koyma (kontrol etme, onaylama)
- Kola girme (Samimiyet, paylaşma)
- El ele temas (Selamlama, sahiplenme, destek olma)
- Baş ve yüz temaları (dayanışma ve selamlar)

Kültürden kültüre ve toplumsal cinsiyete göre dokunmanın “uygunluğu” değişir. İletişimde insanlar ilişkinin doğasına ve duygusal paylaşıma göre birbirine dokunurlar. Dokunma kişiler arası sevmeye, yakınlık, güç ve statü, toplumsal cinsiyet ve kültürel faktörlerle bağıntılıdır. İnsanların dokunmaktan kaçınmasının nedenleri şöyle sıralanabilir: İletişim kurmaktan korkmak, cinsel tacize uğrama kaygısı, fiziksel şiddet ile yıldırılmış olmak.

7.5. İnsan İlişkilerinde Bir beden dili kullanımı: Tokalaşma

İnsan ilişkilerinde tokalaşma (Ertürk Y.D. 2010:124; Kırmemiş, t.y.):

Ölü Balık Tokalaşması: Parmak ucuyla, cansız yapılan tokalaşmadır. Cansız bir nesne ile tokalaşıldığı izlenimi verir. Tokalaşmada eli cansız bırakan kişilerin, güvensiz, endişeli ve ürkek bir kişiliğe sahip oldukları düşünülmektedir.

Tereddütlü Tokalaşma: El uzatıp uzatmama konusunda tereddüt ederek gerçekleştirilen tokalaşmadır. Kararsızlık, güvensizlik anlamına gelebilir.

Güç Gösterici Tokalaşma: Karşıdaki kişinin elini aşırı sıkarak gerçekleştirilen tokalaşma biçimidir. Bu tokalaşma karşı tarafı yönlendirme ve yönetme, baskı altına alma izlenimi verebilir.

Yakın Tokalaşma: Tokalaşma esnasında tutulan elin vücuda doğru çekilerek tokalaşmanın tamamlandığı tokalaşma biçimidir. İlgi ve güç göstergesi olarak yorumlanabilir.

Eşit Tokalaşma: Kollar dirsekten yere paralel olarak ve iki bireyin ellerinin yere 90 derece olduğu, iki kişinin arasında dirseklik bir mesafenin bulunduğu tokalaşma şeklidir. Bu tokalaşmada eller bütünüyle birbirini kavrar, tokalaşan kişiler birebir yüzlerine bakarlar, el sıkma işlemi 2-3 saniye sürer. Uzarsa özel yaklaşma ve samimiyet ifadesidir.

Robot Tokalaşma: Göz kontağı kurulmadan, yapmış olmak için yapılan tokalaşma biçimidir.

Tulumba Tokalaşma: Tokalaşma esnasında ellerin aşağı yukarı sallandığı tokalaşma biçimidir. Samimiyet, pazarlık olarak yorumlanabilir.

Hapsedici Tokalaşma: Her iki eli kullanarak yapılan tokalaşmadır. Samimiyet ve güven göstergesi olarak yorumlanır.

7.6. BEDEN, RENK VE RENK TERCİHLERİ

Herhangi bir cisimden çıkan ışığın gözle algılanması olarak tanımlanabilecek olan renkler tarih boyunca simgesel iletişim araçları olarak kabul görmüşlerdir. Renklerin bireyler

tarafından algılanması daha çok bireylerin psikolojik durumlarıyla ilgilidir. İnsan farkında olmasa da içinde bulunduğu duygusal durumunu seçtiği renklerle ortaya koyar.

Renkler fikir ve duygular uyandırmakta, yaratmakta ve bellekte birtakım çağrışımlar yapmaktadır. Her rengin kendine özgü psikolojik özellikleri söz konusudur. Renklerin doğru bileşimlerle ve doğru yerlerde kullanılması iletilerin algılanmasını sağlamakta ve ileti akışının işlerliğini sağlamaktadır. Renklerin uyandırdığı duyguların bir bölümü kişisel, bir bölümü de genellenebilir duygulardır. Sıcak renklerin (sarı, kırmızı, turuncu) uyarıcı, soğuk renklerin (mavi ve yeşil) ise gevşetici ve dinlendirici olması genellenebilir duygulara örnektir. Soğuk renklerin bir mekânda aşırı kullanıldığında kasvetli hatta moral bozucu bir etki yaratabilir. Aynı şekilde sıcak renklerin de insanı şiddete yöneltebilir. Bu durumda örneğin bir ofisin renklendirilmesi söz konusu olduğunda sıcak renklerin mekânı olduğundan daha küçük, soğuk renklerin ise olduğundan daha büyük gösterdiği göz önüne alınarak istenilen ortam yaratılabilir.

Renklerin kullanımı dönemden döneme, inançtan inanca, kültürden kültüre ve mekandan mekana, göre değişiklik gösterir. Renkler, nesneye biçim veren temel unsurlardan biridir. Renklerin anlamı, simgesel içerikler taşır. Örneğin beyaz gül, saf ve arı duyguları simgelerken, kırmızı gül aşkı, tutkuyu, cinselliği anlatır. Sarı gül, özlem ve ayrılık belirtisidir. Diğer çiçeklerin renklerle bütünleşerek simgeledikleri anlamlar ise; pembe sevgiyi, yeşil umudu, açık mavi inancı, koyu mavi sadakati, leylak alçak gönüllülüğü temsil eder. Renklerin evrensel düzeyde simgelerle bütünleştiği siyasal (ideolojik) anlamları da vardır. Fransız bayrağındaki mavi özgürlük, beyaz eşitlik, kırmızı kardeşlik anlamına gelir. Yeşil, İslamiyet'in rengidir. Aynı zamanda paranın simgesidir. Çevreciliğin rengi de yeşildir. Kırmızı, komünizmin simgesidir. Mor, kutsallığı ifade eder ve Katolik papazlar tarafından tercih edilmiştir. Mor aynı zamanda, monarşi ve aşırı zenginliği çağrıştırır. Mavi, Batının, Avrupa aristokrasisinin ve soyluluğun rengidir. Örneğin gece mavisıyla simgeleşen “parliament” sigarasının adı “parlamento” dan gelmektedir. Parlamento üyeleri yüce bir mesleği icra etmektedir. Bu çeşitlemede, gece mavisinin, soyluluğun, erdemli ve yüce mesleğin ve gecenin hissettirdikleri ile bütünleşmesi söz konusudur. Beyaz, alan öteki dünyanın simgesidir. Ruhsal, dinsel değerleri ifade eder. Kara Yunan ve Hristiyanlığın rengidir. Siyah ölümü simgeler; yası, matemi çağrıştırır. Dürüst olmayanların rengidir siyah; “kara borsa”, “kara günah” gibi. Kara aynı zamanda dar görüşlülüğün, bağnazlığın ve yobazlığın rengidir. Dar ufuklara sahip olan, kendini yenileyemeyen, çağını okuyamayan insanlar kara düşünceli olarak betimlenirler. Kara bazen yığılması anlatır. Genişliğin

delikanlılığın rengi olarak “kara yağız” sözcüğü buradan gelir. Beyaz renk, bir ışık, sevinç, gençlik rengidir. Renklerin kendine has dilleri vardır; ancak renge dili veren, kültür ve inanç sistemleridir. Giysilerde, kırmızı enerjik, dışa dönük ve harekete hazır olma hissi verir. İnsanların vahşi yönlerini ön plana çıkartmak için giysilerde kullanılır. Turuncu, cesur, maceracı ve kendine güvenen insan tipini çağırıştırır. Sarının entelektüel bir görünüm verme özelliği vardır. İnsanları yönetmeye ve onlara hükmetmeye olan ilgiyi gösterir. Yeşil, dinlendirici, yatıştırıcı, dengeleyici bir atmosfer yaratır. Mavi, düzen ve uysallığın ifadesidir. Mor, kendine güven ve özgürlük duygularını dile getirir. Kahverengi giymek bir yere bağlı olma, gelecek için sağlam ilişkiler kurma isteğini gösterir. Sürü psikolojisine sahip ve özgüveni zayıf insanların rengidir. Giyimde beyaz, saflığın temizliğin masumiyetin ifadesidir. Siyah, canlılığın, müdahaleciliğin, tekçi (monist)liğin rengidir ve diğer tüm renklerin reddi anlamına gelir. Kişilerin karanlık yönlerine, sırra ve efsuna olan ilgiyi ifade eder. Sürekli siyah giyen insanlar olaylarda aktif bir rol almayan seyirci niteliğindedirler. Bu tip insanlar duygularını sürekli bastırmakla meşguldürler. Moda söz konusu olduğuna siyah giymek seçkinliği, sadeliği lüksü ifade eder. Belli renklerdeki giyim kuşam, toplumsal statüyü belirler ve iletişimin düzenlenmesinde yardımcı olur. Kişinin beğenilerini, o anda içinde bulunduğu ruhsal durumu, karşısındakilere verdiği önemi, değeri ya da üstünlük taslama çabası içinde olup olmadığı sözleri ve bedeni kadar, giyim kuşamıyla da gösterir. Yerine, zamanına uymayan giyim, çok değerli nice sözün üstünkörü dinlenmesine ve yanlış algılanmasına yol açar (Tutar ve Yılmaz, 2003:61).

Renkler, nesnelerin ayırt edilmesini ve tanımlanmasını sağlayıcı özelliklere sahiptirler. Bu temel özelliğin yanı sıra zekânın uyarılması, ruhsal durumlar üzerindeki etkisi, kişilik özellikleri ile ilgisi günümüzde bilimsel araştırmalara konusu olmuştur. Renklerin insan psikolojisi ve davranışları üzerinde önemli etkileri olduğu modern psikoloji tarafından kabul edilmektedir. Renklerin insan psikolojisi üzerindeki etkileri vardır ve psikolojik etkileri şu şekildedir:

- Mavi: Rahatlık, şefkat, güven
- Turuncu: Keder, hüzn, düşmanlık
- Mor: Olgunluk, vakar, azamet
- Kırmızı: Meydan okuma, uyarma, heyecan
- Yeşil: Huzur ve sakinlik
- Sarı: Sevinç, neşe, hoşgörü

- Siyah: Hüzün, mutsuzluk
- Kahverengi: Keder, hüzün

Renkler kültürel açıdan ele alındıklarında da değişik kavramları çağrıştırırlar. Sarı; özellikle altın sarısı, Doğu'da kutsal renk sayılırken Batı'da korkaklığın ve ihanetin simgesi olarak kabul edilir. Renklerin algılanışı kültürel açıdan farklılık gösterebileceği gibi aynı kültüre ait bireyler arasında da farklılık gösterebilir. Bilinçaltı; ortak bilinçaltı ve bireysel bilinçaltı olmak üzere iki küreden oluşur. Bireysel bilinçaltından farklı bir işleyişe sahip olan ortak bilinçaltında, renklerin oluşturduğu anlam ve ilişkiler uzun süren deneyimler ve kültürel birikimler sonucu elde edilmektedir. Bireysel bilinçaltına bağlı olarak aynı kültüre ait olsalar bile bireylerin tümü aynı renkle karşılaştıklarında benzer tepki göstermezler.

Cinsiyet, yaş, sosyal gruplar ve kişilik özelliklerinin yanı sıra yaşam dönemleri de renk seçiminde belirleyici konumdadır. Bireylerin gençlik döneminde renk seçiminde cesur olmalarının nedeni, gereksiz kısıtlamalar içinde olmamaları ve renk uyumunu öğrenmemiş olmamalarından kaynaklanır. İlerleyen yaşlarda ana renkler tercih edilir. Bireyler, içinde bulundukları grubun entelektüel zevklerinden etkilenerek renk tercihlerini geliştirmektedirler. Kişilik gelişimi, renk seçiminde etkili olan diğer bir etkidir. Gelir düzeyi yüksek sınıflar daha çok açık renkler, pastel gölgeler, uyumlu bileşimler ve yumuşak, hassas tonlara karşı olumlu yaklaşım sergilerken, gelir düzeyi düşük sınıflar güçlü ve parlak tonları tercih etmektedirler.

7.7. BEDENİ GİYDİRMENİN DİLİ

Giyisiler insanı kapatmaktan çok açarlar, örtmekten çok meydana çıkarırlar. Giyim kuşam iklime kültüre ve yapılan işe göre değişir. Bu yönüyle giyim kişisel tercihlerimizin bir göstergesidir. Giyimde tercih edilen tarz ve renkler, beğenileri, içerisinde bulunan psikolojik durumu ve karşıdakine verilen değeri belirleme özelliğine sahiptir. Kişiler arası iletişimde olumlu izlenim yaratma açısından iletişim önemli rol oynar (Kırmemiş. t.y.).

Giymiş tarzının karşısındakileri nasıl etkilediğini incelemek isteyen bir Amerikalı üniversite öğrencisi, iki farklı biçimde giyinerek otostop yapmıştır. Haftanın pazartesi, çarşamba ve cuma günleri hippie kılığında yola çıkmış ve eliyle işaret ederek otostop yapmak istediğini belirtmiştir. Salı, çarşamba ve cumartesi günleri ise ütülü pantolon, temiz gömlek, kravat ve boyanmış ayakkabı giymiş ve yola çıkmış, yine aynı yerde aynı işaretleri yaparak arabalara binmeye çalışmıştır. Görmüştür ki, hippie kıyafeti giydiği zaman kendisini ancak

hippi kılıklı olan ve genellikle eski arabaları kullananlar, iyi giyinmiş durumda ise daha lüks otomobilleri kullanan iyi giyimli kimseler arabalarına almışlardır. Bir iş aramaya gittiğimizde ya da bir görüşme yapmak istediğimizde, karşımızdakini olumlu bir şekilde etkilemek isteriz, bu yüzden giyimimize özen gösteririz. Ama günümüz toplumu giymiş kalıpları bakımından oldukça çeşitlilik göstermektedir. Öyle ki, bazen hippie kılığıyla gezmek toplumun belirli kesiminde kişiye daha çok sosyal yaklaşma olanakları sağlamaktadır. Öğrenmemiz gereken, giyimimizin karşımızdakini etkilediğini bilmek ve bu etkinin toplumun hangi kesiminde nasıl olacağını önceden bilinçli olarak saptayabilmektir (Yüksel, 2005:166).

7.8. İLETİŞİMDE DIŞ GÖRÜNÜŞ

İletişimde dış görüntü öğeleri (Kırmemiş, t.y.):

Saçlar

- Her zaman taranmış ve düzgün olmalıdır.
- Kepek olmamalıdır.
- Ortamına uygun bir model olmalıdır.
- Temizliğine özen gösterilmelidir.

Beden Temizliği

- Mümkünse her gün duş alınmalı,
- Ter kokusuna karşı önlem alınmalı,

Tırnaklar

- Tırnak içleri asla kirli olmamalı,
- Zamanında ve düzgün kesilmeli,
- Bayanlar uygun oje sürmeli ve ojeleri yıpranmamış olmalı (isteğe bağlı),

Sakal Tıraşı

- Erkekler her akşam sakal tıraşı olmalı,
- Herhangi bir ideolojiyi çağrıştıracak sakal ve bıyık bırakılmamalı,

Makyaj

- Aşırı makyaj yapılmamalı,
- Hiç makyaj yapılmadan insanların arasına çıkılmamalı,

Giyim

- Giysiler temiz ve ütülü olmalıdır.
- Giysiler çalışma ortamına uygun olmalı,

Ayakkabılar

- Temiz ve boyalı olmalı,
- Eski, yıpranmış ve bakımsız olmamalı,
- Ayakkabıların topuğuna basılmamalı,

Nefes

- Kokulu yiyecek yemeyin,
- İş yerine kahvaltınızı getirmeyin,
- Sigara içmeyin,
- Dişlerinizi fırçalayın.

7.9. ÇEVREDE OLUMLU İZLENİM YARATACAK BEDEN DİLİ ÖZELLİKLERİ

- Diğerlerinin yanında kendinizi rahatlatın, rahat hissetmenizi sağlayın. Fiziksel olarak çok uzak ya da yakın durmayın (50-60 cm.lik bir alan genellikle rahat alan olarak kabul edilir.).
- Rahat, gerilimsiz ve özenli, dikkatli olun. Kabul görmek için diğerine doğru hafifçe eğilin. Dikkatsizce gevşek durmak ve oturmak ile katı, dimdik durmak ve oturmaktan kaçının.
- Sık sık göz teması sağlayın. Gözlerinizi dikmekten, keskin ve düşmanca bakmaktan veya uzaklara bakmaktan kaçının.
- Diğerleri konuşurken başınızı sallayarak onaylama iletisi gibi sözsüz iletiler yollamayı ihmal etmeyin.
- Hareketlerinizin düzgün ve kesintisiz olmasını sağlayın. Onların dikkat çekmek için kelimelerinizle yarışmasına izin vermeyin. Hareketlerinizin duygusal engellemelere yol açmasından kaçının.
- Konuşma hızınızın ortalama hızda hatta biraz daha düşük olmasına dikkat edin. Sabırsız ya da tereddütlü konuşmayın. Soğuk ve sert konuşmalardan da uzak durun.
- Açıkça işitilebilecek bir ses yüksekliği ayarlayın. Sesinizin çok yüksek veya çok yumuşak olmamasına dikkat edin.

- Ayağınız ve bacaklarınızın engelleyici olmamasına dikkat edin. Onları bir sınır ya da engel olarak kullanmaktan özenle kaçının.
- Uygun ve gerekli olduğuunda gülümseyin. Cana yakın ve samimi görünün ve öyle olun.
- Uzun konuşmalar konusunda hep dikkatli olun. Kapalı gözler veya esneme genellikle iletişimi engeller, hatta keser (Zıllıoğlu ve Yüksel, 2007:98-99)

Uygulamalar

Giysiler insanı kapatmaktan çok açarlar, örtmekten çok meydana çıkarırlar. Giyim kuşam iklime kültüre ve yapılan işe göre değişir. Bu yönüyle giyim kişisel tercihlerimizin bir göstergesidir. Sizde bu metinden yola çıkarak insanların kişisel tercihi olan giyimlerini gözlemleyiniz.

Uygulama Soruları

1.İletişimde dış görüntü öğeleri nelerdir?

Bu Bölümde Ne Öğrendik Özeti

Yüz yüze iletişimde tüm beden mesajın iletilmesinde etkin rol üstlenmektedir. Bedenin genel duruşu, baş, kollar ve ellerle yapılan jestler, sözsüz iletişimi sağlayan temel öğelerdendir. Beden dili, insanların ilk anlaşma aracı ve ilk dili olmuştur. Beden varlığımızın dünyaya açılışıdır. Biz kendimizi ve başkalarını ancak kendi bedenimizle algılayabiliriz. Mimiklerin (yüz ifadelerinin) birçoğunun anlamı evrenseldir. Kuşkusuz, belli yüz ifadeleri kültürel olarak farklılaşabilir. Duruş, genelde iletişim içinde bulunan kişiye karşı olan tutumu da açıklar. Çevrenin iletişim potansiyelini öğrenen insanlar, özel bir durumda ne tür davranışlar veya duyguların bekleneceğini öngörebilir. Dokunma sözsüz iletişimin en yaygın biçimi olarak incelenmesi gereken türdür. İnsanları fiziksel ve sosyal çevreleri üzerinde kontrol kazandıkları bir süreç içinde iletişim onlara hizmet eder.

Bölüm Soruları

1)Karsınızdakinin alnı ile gözleri arasındaki bölgeye bakılarak yapılan bakışa ne denir?

- a. Resmîyet
- b. Düz bakış
- c. İlgili bakış
- d. İlgisiz bakış
- e. Samimi bakış

2) "Göz bebeklerinin büyümesi, küçülmesi ise gösterir. "

Yukarıdaki boşluklara aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a. Hastalığı / sağlığı
- b. Büyüklüğü / küçüklüğü
- c. İlgii / ilgisizliğı
- d. Heyecanı / karamsarlığı
- e. Hastalığı / sağlığı

3) Ellerin kenetli olması neyi ifade eder?

- a. Mutluluğı
- b. Kararsızlığı
- c. Olumsuzluğu
- d. Güveni
- e. Kararlılığı

4) Aşağıdakilerden hangisi ellerin önde ve arkada birleşmesinin doğru ifadesidir?

- a. Kendine güven / teslimiyet
- b. Teslimiyet / kendine güven

c. Kendine güven / ilgisizlik

d. İlgisizlik / teslimiyet

e. Kendine güven / ilgi

5) "Ayakta iken veya otururken bir savunma duruşudur."

Yukarıdaki boşluklara aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

a. Kolların serbest olması

b. Kolların önde olması

c. Kol kavuşturma

d. Kolların arkada olması

e. Elleri kenetlemek

6) Aşağıdakilerden hangisi göz hareketlerinin türleri arasında yer almaz?

a) Göz teması

b) Kaşları kaldırmak

c) Zemine yukarı bakmak

d) Gözleri kaçırmak

e) İçtenlik ve samimiyet işlevi

7.) Aşağıdakilerden hangisi sözsüz iletişimde gözlerin işlevleri arasında yer almaz?

a) Dikkat işlevi

b) İkna edici işlev

c) Düzenleyici işlev

d) Güç işlevi

e) Kapalı gözler

8. Aşağıdakilerden hangisi yüz ifadelerinin işlevleri arasında yer almaz?

a) Gerçek bir duyguyu yoğunlaştırmak

- b) Gerçek bir duygunun yoğunluğunu azaltmak
- c) Gerçek bir duygu anında nötr görünmek
- d) Gerçek bir duyguyu maskelemek
- e) Duruş pozisyonlarında çeşitlilik

9. genelde iletişim içinde bulunulan kişiye karşı olan tutumu da açıklar.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) Duruş
- b) Bakış
- c) Durum
- d) Alışkanlık
- e) Sembol

10. İletişimde sıra almak konusunda özellikle göz teması çok önemlidir. Gözler ile konuşma sırasını işaret etmek bu davranış biçimini oluşturur.

Yukarıda açıklaması verilen unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Göz teması
- b) İletişim kanallarının kontrolü
- c) İktidar sergileme
- d) Bakış kaçırmak
- e) Duyguları sergilemek

Cevaplar: 1)a,2)c,3)c,4)b,5)c,6)e,7)e,8)e,9)a,10)b

8. KİŞİLERARASI İLETİŞİMİN İPUÇLARI III
(Sözlü İletişim: Konuşma)

Bu Bölümde Neler Öğreneceğiz?

8.1. KONUŞMANIN KARMAŞIK YAPISI

8. 2. KARŞILIKLI KONUŞMA ÇALIŞMALARINA ÜÇ YAKLAŞIM

8.3. KİŞİLERARASI İLETİŞİMDE KARŞILIKLI KONUŞMA

8.4. ETKİLİ BİR KONUŞMACININ TEMEL ÖZELLİKLERİ NELERDİR?

8.5. ETKİLİ KONUŞMA TEKNİKLERİ

8.6. KONUŞMA KURALLARI

Bölüm Hakkında İlgi Oluşturan Sorular

- 1) Karşılıklı konuşma modeli nedir? Açıklayınız.
- 2) Karşılıklı konuşma çalışmalarının yaklaşımlarını nelerdir?
- 3) Etkili bir konuşmacının temel özellikleri nelerdir?

Bölümde Hedeflenen Kazanımlar ve Kazanım Yöntemleri

Konu	Kazanım	Kazanımın nasıl elde edileceği veya geliştirileceği
Etkili konuşmacının temel özellikleri nelerdir?	Etkili konuşmacı nasıl olur temel özellikleri nelerdir bilinmesi	Etkili konuşmacı olmak için gereken temel özellikler derinlemesine incelenmelidir

Anahtar Kavramlar

Akıcılık, anlamlılık, bükümlülük, ses kodları

Giriş

Sözcüklerin gücünü anlamadan, insanların gücünü anlayamayız.

Günlük yaşamımızda çevremizdeki insanlarla her zaman istediğimiz iletişimi kuramayabiliyoruz. Bazı durumlarda bizim anlatmak istediklerimizi karşımızdakiler yanlış anlayıp yanlış yorumlarken, bazen de karşımızdaki kişileri biz yanlış anlayabiliyoruz. Böyle durumlarda iletişimin kalitesi bozulduğu gibi, konudan çok kişilerle uğraşmaya başlarız ve savunmaya dönük bir iletişim tarzı ortaya çıkar. Bu nedenle öncelikli olarak bilmemiz gereken iletişimimizde engel yaratan ifade biçimleridir. Eğer iletişimde sözel ve sözel olmayan ipuçları farklı mesajlar veriyorsa ya da anlatılmak istenen net değilse, iletişimde tıkanıklıklar, yanlış anlaşılmalarda belirsizlikler olabilir.

8.1. KONUŞMANIN KARMAŞIK YAPISI

Konuşma sayılarca beceriyi gerektiren oldukça karmaşık bir etkinliktir. Kurallar bilgisi konuşmacıların konuşma konusunu yönlendirmelerini sağlar. Capella “ konuşmayı kontrol yeteneği konuşmaya katılanlar tarafından istismar edilebilen var olan belli düzenlemelere bağlıdır.” Şeklinde bir açıklama yapar. Örneğin, “sözü kesmek kabalıktır,” gibi bilinen bir konuşma kuralına göre, konuşmaya katılan taraflardan birisinin çok uzun konuşması ya da konuşulan konunun sıkıcı olması nedeniyle, ötekinin konuyu değiştirmesi ya da sözü kesmesi, konuşmacıya sözünü kesmesi gerektiği işaretini verebilir.

İnsanlar bir konuşmanın ne söylemesi ya da ne söylememesi gerektiği konusundaki kuralları eşgüdümlemeden evvel karşılıklı konuşmanın etkileşim ifadelerinin yapısını bilmesi gerekir.

Frentz karşılıklı konuşma modelini beş safhaya ayırmıştır (Devito, 2002:107-108).

- 1- Başlangıç safhası
- 2- Kural Tanımlama Safhası
- 3- Kuralı Doğrulama Safhası
- 4- Stratejik Gelişme Safhası
- 5- Sonlanma Safhası

Başlangıç Safhası: İnsanların birbirleriyle selamlaştıkları zamanki

Kural Tanımlama Safhası: Görüşmenin gerektiği zaman süresi konusunda bir müzakere ve uzlaşmaya varma dönemi.

Kuralı Doğrulama Safhası: İletişimciler arasındaki etkileşim tarzının düşünülmesi uzlaşma safhası.

Stratejik Gelişme Safhası: Karşılıklı konuşma konusunun tartışılması sırasındaki dönem.

Sonlanma Safhası: Veda safhası ya da konunun değişmesini içeren safha.

8. 2. KARŞILIKLI KONUŞMA ÇALIŞMALARINA ÜÇ YAKLAŞIM

İlişkisel Yaklaşım: Kurallara bağlı paylaşmaya izin veren ve müzakere etmeden en azından iki insanın işbirliğini içeren karşılıklı konuşmanın yapılandırıldığı olayları amaçlanmasıdır.

Toplumsal Değişim Yaklaşım: Karşılıklı konuşma konusunda, tüm bakış açılarının ortak yanı, insanların konuşmaya bir ya da daha çok amaçla girdiği varsayımdır. Bazen insanlar sinema kuyruğunda beklerken ya da yürüyen merdivene binerken, yalnızca zaman geçirmeyi arzu edebilirler. Bu iki yaklaşım çok yönlüdür (geçişseldir). Birey olarak iletişimci değil ama iki, üç ya da grup ve katılanların karşılıklı eylem kalıplarıdır.

Kişisel Sunum Yaklaşımı: Birey olarak iletişimciler ve onların başkalarını etkileme gücü üzerinde durur. Tek yönlüdür (alıcı için kaynak). Karşılıklı konuşma konusunda iletişimcilerin canlandığı drama konusu üzerinde durmaktadır. Goffman’a göre iletişimciler, kendi izleyicileri üzerinde belirli izlenimler yaratmak için kendi davranışlarını yapılandıran aktörlerdir. Goffman’ın bakış açısı Shakespeare’ın «*bütün dünya bir sahnedir.*» yorumunu hatırlatmaktadır. Her birimiz belli bir parçasını oynarız ve böyle yapılması için de kendi sosyal çevremizi tanımlamak için destek veririz (Devito, 2002:126, 129,131).

8.3. KİŞİLERARASI İLETİŞİMDE KARŞILIKLI KONUŞMA

Sözcükleri ne kadar uygun seçer, yerinde kullanır ve doğru ifade edersek, karşımızdakilerle o denli başarılı ilişkiler kurarız. Bir kelimenin insan hayatını değiştirdiği çok görülmüştür. Yerinde ve zamanında kullanılan bir kelimenin ya da cümlenin ne kadar önemli olayları çözdüğüne birçoğumuz tanık olmuşuzdur. Bazen tek bir cümle bile, karşımızdakinin nasıl bir insan olduğunu göstermeye yeter. Bu nedenle konuşma, insan aklını kullanma sanatıdır.

Kişinin konuşma biçimi, seçtiği sözcükler, onları kullanmadaki becerisi, konuşurken takındığı tavır ve ses tonu çok önemlidir. İyi bir konuşmada, kullanılan sözcükler açık ve yerinde olmalı, ifade edilmek istenen fikirleri tam verebilmelidir. Kendimizi başkalarına en iyi biçimde anlatmanın ve başkalarını da en iyi biçimde anlamanın yolu dili iyi kullanmadan geçer. Konuşmaya başlamadan önce, mutlaka hedef belirlenmelidir. “**Hedefi olmayan, nereye nişan aldığını bilemez.**” sözünü aklımızdan çıkarmayalım (www.ilksan.gov.tr/sizden-bize).

Söz söylemek isteyen kişi; konusuna hakim olmalı, konuya ait tüm verileri toplamalı ve fikirleri sırasına koyarak, tetkik etmelidir. Söylenecek konu iyice kavranırsa, kelimeler ardından gelir. Söz söylemek için, çok bilmeli ve kendisine güvenerek, rahat olmalıdır. Bilgi sahibi olunmadan, fikir sahibi olunmaz. Kendisini önceden hazırlamayan insanlar, sohbetlerinde hep aynı hikâye ve sözleri tekrarlamak suretiyle, konuşmayı çekilmez hale

getirirler. Ayrıca, her şeyi bilirim iddiasında bulunan ve bilgiçlik taslayan kişinin kafası, başkalarının fikirlerine kapalıdır.

Bazıları da toplum karşısında konuşurken heyecanını kontrol edemez ve kendisine hâkim olamadığı için çabuk sinirlenir, hiddete kapılır, doğru dürüst konuşamaz. Bu kusurlardan daima uzak durmalıyız. Kullandığımız kelimeler, nasıl yaşadığımızı ve nasıl yaşayacağımızı belli eder. Konuşma bir insanın kişiliğini, karakterini, kültürünü, terbiyesini ve eğitimini açıkça ortaya koyar. Bu konuda atalarımız, **“Sorma kişinin ahlını, sohbetinden belli eder”** demişlerdir.

İletişim bir başkasının dünyasına girip, onu anladığını hissetmek ve onunla güçlü bir bağ kurabilmek yeteneğidir. Hangi kültürden olduğumuzun önemi olmaksızın, dışarıdan gelen etkilere göre karşımızdakini anlayıp, onunla başarılı bir iletişim inşa edebiliriz. Önemli olan meseleyi anlamaktır. Siz meseleyi anlamadıkça, onu başkalarına anlatamazsınız. Konuşmada kendimizden ve geçmişimizden söz etmek yerine, karşımızdakinin iyi taraflarından ve ondan edindiğimiz bilgilerden söz etmek daha uygun olur. Bu konuda atalarımız, **“Sen kendini anlatmayı bırak, onu davranışların anlatsın”** demişlerdir.

Konuşmanın dinleyiciler üzerinde yapacağı etki önceden hesaplanmalı, konuyla ilgisi olmayan sözcüklerden sakınılmalı, az ve öz konuşulmalıdır. Bazen bir tek söz, insanı uyandırır. Kimi sözler vardır ki, tek başına bir kitap gibidir. Yerinde yapılan kısa bir konuşma, yersiz yapılan uzun bir konuşmadan bin defa daha etkilidir. Bu konuda atalarımız, **“Kıymet ve tesir, çok sözde değil, yerinde ve özlü sözdür.”** demişlerdir. Sözün en iyisi, kısa ve anlamı derin olanıdır. Yunus Emre bir dizesinde; **çok söz hamal yüküdür** diye söylemektedir. Yerinde yapılan kısa bir konuşma, yersiz yapılan uzun bir konuşmadan bin defa daha etkilidir.

Eğer bizi anlamışlarsa, bu iyi konuştuğumuzun bir delilidir. Sözün en güzeli, söyleyenin doğru olarak söylediği, dinleyenin de, yararlandığı sözdür.

8.4. ETKİLİ BİR KONUŞMACININ TEMEL ÖZELLİKLERİ NELERDİR?

Sözlü iletişim sürecinde aktif rol oynayan etkili bir konuşmacının özellikleri şunlardır (www.kobifinans.com.tr):

- **Etkili Bir Konuşmacı, Konusuna Hâkimdir:** Konusuna hâkim; sorulara ve itirazlara yanıt verebilecek yetkinlikte olan kişidir. İster kalabalık bir gruba konferans veriyor, isterse arkadaş sohbetinde anısını anlatıyor olsun, ne söyleyeceğini bilir; kendine,

bilgisine ve birikimine olan güvenini karşıya aktarır. Kendisine yöneltilebilecek soruları yanıtlayabilecek, ya da en azından doğru yönlendirebilecek kapasitededir. Bilgi dağarcığının zenginliği, düşünsel yetkinliğini de arttıracak, neyi ne kadar söylemesinin daha uygun olacağına, dinleyicisini gözeterek, kolayca ve doğru olarak karar verebilecektir. Konusunun bütününe olan hâkimiyeti, gerekliyi gereksizden ayırt edebilmesini, seçenek sunabilmesini ve anında değişim yapabilme esnekliğine sahip olmasını getirecektir.

- **Etkili Bir Konuşmacı, Titiz Bir Planlamacıdır:** Anlattıklarının dinleyiciyi yormadan kolayca kavranmasını isteyen konuşmacı, aktaracaklarının ilgi ve önemine göre bir sıralama yapar. Ancak bu sıralamayı yaparken, kişinin dikkati, konu-dinleyici ilişkisinin doğru olarak saptanması üzerinde yoğunlaşır. Diğer bir deyişle konuşmacı, aynı konuyu farklı gruplara, farklı bir sıralamayla anlatır. Çünkü planlamayı belirleyen, dinleyenlerin nitelikleridir. Bu nedenle, bazen ana düşüncelerin, bazen de destekleyicilerin sıralamadaki yerleri değişebilir.
- **Etkili Bir Konuşmacı, İyi Bir Gözlemcidir:** Çevresinden algıladıklarını, duyguları ve birikimiyle harmanlayıp, eyleme dönüştürebilir. Kendini çevreleyen dünyaya, çevresindeki insanlara, olaylara ve durumlara karşı uyanıktır. Bunlarla ilgili gözlem ve bilgileri, konuşmalarını zenginleştirmek, somutlaştırmak ve etkileyciliğini arttırmak için kullanır. Gözlem yeteneğini geliştirmek, konuşma eylemi sürerken dinleyicinin tepkilerini izlemesini ve bu tepkiler doğrultusunda gerekli değişimleri yapabilmesine olanak sağlar.
- **Etkili Bir Konuşmacı, Dinleyicisini Tanımaya Çalışır:** Karşılıklı konuşacağı ya da karşılarında konuşacağı kişilerin niteliklerini, alışkanlıklarını, tercihlerini ve eğilimlerini önceden bilmek, konuşmacının hazırlık aşamasında çok işine yarar. Bu bilgiler sayesinde konuşmasının öz-biçim dengesini kurarak, dinleyiciyle duygusal ve düşünsel birlikteliği sağlamaya çalışır. Çünkü konuşulan kişilerin kültürel yapıları, eğitim durumları, sosyal konumları, siyasi eğilimleri, etik değerleri, milliyetleri, yaşları, hatta cinsiyetleri, hazırlık aşamasında olduğu kadar, konuşma sırasında da belirleyici olur; konuşmacı bu değerleri gözeterek eylemini sürdürür. Örneğin, aralarında bir kadın bulunan altı-yedi kişilik bir gruba, kadınları küçük düşüren bir fıkra anlatmak, o kadın dinleyiciyi rahatsız edebilir. Hele de bu konulara fazlasıyla duyarlı bir kişiye, aşırı bir tepki verebilir. Dolayısıyla, güldürerek duruma egemen olmayı amaçlayan konuşmacı, tam tersine olumsuz, gergin bir ortamın oluşmasına yol açabilir.

- **Etkili Bir Konuşmacı, Sesini İyi Kullanır:** Ses kasının kapasitesini bilir ve konusunun gereklerine göre tonunu değiştirebildiği gibi, ses yüksekliğini de bulunulan yerin büyüklüğüne, grubun kalabalık olmasına ve niteliğine göre ayarlar. Sesinin tınısındaki özellikleri, akışın tekdüzeliğini kırmak için bilinçli bir biçimde kullanılabilir. Yeri geldikçe sesini inceltmesi, kalınlaştırması ya da ses tonunu yükseltip, düşürmesi dinleyenler üzerinde olumlu etkiler yapar.
- **Etkili Bir Konuşmacı, Heyecanını Denetler:** Konuşma sırasında soluk alıp verme dengesini iyi ayarlayarak, heyecanını denetim altında tutabilir. Denetimsiz heyecanın yol açtığı kesiklikleri, titremeleri, ses yetersizliklerini, düşünce boşluklarını, sözcük kayıplarını ve davranış bozukluklarını engelleyebilir. Hatta heyecanını, konuşmasının iç dinamiği biçimine dönüştürerek, etkileyici bir canlılık kazanır.
- **Etkili Bir Konuşmacı, Kullandığı Dili İyi Bilir:** Düşüncesini en iyi ifade edecek sözcükleri seçer, cümlelerin kuruluşuna özen gösterir, bunları fonetik(sesbilgisi) kurallarının gerektirdiği biçimde seslendirir. Dilin yapısal özelliklerini ve seslendiriliş biçimlerini etkileyici bir doğallıkla kullanır. Dile hâkimiyetinin sağladığı inandırıcılık, güven ile düşüncesini ifade etmekte zorlanmaz, konuşması sözcük aramakla bölünmez.
- **Etkili Bir Konuşmacı, Beden Dilini İyi Kullanır:** İçinde bulunduğu ortama göre sözlerini destekleyecek mimikleri, el-kol hareketlerini, beden açılarını, duruş ve oturuş biçimlerini karşısındakileri gözeterik ayardar. Gerekli durumlarda bilinçli seçimler yapar. Göz temasını, dikkati besleyecek bir unsur olarak çekinmeden, ustaca kullanır. Vurgulamalarına jestlerle canlılık ve boyut katar, dinlemeyi ve anlamayı kolaylaştırır. İçeriğindeki önemli bölümleri beden diliyle destekleyerek, aklıda kalıcılığını arttırmaya çalışır. Yaptığı tüm mimik, jest ve davranışlar, kişiliğiyle uyumlu ve doğal olduğundan dinleyiciyi irkiltmez, özden koparmaz.
- **Etkili Bir Konuşmacı, Özeleştirir Yapmaktan Çekinmez:** Konuşmaları sırasında aldığı tepkileri değerlendirerek olumlu/olumsuz alışkanlıklarının farkına varmaya çalışır. Konuşma tekniğini geliştirmesine olanak sağlayacak fırsatları kaçırmamaya özen gösterir. Olumsuz alışkanlıklarını gidermek için sabırla mücadele eder. Uyanıklığının sürekli olmaması durumunda becerilerinin zamanla körelebileceğini, ya da olumsuz alışkanlıklara dönüşebileceğini çok iyi bilir. Dışarıdan gelecek uyarılara açıktır. Hem kendi yaptığı, hem de karşısındaki kişilerden aldığı saptamalar ve uyarılarla kendini bu konuda eğitmeyi sürdürür.

- **Etkili Bir Konuşmacı Ahlaksal Sorumlulukları Bulunduğunu Hatırdan Çıkarmaz**
- **Etkili Bir Konuşmacı Dış Görünüşüne Önem Verir, Kıyafetleri Temiz ve Özenlidir**

8.5. ETKİLİ KONUŞMA TEKNİKLERİ

Etkili konuşma teknikleri şunlardır (www.edremitmeme.dtdns.net)

- Konuyla ilgili önceden hazırlık yapılmalı ve bilgi toplanmalıdır.
- Konuşmaya başlamadan önce derin nefes alınmalıdır.
- Dik durulmalı, dik oturulmalıdır.
- Konuşma süresi önceden belirtilmelidir.
- Konuşmayı güçlendiren görsel malzeme kullanılmalıdır.
- Konuyla ilgili merak uyandırılmalıdır.
- Kollar kavuşturulmamalıdır.
- Gülümsenmelidir.
- Aşırı el-kol hareketi yapılmamalıdır.
- Doğal ve içten konuşulmalıdır.
- Açık ve anlaşılır konuşulmalı ve kısa cümleler kullanılmalıdır.
- Konuşmaya ilginç bir olay, bir espri, bir şiir veya anlamlı bir vecize ile başlanabilir.
- Konuşurken kolaydan zora, bilinenden bilinmeyene bir yol izlenmelidir.
- Konuşurken sorular sorulmalı alınacak cevaplarla anlatılanların ne kadarının anlaşıldığı ölçülmeye çalışılmalıdır.
- Konuşma hızı süreyle ayarlanmalıdır.
- Arada duruşlar yapılmalıdır.
- Ses tonu çok yüksek ve çok kısık olmadan, yumuşak konuşulmalıdır.
- Yaşayan sözcükler kullanılmalıdır.
- Ses tonu ve tempo değiştirilmeli ve konuya uygun dalgalanmalar içermelidir (İnişli-çıkışlı).
- Konunun önemli olan bölümleri vurgulanmalıdır.
- İkili konuşmada isim kullanılmalıdır.
- İstekli konuşulmalı, ikna edici olunmalıdır.
- Konuşurken fiziki mesafe ayarlanmalıdır.
- Göz teması kurulmalı ve bakışlardan tepkiler ölçülmelidir.
- e.....a.....1..... gibi sesler çıkartılmamalıdır.

- Ulaşılmaz erişilmez bir izlenim bırakılmamalıdır.
 - ✓ Soru sorulabilinmeli
 - ✓ İtiraz edilebilinmelidir.
- Konuşma bitimine doğru özet yapılmalı ve konuşma çarpıcı bir cümleyle bitirilmelidir.

8.6. KONUŞMA KURALLARI

Konuşma önemli bir iletişim aracıysa kuralları iyi bilinmelidir (Kırmemiş, t.y.):

- Konuşma açık, anlaşılır ve canlı olmalı,
- Konuşma akıcı ve doğal olmalı,
- Konuşmanın bir üslubu bulunmalı,
- Sözcükler doğru telaffuz edilmeli,
- Konuşmanın mantıklı bir sıralaması olmalı,
- Konuşma hızı iyi ayarlanmalı,
- Kelime ve cümle vurguları, iletmek istenen anlamı tamamlamalı,
- Argo sözcükler kullanılmamalı,
- Jest ve mimikler doğru kullanılmalı
- Konuşmada dinleme göz ardı edilmemeli.

Sokrates, "*Konuş, kim olduğunu söyleyeyim*" der. Kişiliği ele veren konuşmanın kurallarının bilinmesi konuşurken daha dikkatli olunmasına, dinleyicinin dikkatini toplamaya, konuşmanın etkili olmasına yardımcı olur. O halde konuşma kurallarını açıklamaya devam edersek;

- Konuşmanın bir planı olmalıdır,
- Konuşmanın bir konusu olmalıdır,
- Konuşma konusu seslenilecek kişi veya kişilere uygun olmalıdır,
- Konuşmanın amacı olmalıdır,
- Konuşmada bütünlük olmalıdır. Konuşurken konu gereksiz ayrıntılarla dağıtılmamalıdır,
- Konuşma inandırıcı olmalıdır,
- Konuşma ilginç olmalıdır,
- Konuşma çelişkili düşünceler içermemelidir,
- Konuşma, gerekliyse, örneklerle zenginleştirilip anlaşılır kılınmalıdır,
- Konuşmada bilgi yanlışlığı yapılmamalıdır,
- Konuşmada duygu ve düşünceler sürükleyici bir biçimde aktarılmalıdır.

Sinirlenmiş Kişilerle Konuşma İlkeleri

Sinirlenmiş kişilerle konuşma ilkeleri (Kırmemiş, t.y.):

- Sinirlenmiş kişi iyi dinlenmelidir. Problemi anlamaya çalışılmalıdır.
- Asla sinirlenilmemelidir.
- Sinirlenmiş kişiye karşı anlayışlı davranmaya çalışılmalıdır.
- Olumsuz bir tavır içerisinde olunmamalı ve surat asılmamalıdır.
- Sinirlenmiş kişi ile tartışmaya girilmemelidir.
- Haklı olsun olmasın sinirlenmiş kişiden gerekirse özür dilenmelidir.
- Sabırlı olunmalıdır.
- Sorun çözüldükten sonra sinirlenmiş kişiye küçük bir jest yapılmalıdır.
- Sakin kalmaya çalışın ve kendinize....deyin.
- Karşınızdakini ilgiyle ve ciddi bir şekilde dinleyin. Araya girmeyin.
- Duygularına saygı gösterin ve onları isimlendirin “sesiniz çok öfkeli geliyor”.
- Onu kendisini dinlediğinize inandırın.
- Onu öfkeliendiren özel noktaları belirleyin.
- Dikkatinizi, karşınızdakinin sözünü ettiği sorun ve sorunun çözümü üzerinde yoğunlaştırın
- Asla “sinirlenmeyin”, “sinirlenmeye gerek yok” demeyin.
- Münakaşa etmeyin, tartışmaya girmeyin.
- Eğer o şaka yapmıyorsa, şaka yapmaya kalkışmayın. Konuyu espri ile hafifletmeyin

Telefonla Konuşma Kuralları

Konuşmalar sadece yüz yüze yapılmaz, telefon aracılığıyla da yapılır. Karşılıklı konuşan insanlar, konuşma yetilerini telefonda da yüz yüze konuştukları gibi kullanırlar. Konuşmaya ait sözcükler, makine tarafından elektriksel sinyallere dönüşerek iletilir. Alıcının elindeki makineden de, bu sinyaller tekrar insanların anlayacağı sözcüklere dönüşerek işitilir. Bu iletilen mesajda, beden diline ait sadece ses tonunun etkisi olur. Fakat beden dilinin diğer

boyutlarını içermez. Mesajın alıcıya doğru ulaşmasını sağlamada dikkat edilmesi gereken birçok boyut vardır (Telman, 2005:161-164):

- Telefon etmeden önce ne için telefon ettiğinizden emin olun ve konuşmanın akışı sürecinde söylemek istediklerinizi unutmamak için bir yere not alın.
- Sesinize yoğunlaşın: Tok ses daha güçlü bir izlenim yaratır. Karşınızdakinin ses tonuna bakıp, kendinizinkini ona göre ayarlayın. Telefonda-sesin gerektiğinde yüksek ve gerektiğinde alçak olarak kullanılması kulağa daha hoş ve etkili gelmesi açısından önemlidir. Monoton bir ses tonuyla konuşulmamalıdır. Hisleri, fikirleri yaşanılanı aksettirecek biçimde konuşulmalıdır.
- Söyleneni anladığınızdan ve söylediğinizin anlaşıldığından emin olun. Belirsiz olmaktan kaçının.
- Dinlediğinizi gösterin: Karşınızdakinin söylediklerini yeri geldikçe tekrarlayın ve yeterince açık olmayan bir şey varsa açıklama isteyin. Kendi sözcüklerinizi kullanın. Karşıdaki kişi konuşurken “evet”, “anlıyorum”, “doğru” gibi dinlediğinizi gösteren sözcükler kullanmalı veya onaylayıcı sesler çıkarmalıdır.
- Siz telefon etmek istediğinizde, zamanlamayı iyi planlayın: Telefon edildiğinde karşıdaki insanı hangi koşulda yakaladığınızı bilmiyorsunuz. Telefonda kurulacak iletişimin iyi olması için uygun bir zamanı seçmek gerekir.
- Konuşulan konulara tekrar tekrar geri dönmeyin.
- Sizi arayanları ve aramaya söz verdiklerinizi arayın.
- Telefonla arayıp bulamadığınızda mutlaka isminizi ve telefon numaranızı bırakın. Bu gelecek sefere ismin çağrışım yapmasında rol oynar.
- Telefonda “şey”, “eee” gibi sözcükleri mümkün olduğunca az kullanın.
- Telefonda tebessüm ederek konuşma alışkanlığını kazanın. Tebessüm sesinize aksedecektir. Yapılan konuşmanın dostça olduğu imajını verecektir.
- Telefon konuşması “günaydın”, “iyi akşamlar” gibi selamlama cümlesiyle başlar. Arkasından telefon eden kişi kendini takdim etmelidir.
- Telefon konuşması yine “hoşça kalın”, “iyi akşamlar” gibi - selamlama cümlesiyle bitirilir.
- Telefonda, kelimeler ağız içinde kaybolur gibi konuşulmamalıdır. Türkçede birçok sözcük birbirine yakın anlam taşıdığından tam duyulmazsa yanlış anlamalara yol açabilir ve iletişimi zedeleyebilir.

- Normal konuşma hızı dakikada 150-200 kelime arasındadır. Bundan daha hızlı olan konuşmalar telefondaki iletişim kanalının karışmasına neden olabilir.
- Telefonda iyi duyulmadığı için anlaşılmayan sözcükler şehir isimleriyle kodlanmalıdır. Alıcı tarafından bilinen bu şehir isimlerinin baş harfleri kullanılarak duyulmayan veya anlaşılmayan sözcük doğru algılanabilir. Örneğin, “Devran” ismini telefonun öbür ucundakinin anlaması oldukça güçtür. Hemen, Diyarbakır, Edirne, Van, Rize, Ankara, Nazilli diye kodlayabilirsiniz.

Telefonla kurulan iletişimde *yapılması ve yapılmaması gerekenler* aşağıdaki gibi özetlenebilir (s:164):

- İlgili görünün.
- Karşı tarafın ne söylediğini anlamak için çaba gösterin.
- Diğer kişinin bakış açısını anlamaya çalışın.
- Karşı tarafın farklı görüşlerini telefonda reddetmeyin. Saygı gösterin.
- Karşınızdakine size fikrinizi sorma fırsatı verin.
- Karşınızdaki kişiyle iletişimde bir sorun görünüyorsa bunu anlamaya çalışın.
- Telefonda bir sorun olduğunu fark ettiğiniz zaman bunu karşınızdakinin de anlamasına izin verin.
- Karşınızdaki kişiyi kendi sorunlarını çözmeye teşvik edin.
- Karşınızdaki devamlı konuşuyorsa “Bir dakika”, “Beni dinler misin?” gibi cümlelerle engellemeye çalışmayın. Dinleyin.
- Telefondaki kişi şikâyet ediyor veya hakaret eder mahiyette konuşuyorsa onun sözünü kesmeye çalışmayın, çünkü daha çok hırslanıp öfkesi artabilir. “Haklısınız” da demeyin. Sadece dinleyin. Bırakın içini ve enerjisini boşaltsın. Bir ara nefes almak üzere susar susmaz araya girip söylemek istediğinizi söyleyin. Bunun için konuşanın ilgisini çekmek üzere ismiyle hitap edin.
- Aynı fikirde olmasanız da ilgisiz görünüp tartışma yaratmayın.
- Gerekli bir sebep olmadıkça karşınızdakinin sözünü kesmeyin.
- Karşınızdakini duyduklarınıza dayanarak çabucak yargılamayın.
- Telefona cevap verirken kendinizi tanıttın.
- Telefon ahizesi ağızdan 2-3 cm uzakta tutulmalıdır. (yakın-boğuk, uzak-sessiz)
- Telefonla konuşurken başka şeylerle ilgilenmeyin. (Sigara içmek, bir şeyler yemek içmek)

- Tüm dikkatinizi konuşmaya verin başka bir şey düşünmeyin.
- Harfler ve kelimeler yutulmamalı, her kelime anlaşılır bir şekilde telaffuz edilmelidir.
- Konuşmaya önyargılı bir şekilde başlamayın.
- Karşınızdaki hazır olmadıkça ona telefonda öğüt vermeyin. Duyduklarınıza dayanarak varsayımlarınızla geribildirim vermeye çalışmayın.
- Karşınızdakinin öfkeli olduğunu anladığınızda ona öfkeli olarak yanıt vermeyin. Bu iletişimin bozulmasına zemin hazırlar.
- Sorunların nedenlerini anlamadan telefondaki iletişimi kesmeyin.
- Başkalarının sorunlarını kendi görüşünüze göre çözmeye çalışmayın.
- Konuşmuş olmak için konuşmayın.
- Telefonu arayan kişinin kapatmasını bekleyiniz. Arayan kişi üst makamdan ise onun kapatmasını bekleyiniz
- Telefonda doğru olduğundan emin olunmayan, önemli ve gizli bilgiler verilmemelidir.
- Genel nezaket kurallarına uyun ve sık sık nazik sözcükler kullanın. Örnek; “iyi günler”, “Günaydın”, “İyi akşamlar”, “iyi geceler”, “size nasıl yardımcı olabilirim”, “özür dilerim”, “rica ederim”, “Lütfen”, “aradığınız için teşekkür ederim” gibi.
- Arayan kişi kendisini tanıtmıyorsa, telefona cevap veren kişi, “kiminle görüşüyorum”, “kim aramıştı acaba” , “kimin aradığını öğrenebilir miyim”, “Kimin aradığını söylememi istersiniz?” gibi sorularla karşıdakini tanımaya çalışmalıdır.
- Tanımadığınız kişilere sen diye hitap edilmemeli; daima “siz” veya “hanımefendi”, “beyefendi” şeklinde hitap edilmelidir.

Gelen Telefonları Cevaplama:

- Telefonunuzun açılmasına her an hazırlıklı olun.
- Telefona cevap vermeden önce kalem ve not kâğıdı (mesaj formu) bulundurun
- Karşı tarafı selamlayın
- Kendinizi ve kurumunuzu tanıtınız
- Arayanın arama nedenini öğrenin
- Önemli noktaları not edin
- Telefonu kapatmadan önce başka bir dileği olup olmadığını sorun
- “iyi günler”, “iyi akşamlar efendim” vb nazik sözcüklerle görüşmeyi bitirin
- Görüşme sonrasında yapılması gerekenleri yerine getirin

İyi Bir Konuşma Sesinin Özellikleri

İşitilebilirlik: Ses, konuşulan yerin büyüklüğüne, küçüklüğüne; dinleyicilerin azlığına, çokluğuna göre ayarlanarak dinleyici-dinleyicileri duyurulmalıdır.

Akıcılık: Fikirlerin, dinleyicilerin algılama hızına denk düşecek bir akıcılıkla sunulması gerekir. Konuşma hızı, konunun içeriğine, dinleyicilerin durumuna ve mesajların anlamına göre değişmesi gerekir.

Anamlılık: Sesleri mesaj içerisindeki sözlerin anlamı tamamlayacak şekilde kullanmak gerekir.

Bükümlülük: Konuşmada ses tek düze kullanılmamalıdır. İletilmek istenen anlamı tamamlar nitelikte hız değişiklikleri ve tonlama farklılıkları yapılarak konuşma monotonluktan çıkartılmalı ve canlı kılınmalıdır.

Ses Kodları ve Susma

Ses de kendi başına anlam taşımaktadır. Sesle taşınan anlamlar özellikle, duygusal durumu, algılanan kişilik özelliklerini, iletişimcinin yarattığı izlenimi önemli ölçüde etkilemektedir. Ses kodlarının özellikle izlenim yaratmak konusunda sıkça kullanıldığı bilinmektedir. Bir kamera ile birlikte mikrofon uzatılan kişilerin ses kodları birden değişir. Daha tok bir sesle, konuşma hızını biraz daha düşürüp, daha az duraksama yaparak, ciddi düşünceli oldukları izlenimini yaratmaya çalışırlar. Benzer bir duruma telefonla konuşan birçok insanda da rastlanmaktadır.

Ses kodları birçok işlevi yerine getiriyorsa da en temelde üç iletişimsel işlevinden bahsedilebilir:

Duyguları Aktarma İşlevi: Ses kodları duygusal iletişimin önemli bir ortamı olarak kabul edilir. Bazı araştırmacılara göre aktarılan duygusal bilgilerin % 38'i ses kodlarına, % 55'i yüz ifadesine % 7'si kelimelere atfedilir. Ancak, ses kodlarının insan iletişiminde ve sözsüz iletişimde önemli bir yer tutması onun herkes tarafından iyi kullanıldığı anlamına gelmez.

İzlenim Yönetimi İşlevi: İzlenim yönetimi üzerinde ses kodlarının, fiziksel görünümünden bile daha fazla etkisi vardır. Ses kodları, iletişimin çekicilik düzeyi konusunda da belirleyicilerden biri olarak karşımıza çıkar. Ayrıca ses kodları kişilik özellikleri hakkında da önemli bilgiler

taşıır. Ses kodları iletişimde iki türlü işlev görür: İlk olarak ses kodları sesin perdesi, tonu vb. özellikleri ile iletişimde bulunan kişilerin kişilik özelliklerini yansıtır. İkinci olarak ise üç temel imaj boyutunda işlev görür: İnanılrlık, bireyler arası çekicilik ve baskınlık.

Düzenleme işlevi: İletişim ortamını düzenlemekte ses kodları sesin perdesinin, ritminin ve ses tonunun değişmesi ile işlev görür.

Sesin Özellikleri

Bir kişinin sesine kendine has olma özelliklerini kazandıran bazı temel nitelik ve özellikler şunlardır:

Sesin Yüksekliği: İnsan sesinin gücüdür. Sesin yüksekliği desibel ile ifade edilir. Desibel ise birim saniyede alıcıya ulaşan akustik enerjinin ölçüsüdür. Fısıltı yaklaşık 10 desibel iken çekiç sesi 114 desibeldir.

Sesin Perdesi: Ses perdesi, sesin ürettiği müzik notası olarak kabul edilir. Her konuşmacının bir ses perdesi vardır. Bazen bu ses perdesi iletişim sırasında değişir. Çünkü duygular normal ses perdesini etkiler. Örneğin, üzgünken alt perdelerde konuşulur, heyecanlıyken ya da kızgınen üst perdelerden konuşulur.

Sesin Ritim Hızı: Bu özellik, anlamın aktarılmasını kolaylaştırır ya da zorlaştırır. Burada konuşma hızı verili bir zaman biriminde (genellikle dakikada) duyulan ses sayımına karşılık gelir. İnsanlar bu konuda eğitilerek daha yüksek hızdaki anlamları da aktarabilecek ve kavrayacak yetkinliğe erişebilir. Ortalama bir bireyin düşünme hızı, konuşma hızından daha yüksek olsa da, yüksek konuşma hızı konuşmada olması gereken bir özellik değildir. Bunun yanında çok düşük konuşma hızı da dinleyenlerin dikkatini dağıtabilir. Konuşma hızı yalnızca konuşmacının konuşmasının akıcılığını belirlemekle ve iletişim etkililiğini arttırmakla kalmaz, konuşmacının konuşma hızının artması ile konuşmacının daha yoğun bir konuşma yaptığı izlenimini uyandırır.

Süre: Konuşma hızı ve süresi birbiri ile yakından ilgilidir. Bozulmamış iletiler iletmek için süre kullanımı da önemlidir. Süreyi kullanmak anlamın tam olarak aktarılabilmesinde önem taşıır.

Nitelik: Sesin perdesi ve yüksekliği sesin nitelik ve kalitesinin önemli belirleyenleridir. Ses kalitesi özellikleri daha genel bir anlamda bir kişinin sesini diğerlerinden ayırt etmeyi sağlayan etmendir. Bir kişinin baskın kişisel ses kalitesi onun yaratacağı izlenimi de önemli

ölçüde etkilemektedir. Örneğin, düz bir ses daha erkeksi, nefes sesleri içeren sesler kolay ve seksi kadın stereotipinin değişmez temsilcileri olarak kabul edilir.

Düzenlilik: Düzenlilik, üretilen sesin ritmik ve öngörülebilirlik niteliklerine yönelik olarak ele alınır. Örneğin bir TV sunucusunun konuşması daha ritmik ve öngörülebilir özellik taşıyarken, bir komedyenin konuşması böyle olmaz. Monotonluktan uzaklaşmak için genellikle düzenlilik göz ardı edilir.

Boğumlama (Telaffuz): Kelimeleri söylerken, dil, çene, dudaklar gibi sesi biçimlendiren öğeleri doğru ve etkili kullanmayı ve vurguyu doğru yerde ve doğru biçimde yapabilmeyi ifade eder.

Sessizlik ve Susma: Sessizlik ve susma aslında ses kodları içerisinde ele alınmayabilir. Ancak en az önceden sayılan özellikler kadar önemlidir. Sessizlik ve susma rastlantısal değildir ve anlam taşır. Susmanın belli işlevleri ve tipleri vardır. Susmanın işlevlerine göre susma tiplerini şöyle sıralanabilir Dökmen'den akt. Ertürk, 2010:121-122):

- *Psikolinguistik Susma:* Bu susmanın işlevi iletişimin iki tarafına da düşünme süresi tanımadır. Konuşma içinde dilsel zorunluluklar yüzünden duraklamaktır.
- *Kısa süreli susma:* Dilin gramatik özellikleri yüzünden ortaya çıkar. Örneğin noktalama işaretleri veya cümle sonları bu bağlamda değerlendirilebilir.
- *Uzun süreli susma:* Zihinsel süreçlerle ilgili olarak, anlatılan yaşantının derinliği ve karmaşıklığı ölçüsünde susma süresi uzar.
- *Etkileşimsel Susma:* Bu susma kaynak ile alıcı arasındaki etkileşimden temelini alır ve üç grupta incelenir:
- *Karar verme ile ilgili susma:* Konuşmaya kimin başlayacağına karar verememek gibi durumlarda ortaya çıkar. Konuşmaya kimin başlayacağı rastlantısal bir karar değildir. Statü farkı, tarafların birbirini tanımaması, ne söyleyeceğine karar verememek gibi durumlar da burada ele alınabilir. Neyin, nasıl söylenmesi gerektiğinin belirlenmesi de karar verme sürecinde etkilidir.
- *Akıl yürütme ile ilgili susma:* Alıcının kaynağın söylediklerini kavrayıp anlamaya, yorumlamaya, amacını kavramaya yönelik olarak gerçekleşen susma türüdür.
- *Denetim kurma amacıyla susma:* Dikkati çekmek, ya da otoriteyi sağlamak için gerçekleştirilir. Ayrıca gönderilen iletinin önemini vurgulanması için de yapılabilir.

- *Sosyo-kültürel Susma:* Kadınların, gençlerin, çocukların ve düşük statüdekilerin daha az konuşması gerektiği ile ilgili durumlar, sosyokültürel koşullar altında ortaya çıkar. Bu, büyük oranda sosyokültürel yapıyla ilgilidir. Kadınların küçüklerin susması gibi.

Uygulamalar

Ses de kendi başına anlam taşımaktadır. Sesle taşınan anlamlar özellikle, duygusal durumu, algılanan kişilik özelliklerini, iletişimcinin yarattığı izlenimi önemli ölçüde etkilemektedir. Ses kodlarının özellikle izlenim yaratmak konusunda sıkça kullanıldığı bilinmektedir. Sizde bu metinden yola çıkarak sesin özelliklerini araştırınız.

Uygulama Soruları

1. Telefonla konuşma kuralları nelerdir? Açıklayınız.

Bu Bölümde Ne Öğrendik Özeti

Goffman'ın bakış açısı Shakespeare'ın «*bütün dünya bir sahnedir*» yorumunu hatırlatmaktadır. Her birimiz belli bir parçasını oynarız ve böyle yapılması için de kendi sosyal çevremizi tanımlamak için destek veririz .Eğer iletişimde sözel ve sözel olmayan ipuçları farklı mesajlar veriyorsa ya da anlatılmak istenen net değilse, iletişimde tikanıklıklar, yanlış anlaşılmalarda belirsizlikler olabilir. İnsanlar bir konuşmanın ne söylemesi ya da ne söylememesi gerektiği konusundaki kuralları eşgüdümlemeyen evvel karşılıklı konuşmanın etkileşim ifadelerinin yapısını bilmesi gerekir. Konuşmada kendimizden ve geçmişimizden söz etmek yerine, karşımızdakinin iyi taraflarından ve ondan edindiğimiz bilgilerden söz etmek daha uygun olur. Bu konuda atalarımız, “**Sen kendini anlatmayı bırak, onu davranışların anlatsın**” demişlerdir. İçinde bulunduğu ortama göre sözlerini destekleyecek mimikleri, el-kol hareketlerini, beden açılarını, duruş ve oturuş biçimlerini karşısındakileri gözeterek ayarlar. Etkin bir iletişim için dil ve dil ötesi faktörler kadar, iletişim yöntemlerinin de başarıyla kullanılması gerekir. Buna göre, sözlü iletişim kurmak, bir informel (biçimsel olmayan) iletişim biçimidir.

Bölüm Soruları

1) Aşağıdakilerden hangisi etkili Bir Konuşmacının Temel özelliklerinden biri değildir?

- a. Etkili Bir Konuşmacı, her konuda konuşur
- b. Etkili Bir Konuşmacı, Titiz Bir Planlamacıdır
- c. Etkili Bir Konuşmacı, İyi Bir Gözlemcidir
- d. Etkili Bir Konuşmacı, Dinleyicisini Tanımaya Çalışır
- e. Etkili Bir Konuşmacı, Sesini İyi Kullanır

2) Aşağıdakilerden hangisi karşılıklı konuşma modelinin safhalarından bir tanesi değildir?

- a. Başlangıç safhası
- b. Kural Tanımlama Safhası
- c. Kuralı Doğrulama Safhası
- d. Stratejik Gelişme Safhası
- e. Psikolojik gelişme safhası

3) Görüşmenin gerektiği zaman süresi konusunda bir müzakere ve uzlaşmaya varma dönemidir.

Yukarıda tanımlı yapılan kavram aşağıdakilerden hangisidir?

- a. Başlangıç safhası
- b. Kural Tanımlama Safhası
- c. Kuralı Doğrulama Safhası
- d. Stratejik Gelişme Safhası
- e. Sonlama safhası

4) Karşılıklı konuşma konusunda, tüm bakış açılarının ortak yanı, insanların konuşmaya bir ya da daha çok amaçla girdiği varsayımdır. Bazen insanlar sinema kuyruğunda beklerken ya da yürüyen merdivene binerken, yalnızca zaman geçirmeyi arzu edebilirler. Bu iki yaklaşım çok yönlüdür (geçişseldir). Birey olarak iletişimci değil ama iki, üç ya da grup ve katılanların karşılıklı eylem kalıplarıdır.

Yukarıda tanımlı yapılan kavram aşağıdakilerden hangisidir?

- a. Toplumsal değişim yaklaşımı
- b. Kural Tanımlama Safhası
- c. Kuralı Doğrulama Safhası
- d. Stratejik Gelişme Safhası
- e. Sonlama safhası

5) Aşağıdakilerden hangisi etkili bir konuşmacının temel özellikleri arasında değildir?

- a. Etkili bir konuşmacı konusuna hakimdir
- b. Etkili bir konuşmacı titiz bir plancıdır
- c. Etkili bir konuşmacı iyi bir gözlemcidir
- d. Etkili bir konuşmacı dinleyicisini tanımaya çalışır
- e. Etkili bir konuşmacı heyecanını denetlemez

6) “ konuşmayı kontrol yeteneği konuşmaya katılanlar tarafından istismar edilebilen var olan belli düzenlemelere bağlıdır.”

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) Capella
- b) Frenzt
- c) Heart
- d) Sherif
- e) Milgram

7) Görüşmenin gerektiği zaman süresi konusunda bir müzakere ve uzlaşmaya varma dönemi.

Yukarıda açıklanan unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Başlangıç safhası
- b) Kural Tanımlama Safhası
- c) Kuralı Doğrulama Safhası

- d) Stratejik Gelişme Safhası
- e) Sonlanma Safhası

8) İletişimciler arasındaki etkileşim tarzının düşünülmesi uzlaşma safhası.

Yukarıda açıklanan unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Başlangıç safhası
- b) Kural Tanımlama Safhası
- c) Kuralı Doğrulama Safhası
- d) Stratejik Gelişme Safhası
- e) Sonlanma Safhası

9) Kurallara bağlı paylaşmaya izin veren ve müzakere etmeden en azından iki insanın işbirliğini içeren karşılıklı konuşmanın yapılandırıldığı olayları amaçlanmasıdır.

Yukarıda açıklanan unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Başlangıç safhası
- b) Kural Tanımlama Safhası
- c) Kuralı Doğrulama Safhası
- d) Stratejik Gelişme Safhası
- e) İlişkisel yaklaşım

10) Aşağıdakilerden hangisi telefonda konuşma kuralları arasında sayılamaz?

- a) İlgili görünün.
- b) Karşı tarafın ne söylediğini anlamak için çaba gösterin.
- c) Diğer kişinin bakış açısını anlamaya çalışın.
- d) Karşı tarafın farklı görüşlerini telefonda reddetmeyin. Saygı gösterin.
- e) Konuşmanın mantıklı bir sıralaması olmalı

Cevaplar: 1)a,2)e,3)b,4)a,5)e,6)a,7)b,8)c,9)e,10)e

9. KİŞİLERARASI İLETİŞİMİN İPUÇLARI IV
(İletişimde Dinleme Becerisi)

Bu Bölümde Neler Öğreneceğiz?

9.1. İLETİŞİMİN ÜÇ AŞAMASI

9.2. DİNLEME BECERİSİ

9.3. İŞİTME-DİNLEME SÜRECİ

9.4. DİNLEME YANLIŞLARI

9.5. İYİ BİR DİNLEYİCİ OLMANIN YOLLARI

9.6. DİNLEME TÜRLERİ

9.7. ETKİN DİNLEME SÜRECİ

9.7.1.Etkin Bir Dinleme İçin Gerekli Aşamalar

9.7.2. Etkin Dinlemenin Yararları

Bölüm Hakkında İlgi Oluşturan Sorular

1) İletişimin üç aşaması nedir? Anlatınız.

2) Dinleme nedir?

3) Yorumlama nedir?

Bölümde Hedeflenen Kazanımlar ve Kazanım Yöntemleri

Konu	Kazanım	Kazanımın nasıl elde edileceği veya geliştirileceği
Dinleme becerisi	Kişileri doğru dinleyerek değerlendirme yeteneğinin kazanılması	Dinleme becerisi geliştirilerek toplumda daha özgün kişiler olma

Anahtar Kavramlar

Dinleme

Giriş

İletişimde mesaj sözel, sözel olmayan davranışlar ve söz ötesi davranışlar biçiminde kodlanabilir. Düşüncelerimizi sözlerle iletirken, duygularımızı daha çok söz ötesi ve sözel olmayan davranışlar yoluyla iletiriz. Göz teması, fiziksel yakınlık, duruşlar, yüz ifadeleri sözel olmayan iletişim davranışlarıdır. Ses tonu, vurgulama ve susmalar ise söz ötesi iletişim davranışlarıdır.

Kanal mesajın gönderildiği ve alındığı ortamdır. Her duyu organı bir kanalı dinlemektedir. Gözümüz görsel ortamı, kulağımız işitsel ortamı dinlemektedir. Yüz yüze iletişimde görsel ve işitsel kanallar birlikte kullanılırlar. Gerekli durumlarda koklama ve dokunmaya ilişkin duyularımızı da kullanarak kanalların sayısını artırırız.

İletişim insanlığın var oluşundan itibaren tüm canlılar için gözlenmektedir, ancak yalnız insanlar arasında simgeler aracılığıyla duygu, düşünce, bilgi biriktirilip, aktarılmasıyla mümkündür. İletişim olmadan düşünce akıldaki tasarımlardan başka bir boyuta ulaşamayacağı gibi, resmedilemeyen bir hayal olarak zihinde kalmaktadır. Oysa insanın dış dünyayı ve kişisel var oluşunu anlamasını sağlayan düşünsel süreçlerin toplamı paydasına iletişim koyduğumuzda anlamlı hale gelmektedir. İletişim her toplumun doğuşu ve gelişmesi için temel olan toplumsal ilişkileri somutlaştırır, dolayısıyla insana özgü toplumsal yaşamın ilk ve vazgeçilmez ögesidir. İnsan toplumsal ve bireysel varlığının bilincine başkalarıyla kurduğu iletişimle varır. İnsanın duygularını, isteklerini, düşüncelerini anlatmak ve aktarmak için kullandığı iletişim sistemleri düşüncenin maddi aracılardır. İletişim olmadan düşünce paylaşılamaz. İletişimin amacı karşılıklı anlaşmayı ve paylaşmayı sağlamak olmalıdır. İletişim becerilerinden birisi olarak kabul edilen dinleme davranışı, karşıdaki kişiye kabul edildiğini gösteren temel bir davranıştır. İletişim; konuşmacının ve dinleyicinin değerleri, davranışları, yaş ve statüsü, eğitim düzeyi, gelir sınıfı, tecrübeler, sahip olunan bilgiler ve kültürlerden etkilenerek şekillenmektedir.

9.1. İLETİŞİMİN ÜÇ AŞAMASI

Sosyal durumlarda kolaylaştırıcı veya yardım edici davranma yeteneğini iletişim olarak adlandırmıştık. İyi bir iletişim süreci için amaç; ayırt etme, saygı, pekiştirme ve sosyal bir etki yaratmaktır. İletişim; dinleme, analiz etme ve konuşma olmak üzere üç aşamada gerçekleşmektedir.

Dinleme: İletişim becerisi dinleme, anlaşılabilir bir şekilde konuşma, göz kontağı kurma, konuşmayı teşvik etme, sözel övgü, sözel olmayan davranışları uygun bir biçimde kullanmadır. Dinlediğini anlamak ve anladığını netleştirip geri bildirimde bulunmak iletişim sürecin devamlılığını göstermektedir.

Bu durum iyi bir dinleyici olabilmekten geçer. İyi bir dinleme beş aşamada gerçekleşir.

Birinci aşamada, doğrudan yüze bakma aşamasıdır. İkinci aşamada, iyi bir dinleyicinin beden duruşunun açık olması gerekir. Üçüncü aşamada, gözlerle iyi bir iletişim kurmaya çalışmak gerekiyor. Dördüncü aşamada, hafif eğik durumda olduğunda daha dikkatli dinliyormuşsunuz gibi bir durum ortaya çıkar. Beşinci aşamada, rahat olabilmek, kendi bedenine uygulayabilmek gerekmektedir.

Fiziksel olarak dinlemenin iki işlevi var. Bunlardan birincisi karşınızdaki kişiye yani dinlenen kişiye, varlığınızın orada olduğunu o ortam içinde etkin bir şekilde var olduğunu gösterir. İkinci aşamada da bize yararı vardır. Bizim etkin bir dinleyici olmamıza yardım eder. Eğer fiziksel dinleme tam olarak yapılırsa hem sözel hem de sözel olmayan davranışlar dinlenmiş olur (Ertürk, 2010:128).

Konuşma: Karşıdaki kişi ile iletişime geçerken sesinizi nasıl kullandığınıza dikkat edilmelidir. Sesin tonu, yüksekliği, titizliği, kelimelerin diziliş sırası, o arada çıkan sesler ve bütün bunlara eşlik eden sözel olmayan davranışlar önem taşımaktadır.

Yorumlama: Sözel olmayan davranışlara bakarken iki noktaya dikkat edilmelidir. Birincisi acaba karşıdaki kişinin sözel mesajları sözel olmayan mesajlarıyla tasdik ediliyor, vurgulanıyor veya bu davranışlar ne kadar destek oluyor. İkincisi, konuşmacının verdiği mesaj beden diliyle yalanlanabilir ve böylece asıl mesajın ne olduğu anlaşılabilir. Neyin nasıl söylendiği önem taşımaktadır.

9.2. DİNLEME BECERİSİ

Konuşma karşılıklı bir eylemdir. Başka bir deyişle konuşma eyleminden en az bir gönderen ile bir alıcının bulunması gerekir. Her ne kadar gönderen (konuşan) alıcıdan (dinleyiciden) daha etkin ise de bundan, konuşma eyleminde alıcının (dinleyenin) edilgen bir rol oynadığı sonucunu çıkarmak yanlıştır. İyi bir dinleyici, yaratıcı etkinlik içinde bulunur, aksi halde iletişim tam olmaz. Dinleyici, olağan bir konuşma eyleminde söylenenlerin anlamlarını gözleri ve kulaklarıyla alır. Dinleme, görsel ve işitsel simgelere tepki olarak tanımlanabilir. Gündelik konuşmalarımızda, dinleyen, konuşanın simgesel davranışını hem görür, hem işitir. Konuşmanın içerdiği mesajı gözleri ve kulaklarıyla alır. Bu durum konuşma eyleminde dinleyici rolünde bulunan kişinin, aslında, hem dinleyici, hem de gözlemci olduğunu ortaya koymaktadır. Sözlü iletişimde konuşanın rolünü önemsemek, öte yandan dinleyenin rolünü küçümsemek doğru değildir. İletişimin başarıya ulaşmasında en büyük payın konuşana ait olduğu sanısı bir yanılgıdır. Gerçekte, iletişim eyleminin istenilen sonuçlara ulaşmasındaki çaba ve sorumluluk konuşan ile dinleyen arasındaki ortaklaşa bir temele dayanır. Konuşanın amacına varabilmesi ancak bu ortaklık sağlandığı ölçüde gerçekleşebilir. İletişim, her zaman konuşan ile dinleyen arasında bilgi, beceri, tutum, davranış yönünden bir etkileşimi gerektirir. Eğer bu yönde, konuşanla dinleyenden birinde bir eksiklik, bir yetersizlik kendini gösterirse iletişim sağlanamaz. Bunun sonucu olarak konuşan da, dinleyen de ilişkisiz kalmak yüzünden ilgisiz hale gelir. Oysa iletişimin etkili ve başarılı olabilmesi için, konuşanın da dinleyenin de kendi benliklerinin üstüne çıkmaları, iletişim sürecinde paydaş olan bu kişilerin olanakları elverdiği ölçüde birbirlerini anlamaları zorunludur (Kaya, 2001.15).

9.3. İŞİTME-DİNLEME SÜRECİ

İşitme ile dinleme birbirleriyle ilişkili, ancak birbirlerinden ayrı eylemlerdir. İşitme fizyolojik, dinleme ise psikolojik bir süreçtir. Fizyolojik olarak, işitme; ses dalgalarının dış kulaktan kulak zarına iletildiği, orta kulakta mekanik titreşimlere; iç kulakta da beyine giden sinir akımlarına dönüştüğü bir süreçtir. Dinleme adı verilen psikolojik süreç, bireyin, seslerin ve konuşma örüntülerinin farkında olmasıyla ve onlara dikkatini vermesiyle başlar. Belli işitsel işaretleri tanıması ve hatırlamasıyla sürer ve anlamlandırmasıyla son bulur. İşitme-dinleme süreci aynı zamanda iletişim-öğrenme sürecidir. Görsel iletişim ve öğrenmede olduğu gibi, mesaj bir kaynak tarafından kodlanır ve bu kod bir alıcı tarafından açılır. Kodlanan mesajın niteliği, kaynağın mesajı açık ve mantıklı bir biçimde ifade etme yeteneğinden

etkilenir. Kodu açılan mesajın niteliği ise alıcının mesajı anlamlandırma yeteneğinden etkilenir. Mesaj, yetersiz işitme mekanizmaları gibi fiziksel sorunlardan etkilenebilir. İşitsel uyarıların çokluğundan da etkilenebilir. Bireyin, istemediği sesleri dışarıda bırakma, ihtiyaç duyduklarını süzüp alma gibi önemli bir yeteneği vardır. Mesaj, alıcının dinleme becerilerinden ya da alıcının bu becerilere sahip olmayışından da etkilenir. Alıcı, verilen bir dizi sese (mesaja) yönelmeli ve tüm dikkatini, ilgisini onun üzerinde toplamalıdır. Alıcının düşüncesi mesaj alınırken, alınmakta olan mesajın önünde gitmeli ve alıcı bu zaman farkını da bilginin organizasyonunda ve o bilgiyi kendisine mal etmede kullanabilmeli ki bir anlam çıkartabilsin. İşitme-dinleme sürecinin her aşamasındaki belli engeller, algılanan anlamı azaltıcı süzgeçler gibi iş görürler. İşitsel (sözel) iletişimde bozukluklar, sürecin, kodlama, işitme, dinleme ve kodu açma gibi aşamalarında olabilir. Mesajın tam olarak kodlanması, kaynağın mesajı organize etme ve sunma becerisine bağlıdır. Örneğin, mesajda kullanılan sözcüklerin alıcının sözcük dağarcığında bulunması gerekir. Kuşkusuz ki mesaj alıcının yaşantı alanında bulunan bir biçimde sunulmalıdır. İşitme süreci konuşmacının çok yüksek ya da çok alçak sesle konuşmasından ve alıcının işitme güçlüğünden ya da işitsel yorgunluğundan etkilenir. İletişim, dinleyicinin dikkatini konuşanlara vermemesi ya da işitsel çözümleme becerisinin yokluğu nedenleriyle azalır. Alıcının, gönderilen mesajı kendisine mal etme ve anlamlandırmadaki deneyimsel yetersizlikleri de iletişimin yetersizliğine yol açacaktır. Yukarıda belirtilenlerin yanı sıra dinlemeyi engelleyen kimi faktörler de konuşan ile dinleyen arasındaki iletişimin yetersizliğine neden olmaktadır (Kaya, 2001:16-17).

9.4 DİNLEME YANLIŞLARI

Dinleme, iletişim sürecinin önemli bir basamağı olarak görülmektedir. Dinlemek tek başına yeterli değildir. Dinlenileni yargıdan uzak, kişinin kendi gerçeği ile kıyaslamadan, özdeşleştirmeden, geri bildirmek gerekir. Dinleme “iletişimde algılama, anlama, anımsama, değerlendirme ve yanıtlamanın aktif sürecidir”. Dinleme bazı durumlarda engellenmektedir bu durumlara aşağıdaki özellikleri örnek olarak gösterebiliriz (Zıllıoğlu ve Yüksel, 2007:71).

Karşılaştırma: Karşılaştırma konuşma esnasında sürekli kimin daha gösterişli, daha yetenekli, duygusal olarak daha sağlıklı olduğu gibi birtakım kişisel özellikleri değerlendirmedir- siz mi yoksa diğer kişi mi? Konuşulanlardan fazla bir şey anlamazsınız çünkü daha iyi olup olmadığınızı anlamaya çalışmakla meşgulsünüzdür.

Akıl okuma: Akıl okuyan kişi insanların ne dediğine dikkat etmekten ziyade diğerk kişinin gerçekten ne hissettiğini ve düşündüğünü görmeye çalışır. Genellikle söylenenlere güvenmez. Sözcüklerden çok ses tonuna ve gizli işaretlere dikkat eder. “Bahse girerim ki benim salak olduğumu düşündü.”, “Utangaçlığım yüzünden pes etti.” gibi.

Tekrarlama: Ne söyleyeceğimizi içimizden tekrar etmektir. Böylece kişinin dinlemeye vakti olmaz. Kişi bütün dikkatini bir sonraki yorumunu hazırlamaya yönelir.

Süzgeçten Geçirme: Bazı şeyleri dinlemek bazılarını ise dinlememektir. Sadece öğrenmek istediğiniz konu ile ilgili şeyi anlamaya yetecek kadar dinlersiniz. Bir kadın oğlunun okulda kavga edip etmediğini öğrenecek kadar oğlunu dinler, etmediğini duyduğunda rahatlar ve dinlemeye devam etmez.

Yargılama: Bir kişiye ilişkin aptal ya da yetersiz olduğuna ilişkin önyargınız var ise onun ne söylediğine dikkat etmezsiniz. Dinlemenin temel kurallarından biri yargılamaların, dinlendikten ve iletinin içeriğini değerlendirdikten sonra yapılması gerektiğidir.

Düşüncelere Dalma: Yarı dinleme anında iken karşıdakinin söylediğı bir şeyin aniden bir özel çağrışımlar zincirine yol açmasıdır. Söylenen tek bir kelime sizi geçmişe götürebilir bu da karşıdakini duymanızı engeller. Sıkıldığınızda ya da kaygılı olduğunuzda bu eğilim artar.

Özdeşleştirme: Bir kişinin size söylediğı her şeyi alır ve kendi deneyimlerinize bağlantısını kurarsınız. Onlar size dış ağrısından söz eder ama siz kendi dış ameliyatınızı hatırlar ve onunla meşgul olursunuz.

Öğüt Verme: Dinleyenin her zaman yardıma ve önerilere hazır olmasıdır. Kişi “büyük sorun çözücüdür”. Doğru öğüdü bulmadan önce birkaç cümle duymak yeterlidir. Bu noktada dinleyen duyguları gözden geçirir, bu da kişiyi yeterince anlamasını engeller.

Ağız Kavgası Yapma: Bu engelde insanlarla atışır ya da tartışırsınız. Söylenilenlere çok çabuk karşı çıkarsınız. Aslında dikkatinizin büyük kısmı karşı koyacak şeyler bulmaya yönelmiştir.

Haklı Çıkma: Haklı çıkma hatalı duruma düşmemek için her şeyi yapacağınız anlamına gelir (bağırarak, bahaneler bulmak, çarpıtmak gibi).

Konu Değiştirme: Aniden konunun değiştirilmesidir. Konudan sıkıldığınızda ya da rahatsız olduğunuzda konunun yönünü değiştirirsiniz.

Rahatlatma: “haklısın”, “doğru”, “kesinlikle”, “inanılmaz” gibi ifadeler kullanılarak destekleyici, nazik ve cana yakın davranılmasıdır. İnsanların sizi sevmesini istersiniz, o yüzden herkesi onaylarsınız. Genel anlamı görecektir kadar dinliyor olabilirsiniz ama gerçekten ilgilenmiyorsunuzdur.

Bölünmeler: Konuşma sırasında ortaya çıkabilen değişik kaynaklı (uçak, araba, tren sesi ya da araya giren bazı başka sesler, çalan telefon, oraya yeni gelen birisi vb.) iletişim bölünmeleri dinleme için gereken yoğunlaşmayı zorlaştırabilir hatta ortadan kaldırabilir.

Konuşanı suçlamaya yönelme davranışı: Savunucu hatta tuzak kurucu dinleme türünü hayata geçirmeyle ilgilidir. Dinleyen konuşanı suçlamak ya da zora düşürmek için fırsat kollarken olması gereken dinleme davranışından uzaklaşacaktır.

Konuşma ortam ve zamanı: Konuşmanın gerçekleştiği ortam bazı durumlarda (Ortamın ısısı, ışık durumu, kirliliği vb.) bir dinleme engeli yaratabilir. Ayrıca konuşmanın gerçekleştiği zaman da (çok geç ya da erken oluşu, çalışma sırasında oluşu vb.) dinleme engeline dönüşebilir.

Dinleyenin fiziksel engel ve rahatsızlıkları: Burada sadece insanların işitme konusundaki engel ve kayıpları söz konusu değildir. Bunların ötesinde hastalık, ağrı, sancı gibi iletişimde “gürültü” olarak kabul edilen etmenler kast edilmektedir.

Düşünce hızı: İnsandan insana değişiklik gösteren düşünce hızı dinleme konusunda bir engel haline dönüşebilir. Çünkü düşünce hızına bağlı olarak algılama ve yorumlama hızları da değişir. Bazı durumlarda söylenen bir şey yavaş yorumlandığında daha sonra gelenleri dinleyememe söz konusu olabilir.

9.5. İYİ BİR DİNLEYİCİ OLMANIN YOLLARI

- İyi bir dinleme davranışı gösterebilmek için yapılması gerekenler şu şekilde sıralanabilir:
- Dinleyici her şeyden önce kaynağın aktarmak istediklerini ya da anlamak, bilmek, öğrenmek istediği temel iletiyi saptamalıdır. Başka deyişle, dinleyici kaynaktan gelen türlü iletiler arasında hangisini seçeceğini bilmelidir.

- Dinleyici yalnızca bakışları, baş sallaması, jest ve mimikleriyle dinler gözükmemeli ya da kaynaktan gelen iletilerin yüzeyinde kalmamalıdır. Konuşmayı yapanın aktarmak istediği duygu ve düşüncüyü kavramaya çalışmalıdır.

- Kaynağın, konuşanın, verdiği ileti onun yüzüne hatta gözlerine bakarak izlenmeli, sözleri, mimikleri, hareketleri bir bütün olarak algılanmalı ve çözümlenmeye çalışılmalıdır.

- Dinleyici karşınızdakini dinlerken zaman zaman sözlü olarak, onun konuşma akışını bozmayacak biçimde, “Anlattıklarınızı dikkatle izliyorum”, “Anlamak için dikkat ediyorum” biçiminde geri bildirim sağlayacak bilgiler vermelidir. Zaman zaman bunu baş, boyun, göz ya da el hareketleriyle de ortaya koyabilir.

- Kaynağın bilgi aktardığı, ileti verdiği süre içinde dinleyici olarak kalınmalıdır. Yalnız, kaynaktan gelen iletilerde çözülmeyen bölümler varsa, “Ben bu söylediklerinizi böyle anladım ya da yorumladım.” biçiminde sözlü geri bildirimden yararlanıp sorular sorulabilir.

- Kaynağın aktardığı bilgi, ortaya koyduğu öneriler bittikten sonra cevap verilmesi gerekiyorsa, bu sürecin de işletilmesi gerekir. Eğer dinleyen aktarılan bilgi ve önerileri benimseyip kabul ediyor, paylaşıyorsa ya da tersine kabul etmiyor ve paylaşmıyorsa bu durumu da açık seçik belirtmelidir.

- Kaynağın, konuşanın aktardığı bilgiyi, verdiği iletiyi nasıl anlayıp çözdüğünü dinleyici önce kendi kendine sormalı; bu bilgi ve iletilen kendine göre yorumlamamalıdır.

- Söylenenlerin anlamına ilişkin olarak dinleyicide kuşku ve duraksama olmamalıdır. Dinleyenin anlamını kendine göre yorumladığı sözcükler varsa, konuşmacı bu sözcüğü kullanırken hangi anlamı verdiğini ve hangi bağlamda kullandığını açıklamaya yönlendirilmelidir.

- Dinleyici karşısındakini dinlerken alay eden, küçümseyen, küçük düşüren, kötüleyen mimikler, jestler ya da sözcükler kullanmaktan özenle kaçınılmalıdır.

- Kaynağın, konuşanın açığını yakalayan, kişiliğinin gücünü, üstünlüğünü göstermek amacıyla tuzak kuran bir dinleyici olmaktan kaçınılmalıdır. Etik anlamda dinleyici, iletişim süreci sırasında karşındakinin bir açığını, bir çelişkisini yakalasa bile hemen üzerine gitmemelidir.

- Aynı şekilde dinleyici kaynaktan gelen tüm iletilen kendisine yöneltilmiş bir saldırı olarak kabul etmemeli ve hemen savunmaya geçmemelidir.

- Yargılayıcı iletişim yapılanmaları kaynakta ya da alıcıda kaçma ya da saldırma biçiminde davranışlara dönüşecek ve savunma düzenlerinin işlerlik kazanmasına yol

açacaktır. Kendisine saldırıldığını anlayan kaynak, dinleyicinin durumuna, rolüne, kendisinde bunlara ilişkin olarak oluşmuş değişmez davranış kalıplarına göre ya iletmek istediği bilgiyi, gerçek sorunu gizleyecek, dinleyenin beğenisini kazanmak amacıyla iletişimi sürdürecektir ya da o da karşı saldırıya geçecek, alıcının kişiliğini hedef alan kırıncı, aşağılayıcı sözlü ve sözsüz iletiler verecektir (s:71-72).

9.6. DİNLEME TÜRLERİ

İnsanların dinleme eylemini nasıl gerçekleştirdikleri aynı zamanda dinleme türlerini de oluşturur. Süreç içerisinde her biri aslında birer dinleme engeli niteliğine bürünen ve iletişim sürecinde gürültüye dönüşen dinleme türleri şunlardır (Cüceloğlu, 2000):

Görünüşte dinleme: Konuşan kişiyi dinliyormuş gibi görünüp, dinleyenlerin kafalarındaki başka şeylerle ilgilenmeleri durumudur.

Seçerek dinleme: Bazı insanlar konuşmanın sadece kendileri ile ilgili kısımlarını seçerek dinler, diğer söylenenleri ihmal ederler.

Saplanmış dinleme: İçinde bulunulan toplumsal yapılanmalarda duygusal yönden saplantılı bazı insanların olduğu bilinir. Bu insanlar sürekli olarak belirli bir duygusal tonu taşımak ister ve ne söylenirse söylensin ondan üzülecek, sıkılacak bir şey bulmaya ya da gülünecek bir espri çıkarmaya çalışırlar.

Savunucu dinleme: Bu tip dinleyiciler, ne duyarlarsa duysunlar her söyleneni kendilerine yöneltilmiş bir saldırı olarak saptar ve hemen savunmaya geçerler. Bu savunmanın yapılandırılması süreci de söylenen diğer şeylerin hiç dinlenmemesine yol açacaktır.

Tuzak kurucu dinleme: Bu tür dinleyiciler hiç seslerini çıkarmazlar, çünkü bunlar dinledikleri bilgilerden yararlanarak karşısındakini zor duruma sokacak fırsatlar ararlar.

Yüzeysel dinleme: Bu tür dinleme özelliğine sahip kişiler konuşanın kullandığı kelimelerin yüzeyinde kalır. Asıl altta kalan anlama ulaşamazlar ya da ulaşmaya çabalamazlar.

9.7. ETKİN DİNLEME SÜRECİ

Görüldüğü gibi etkin dinleme, kişilerin birbirlerinin duygu ve düşüncelerini doğru bir şekilde anlamalarını ve bireylerin yaşadıkları sorunlarını çözmelerini sağlamaktadır. Ayrıca, etkin dinleme, konuşan kişinin anlaşıldığını hissetmesini sağladığından, kişiler arasında sıcak bir ilişkinin kurulmasına yardım etmektedir. Etkin dinlemeyle konuşan kişi, duygu ve düşüncelerini daha fazla incelemeye teşvik edilmektedir. Etkin dinleme yanıtı, konuşan kişiye duygularını savunma zorunda kalmadan, tekrar gözden geçirme fırsatını vermektedir. Etkin dinleme, anlamlı ve karşılıklı anlamaya dayanan bir iletişim sürecine zemin hazırlamaktadır (Robertson, 2004):

Açıklama: Karşımızdakinin söylediklerini anladığımız kadarıyla kendi sözcüklerinize dökerek ifade etmektir.

Açıklık getirme: Söylenmek istenenin anlaşıldığını sorular sorarak netleştirmektir. Genel tabloyu görene kadar sorular sorarak, konu hakkında bilgi edinmeye çalışmak o kişiyi anlamayı da beraberinde getirmektedir.. Açıklık getirme de dinleme sırasındaki odak noktanızı netleştirir.

Geribildirim: İşitilen ve anlaşılan ve netleştirilen konu ile ilgili yargılamadan hissedilen ve düşünüleni karşı tarafa iletebilmektir. Geribildirim faydası, diğer kişinin kurduğu iletişimin etkisini anlamasını sağlamaktır. Etkin dinleme becerisini kullanan birey, konuşan kişinin mesajlarını doğru anlayıp anlamadığını denetlemek için mesajı kendi sözcükleri ile geri iletmektedir.

İyi bir dinleyici kişinin duygu, düşünce ve isteklerine sözle ya da sözel olmayan tepkiler verir. Göz teması, dinlemeye açık hafifçe öne doğru eğik beden duruşu, konuşmacıyı anladığını belirten mimik ve beden hareketleri, netleştirmek ya da ilgi ile dinlediğini göstermek için sorular sormak, dikkat dağıtan etkenleri ortadan kaldırmak iyi bir dinleyicinin önemsemesi gereken bileşenlerdir.

9.7.1.Etkin Bir Dinleme İçin Gerekli Aşamalar

Kişi ile bağ kurmak önemlidir. Her türlü paylaşımda güven unsuru kişileri birbirine daha çok bağlamaktadır. Eğer bu bağ güçlü ise; paylaşımlar daha sahici olmakta ve kurulan ilişki de sağlıklı bir zeminde yapılmaktadır. Karşıdaki kişiyi dinlerken kişinin kendini güvende hissetmesi için göz temasından dinlemeye açık hafifçe öne doğru eğik beden duruşuna, mimik ve jestlerden dikkat dağıtan dış etkenlerden bulunduğumuz ortamı

hazırlamaya kadar hepsi bir bütünü teşkil etmektedir. Kişilerin kendi gündemlerini erteleyip sadece konuşana odaklanması, konsantrasyon gerektirmekle beraber bağ kurmanın da ilk adımıdır. İyi bir dinleyici kişinin duygu, düşünce ve isteklerine sözel ya da sözel olmayan tepkiler vererek dinleme süreci başlatmalıdır. Dinleyici önce kafasındaki konuşmaları susturmayı başarıp sessiz kalmalı ve dikkatini karşı tarafın sözlerinde toplamalıdır. Söyleneni söylendiği haliyle özümsemek için önce zihnini sakın tutan dinleyici başarılı bir iletişim için tepki vermeden dinlemelidir. Tepki vermeden dinlemek, iletişim halinde olduğumuz kişileri yargıdan uzak ve hata aramadan şeffaf bir ortamı hazırlamayı gerektirir. Kişi egosu ve kendi gerçeği bir kenara koyarak karşıdakinin gözlüğü ile olayı görebilirse, tepki vermeden karşıdaki kişiyi saygı çerçevesinde dinleyebilmektedir. Yargılayıcı tutumdan vazgeçmek her ne kadar kolay olmasa da sağlıklı bir dinleme ortamında barınmaması gereken bir davranıştır.

Devito'nun (1995), da altını çizdiği kavram açıklama olarak da nitelendirebilir. Açıklama; karşıımızdakiin söylediklerini anladığımız kadarıyla kendi sözcüklerinize dökerek ifade etmektir. Daha sonra paylaşılan olayı ya da duyguyu tanımlamak gerekmektedir. Zira konuşma sırasında cümleler %20-50 arasında anlama kaybıyla karşı tarafa geçmektedir. Dinleme konusunda yapılan araştırmalar bir konuşmayı dinleyen kişilerin eleyebildiklerini göstermiştir (Zıllıoğlu, 1993:274).

Karşı tarafın konuşma becerisi akılda kalıcılığı korumakla birlikte, net ifade yeteneğinin dinleyenin işini kolaylaştırdığı ve anlam birliğinin oluşmasında etkili olduğu saptanmıştır. Tanımladığımız durumu netleştirmek de anladığımızı teyit etmenin yanı sıra karşı tarafa ilgili ve dikkatli olduğumuzu göstermektedir. Genel tabloyu görene kadar sorular sorarak, konu hakkında bilgi edinmeye çalışmak o kişiyi anlamayı da beraberinde getirmektedir. Açıklık getirme de dinleme sırasındaki odak noktanızı netleştirir. Açıklık getirilmedi verilen mesaj “Seni tanımak ve anlamak için çaba göstermeye istekliyim.” Şeklindedir. Netleştiren sorular sorarız. “Demek istediğin şu mu?” “Buradan şunu mu anlamam lazım.....?” “Anladığım kadarıyla, durum.....dur, Şunu söylediğini duyuyorum,.....” şeklinde sorular yönelterek anlatılanı somutlaştırmaya çalışılmalıdır. İletişim çatışmalarını engelleyebilecek güçlü bir dinleme tekniğinin uzantısı ise geri yansıtmayı bilmekten geçmektedir. Karşıdaki kişiyi doğru algılayıp algılamadığımızı anlamamız için bize olanak sağlayan netleştirmenin bir parçasıdır geri yansıtmak. Böylece, dinleyene kendi anladığı ile kişinin anlatmak istediğini onaylama ve karşılaştırma şansı vermektedir.

Geri yansıtmak karşıdaki kişiye ayna görevi de göreceğinden; bazı zamanlarda konuşanın başkasının ağzından söylediklerini duyması kendini tartmasına olanak tanımaktadır. Şöyle ki konuşanın düşüncelerini süzgeçten geçirme ve yeniden değerlendirme şansı olmaktadır. İletişim kurduğumuz kişinin kullandığı dil, sözlerinin vurgusu ve tonlaması ve içinde bulunduğu duygusal hali sözlerinin içeriği ile birleşerek bize yansıtmaktadır. İyi bir dinleyici birbirinden bağımsız olan bu unsurları fark edebilir. Sözlere dökülmeyen ama tonlamayla yansıyan bir kızgınlık ya da beden duruşu ile kendini hissettiren bir güvensizlik iyi bir dinleyici tarafından anlaşılabilir. Dinleyen kişi o yüzden söylenmeyi de duyabilme yeteneğini geliştirebilmektedir. Geri bildirim kişiyi istediğimiz yere sürükleyebileceğimiz bir söylem bombardımanı olmamalı, konuşmacının söylediklerinin değerini tartmakta öte, doğru anlayıp anlamadığımızı onunla paylaştığımız diyalog sonrası özetleyerek ona geri yansıtmaktır. Geribildirim faydası, diğer kişinin kurduğu iletişimin etkisini anlamasını sağlamaktır. . Etkin dinleme becerisini kullanan birey, konuşan kişinin mesajlarını doğru anlayıp anlamadığını denetlemek için mesajı kendi sözcükleri ile geri iletmektedir (Cüceloğlu, 1995).

9.7.2. Etkin Dinlemenin Yararları

Devito' ya (1995) göre; etkin dinleme insan ilişkilerini kuvvetlendirmektedir. Dinlenilene önemli hissini yaşattığı için güven ortamıyla başlayan dinleme süreci, netleştirme ve geri yansıtma sayesinde kişiye doğru algılanıyorum mesajı verdiği için konuşmacıya doğrulama ya da düzeltme fırsatı tanımaktadır. Başarılı bir dinleyici, konuşan kişiyi olduğu gibi yargıdan ve savunmadan uzak kabul etmekte ve duygularına karşı gelmemektedir; bunun yerine, anladığını empatik bir şekilde tekrar yansıtmaktadır (Cihangir, 2004).

Etkin dinlemek, kişinin sürekli kendi konuşmasına odaklanmasını ortadan kaldırarak kendi dünyasından uzaklaşarak bir başka bakış açısına bürünerek olayı algılamaya çalışmasına olanak sağlamaktadır.

Etkin dinleme bireylerin söze dökülmeyen ama içlerinde bastırdıkları, duygularını keşfetmelerine ve söylenmeyi görerek bireyi anlamamıza yardımcı olmaktadır. Kişilerin mahsur kaldıkları alanları görmek ve davranış kalıplarını algılamamız hususunda ipuçları yakalamamızı sağlamaktadır. Etkin dinleme, kişiler arasındaki güven ortamını oluşturarak samimi ilişkiler gelişmesine yardım etmektedir (Gordon, 1997).

Zihindeki gürültüyü susturarak empatik bir yaklaşım sergilemek, kişinin kendini değerli hissetmesine yol açtığı gibi, dinleyen kişiye yakınlık duyulmasına da neden olmaktadır. Etkin dinleme problem çözme konusunda da önemli bir katmandır; kişinin gerçek

soruna ulaşmasında ve var olan sorunu çözmesine yardım etmek etkin dinlemenin sağladığı en önemli yararlardandır (Gordon, 1998).

Dinlemek aynı zamanda kişinin hayat boyu öğrenmesini kolaylaştırmaktadır. Örneğin iş hayatında kurumunuz ile ilgili, personel ile ilgili sorunları iyi dinleyen bir yönetici iseniz, kurumla ve çalışanlarınızla sorunları çözmek ve uyumu yakalamak çok kolay olacaktır.

Kişi mesleğinde uzmanlaştıkça etkin dinlemekte ve sorunu çabuk kavramaktadır. Arabalarla ilgileniyorsanız, herhangi bir arıza durumunda motordan gelen sesin ne anlama geldiğini bilirsiniz. Dinlemeyi bilmek, problemlerin tekrarını da ortadan kaldırarak deneyim kazanılmasına ve gelişim sağlanmasına olanak tanımaktadır.

Uygulamalar

Dinlemek aynı zamanda kişinin hayat boyu öğrenmesini kolaylaştırmaktadır. Örneğin iş hayatında kurumunuz ile ilgili, personel ile ilgili sorunları iyi dinleyen bir yönetici iseniz, kurumla ve çalışanlarınızla sorunları çözmek ve uyumu yakalamak çok kolay olacaktır. Bundan yola çıkarak dinleme konusunu araştırıp iyi bir dinleyici olmaya yönelmelisiniz.

Uygulama Soruları

1. Etkin dinlemenin yararları nelerdir? Anlatınız.

Bu Bölümde Ne Öğrendik Özeti

İyi bir dinleyici, yaratıcı etkinlik içinde bulunur, aksi halde iletişim tam olmaz. İletişimin amacı karşılıklı anlaşmayı ve paylaşmayı sağlamak olmalıdır. İletişim becerilerinden birisi olarak kabul edilen dinleme davranışı, karşıdaki kişiye kabul edildiğini gösteren temel bir davranıştır. Dinleme “iletişimde algılama, anlama, anımsama, değerlendirme ve yanıtlamanın aktif sürecidir”. Dinleme bazı durumlarda engellenmektedir. Etkin dinleme, anlamlı ve karşılıklı anlamaya dayanan bir iletişim sürecine zemin hazırlamaktadır. Açıklama; karşımızdakinin söylediklerini anladığımız kadarıyla kendi sözcüklerinize dökerek ifade etmektir. İyi bir dinleyici olabilmek için, çoğu insanın bilinçli bir çaba harcaması ve yeni beceriler geliştirmesi gerekmektedir. Bireylere etkin dinleme becerileri kazandırılırsa, bunu günlük yaşamlarına, aile yaşamlarına hatta tüm aile yaşamlarına uygulayabilirler. Bireyler iletişim sürecinde konuşmaya verdikleri özeni dinlemeye gösterdikleri takdirde, dinleme becerileri sayesinde iletişimin niteliğini artıracırlardır.

Bölüm Soruları

1) Dinleme sürecinin engellendiği yanlış dinleme türlerinden birinde,

“ Bir kişinin size söylediği her şeyi alır ve kendi deneyimlerinize bağlantısını kurarsınız.”Bu yanlış dinleme türü hangisidir?

- a. Karşılaştırma
- b. Akıl okuma
- c. Özdeşleştirme
- d. Öğüt Verme
- e. Konu Değiştirme

2) “Bu tür dinleyiciler hiç seslerini çıkarmazlar, çünkü bunlar dinledikleri bilgilerden yararlanarak karşısındakini zor duruma sokacak fırsatlar ararlar.”Bu dinleme türü aşağıdakilerden hangisidir?

- a. Savunucu dinleme
- b. Tuzak kurucu dinleme
- c. Yüzeysel dinleme
- d. Görünüşte dinleme
- e. Seçerek dinleme

3) Söylenmek istenenin anlaşıldığını sorular sorarak netleştirmektir. Hangi tür etkin dinleme türüne girmektedir?

- a. Açıklık getirme
- b. Açıklama
- c. Geribildirim
- d. Savunuculuk
- e. Seçicilik

4) Aşağıdakilerden hangisi bir dinleme türü olarak kabul edilmez?

- a. Görünüşte dinleme
- b. Seçerek dinleme
- c. Savunucu dinleme
- d. Oturarak dinleme
- e. Tuzak kurucu dinleme

5) Aşağıdaki dinleme özelliklerinden hangisi bu açıklamayı içermektedir “Bu tür dinleme özelliğine sahip kişiler konuşanın kullandığı kelimelerin yüzeyinde kalır. Asıl altta kalan anlama ulaşamazlar ya da ulaşmaya çabalamazlar.”

- a. Yüzeysel dinleme
- b Seçerek dinleme
- c. Saplanmış dinleme
- d. Seçerek dinleme
- e. Görünüşte dinleme

6) İletişim becerisi dinleme, anlaşılabilir bir şekilde konuşma, göz kontağı kurma, konuşmayı teşvik etme, sözel övgü, sözel olmayan davranışları uygun bir biçimde kullanmadır.

Yukarıda açıklaması verilen unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Dinleme
- b) Konuşma
- c) İletişim
- d) Beden dili
- e) Etkin dinleme

7. Sesin tonu, yüksekliği, titizliği, kelimelerin diziliş sırası, o arada çıkan sesler ve bütün bunlara eşlik eden sözel olmayan davranışlar önem taşımaktadır.

Yukarıda açıklaması verilen unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Dinleme
- b) Konuşma
- c) İletişim
- d) Beden dili
- e) Etkin dinleme

8. Sözel olmayan davranışlara bakarken iki noktaya dikkat edilmelidir. Birincisi acaba karşıdaki kişinin sözel mesajları sözel olmayan mesajlarıyla tasdik ediliyor, vurgulanıyor veya bu davranışlar ne kadar destek oluyor.

Yukarıda açıklaması verilen unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Dinleme
- b) Konuşma
- c) İletişim
- d) Beden dili
- e) Yorumlama

9. Karşılaştırma konuşma esnasında sürekli kimin daha gösterişli, daha yetenekli, duygusal olarak daha sağlıklı olduğu gibi birtakım kişisel özellikleri değerlendirmedir.

Yukarıda açıklaması verilen unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Karşılaştırma
- b) Akıl okuma
- c) Tekrarlama
- d) Süzgeçten geçirme
- e) Yargılama

10. Yarı dinleme anında iken karşıdakinin söylediği bir şeyin aniden bir özel çağrışımlar zincirine yol açmasıdır.

- a) Karşılaştırma
- b) Akıl okuma
- c) Tekrarlama
- d) Düşüncelere dalma
- e) Yargılama

Cevaplar: 1)c,2)b,3)a,4)d,5)a,6)a,7)b,8)e,9)a,10)d

10. KİŞİLERARASI İLETİŞİMDE EMPATİK YAKLAŞIMLAR

Bu Bölümde Neler Öğreneceğiz?

10.1. EMPATİ KAVRAMI

10.2. EMPATİ VE İLETİŞİM

10.3. Empati Teorisi

10.4. ANLAMAK İÇİN EMPATİ

10.5. İŞ YERİNDE EMPATİ

Bölüm Hakkında İlgi Oluşturan Sorular

- 1)Empati nedir?
- 2) Empatinin dört önemli boyutu nelerdir?
- 3)Empati kurma süreci nasıl başlar?

Bölümde Hedeflenen Kazanımlar ve Kazanım Yöntemleri

Konu	Kazanım	Kazanımın nasıl elde edileceği veya geliştirileceği
Empati ve iletişim	Kişilerarası iletişimde empati kurmanın gerekliliği	Empati kurmanın kişisel hayata sağladığı faydalar nelerdir tartışılmalıdır

Anahtar Kavramlar

Empati

Giriş

Kurumsal amaçlara ulaşmak için geliştirilen her sistem, kâğıt üzerinde ne kadar yetkin olursa olsun onu insan işletecek, yaşama o geçirecek, değiştirmesi gerektiğinde de yine o değiştirecektir. Kurumsal iletişim insanın iletişim davranışıyla ve bu davranışını belirleyen düşünceleriyle yakından ilişkilidir. Bu nedenle iletişim davranışlarımızı sorgulamak, davranışlarımızın altında yatan nedenleri anlamak, eksiğin giderilmesine, yanlışın düzeltilmesine çalışmak, gerek kişisel gerekse kurumsal iletişimin iyileştirilmesi açısından son derece önemlidir. Kurumsal iletişimi olumsuz yönde etkileyen faktörlerin ortadan kaldırılması, böylece iletişimin iyileştirilmesi her şeyden önce iletişimde empatik yaklaşımı bilmekten ve kullanmaktan geçer (Gürgen, 1997:139-140).

Kişilerarası algı, sosyal algı, sosyal duyarlılık ve empati gibi çeşitli kavramlar insanları anlama becerisi için kullanılmaktadır. Günümüzde empatinin “karşısındaki bireyin duygularını anlama”, “karşısındaki bireyin duygu ve düşüncelerini anlama”, “karşısındaki bireyin hissettiklerini hissetme” gibi değişik şekillerde tanımlandığı görülmektedir.

İnsanların olaylar karşısındaki yorumlama kapasiteleri farklıdır. Bu bakımdan herkesin anlama düzeyi de farklı olmaktadır. Tam olarak anlayabilmek için öncelikle, gerekli algılama ve anlama düzeyine sahip olmak gerekir. Duygusal zeka, kişinin kendi duygularını anlaması, başkalarının duygularına empati beslemesi ve duygularını yaşamı zenginleştirecek biçimde düzenleyebilmesi için gerekli olan bir zeka türüdür.

10.1. EMPATİ KAVRAMI

Önemsinmek ve adam yerine konmak en önemli gereksinimlerimizin başında geliyor. Oysa bu gereksinimi karşılayabilmek, her şeyden önce başkalarınca anlaşılmayı, bunun için de başkalarına kendimizi anlatabilmeyi gerektiriyor. İster yönetici, isterse çalışan, kim olursak olalım, ne iş yaparsak yapalım, başkaları tarafından anlaşılmayan ve başkalarına kendisini anlatamayan insan yalnızlaşır. Yalnızlıksa insana yakışmaz. Modern dünyanın insanı geçmişe oranla çok daha rahat yaşayabilecek olanaklara sahip olmasına karşın doyurucu ve kalıcı iletişim kuramadığı için mutsuz. İnsanın içinde bulunduğu bu sorunu aşabilmesi ile ilgili yollardan biri de empatiden geçiyor.

Empatiyi, yalın olarak, *kişinin kendisini karşısındaki kişinin yerine koyarak onun duygu ve düşüncelerini anlaması, bunu da karşısındaki kişiye iletmesi biçiminde* tanımlayabiliriz. Empati becerisi gelişmiş insanlar, başkaları tarafından sevilir ve kabul edilerek onaylanırlar. Nitekim araştırmalar da, liderlik özelliğine sahip yöneticilerin empati kurma becerilerinin oldukça gelişmiş olduğunu saptamıştır. Bilindiği gibi liderlik özellikleri arasında kişinin kendisini, duygu ve düşüncelerini iyi ifade edebilmesi, başkalarıyla uyumlu ilişkiler kurabilmesi ve toplumsal duyarlılığı yüksek olma özellikleri ilk sıralarda gelmektedir. Tüm bu özellikler ise kişilerde empati becerisini gerektirmekte ya da empati becerisi bu özellikleri ortaya çıkartmaktadır. Kendimizi, karşımızdaki kişinin yerine koyabilmek ise hiç de kolay olmayan, çaba harcamayı gerektiren bir süreçtir (Gürgen, 1997:139-140).

10.2. EMPATİ VE İLETİŞİM

Empati insanlarla ikili ilişkilerimizde başarıyı belirleyen ve sosyal ilişkilerimizi yönlendiren önemli etmenlerden biridir. Bir insanın kendisini karşısındaki insanın yerine koyarak onun duygularını ve düşüncelerini doğru anlaması en genel tanımıdır. Ancak insan duygularını sözlerle anlatmaktan başka yollarla da ifade etmeyi tercih etmektedir. Başkalarının ne hissettiklerini anlayabilmek, beden duruşu, yüz ifadesi, ses tonu ve buna benzer pek çok dil ötesi davranışın çözümlenme becerisini de beraberinde getirir. Empati, çocukluktan itibaren başlayan gelişim sürecinde başkasının rolünü alabilme becerileriyle gelişir. Yani empatik anlayış, başkasının rolünü alabilme becerisinin gelişimi ile doğru orantılıdır (Dökmen, 1997).

Bir başkasının rolüne girerek empati kuran kişi, yaşadığı bu deneyim sayesinde kendisini de tanımış ve farkındalığını artırmış olmaktadır. Kendisini tanıyan ve farkındalığı artan birey, mevcut durumu sezgi yoluyla kolayca kavrayarak anlar ve uyum yapması kolaylaşır (Öz, 1998). Empati kurmak için öncelikle karşımızdaki kişinin bizim gibi bir varlığı, bizden

farklı değer yargıları ve inançları olduğunu bilmek ve bunu kabul etmek gerekir. Bu kabulden hareketle, etkileşimde bulunduğumuz kişinin haklı/haksız, iyi/kötü biçiminde yargılanmaması, sadece onun durumunun anlaşılabilmesi için çaba gösterilmesi gerekir ([Harrow, 1999](#)).

Rogers empatiyi, “kendini kaybetmeksizin karşıdaki kişinin iç dünyasında olanları kendisi yaşıyormuş gibi hissederek anlamak” olarak tanımlamaktadır (Mete ve Gerçek, 2005). Morse, Anderson ve ark. (1992) empatinin dört önemli boyutunu duygusal, moral, bilişsel, davranışsal boyut olarak belirtmişlerdir (Mete ve Gerçek, 2005):

- 1- **Duygusal boyut;** bir kimsenin duygularını hayal yoluyla hissetmek,
- 2- **Moral boyut;** duyguları anlamak için gerekli olan iç motivasyon,
- 3- **Bilişsel boyut;** entellektüel ve analitik becerileri içeren diğerlerinin duygularını anlayabilme yeteneği,
- 4- **Davranışsal boyut;** aktif dinleme, kritik etme (reflection) gibi iletişim becerileri

Dökmen (1997) empatiyi, Empatik Eğilim ve Empatik Beceri olmak üzere iki boyutta ele alarak, iki yönüyle tanımlamıştır. Empatik Eğilim, empatinin duygusal boyutunu oluşturur ve bireyin empati yapma potansiyelini gösterir. Empatik Beceri de bireyin empati kurabilme durumunu ifade etmektedir.

Kişilerarasındaki iletişimin sağlıklı ve etkili olabilmesi için üç temel ön koşul öne sürülmüştür (Korkut, 1997):

Doğallık: Kişinin açık ve dürüst olması.

Kabul Etme/Saygı: Kişilerin birbirlerinin varlığına saygı duymaları, bu kişiyi kendine özgü nitelikleri ile kabul etmeleri.

Empati: Kişiler arası iletişimde bireyin kendisini karşısındakinin yerine koyabilmesi; yani onun bakış açısı ile olayları değerlendirebilmesidir.

Empati kurma sürecinin ilk adımı etkin dinlemedir. Empati kurulacak kişi mümkün ve gerekli olduğu kadar çok kanaldan dinlenmeli, düşünceleri, tutumları ve duyguları anlaşılmaya çalışılmalıdır. Etkin dinleme yapabilmek empati kurmayı önemli ölçüde kolaylaştırır ama empati kurmak için tek başına yeterli değildir. Empati kurmak için, özellikle tutum ve duyguların anlaşılmasına odaklanılmalıdır. Böylece kişinin kendi bakış açısını ve duygularını anlamak mümkün olabilir (Navaro, 2000).

Kişinin tutum ve duygularının yanlış anlaşılması empati kurmayı engelleyecektir. Empati kurulan kişinin bakış açısı ve duyguları doğru anlaşıldıktan sonra, bir an için (kısa bir süre) onun bakış açısı ve duygu durumuna girilmeli (empati kuran kişi kendini empati kuracağı kişinin yerine koymalı); durum onun gözleriyle görülmelidir. ***Kendini kişinin yerine koyma süresi, durumu anlamak için yeterli ama kısa olmalıdır. Bu sürenin sonunda empati kuranın kendi bakış açısına ve kendi duygu durumuna dönmesi gerekir*** (Dökmen, 1997). Son aşamada, empati kurulan kişiye, duygularının ve bakış açısının anlaşıldığı yolunda bir geribildirim verilmelidir. Empati kurulan kişinin, anlaşıldığını, anlaması ve kabul etmesi için ona zaman tanınmalı ve ona karşı içten olunmalıdır.

"Bütün insanların farklı kişilikleri vardır, benden farklı değer yargıları ve inançları olabilir ve bütün insanlar değerlidir" biçiminde yargılara yer vermek empatik yaklaşım geliştirmenin ana noktasıdır.

Başkalarının duygularının farkında olmak yani empatik olabilmek ise; iletişim tarzını tamamlayan duygusal zekanın vazgeçilmez ögesidir (Ertürk, 2007). Empati kurma sürecinin ilk basamağı o kişiyi dinlemekten geçer. Etkili iletişim kurabilmede empatinin yeri büyüktür ancak tek başına yeterli olmamaktadır. Dinlediğini anlamak ve anladığını netleştirip geri bildirimde bulunmak iletişim sürecin devamlılığını göstermektedir.

10.3. Empati Teorisi

Hümanist (insancıl) Psikoterapi 1960’larda ABD’de gelişmeye başlamış bir psikolojik danışma türüdür. İnsanın tek olması ve irade özgürlüğünün önemine dikkat çeken yaklaşım bireyin kendi tercihlerini seçebilmesi ve kararlarını uygulayabilme özgürlüğü gibi kavramların üzerinde durmaktadır. "Üçüncü güç" olarak da bilinen ve psikanaliz ile davranışçı yaklaşımlara bir tepki olarak ortaya çıkmıştır. Hümanistik Psikoloji Ekolü’nün temel ilkeleri doğrultusunda ortaya çıkan Danışandan Hız Alan yaklaşım, ilk kez Carl Rogers tarafından ortaya atılmıştır. Rogers, danışan merkezli terapilerin geçmişle ilgilenmediğini, bugün danışanla terapist arasındaki ilişkiye odaklandığını vurgulamıştır. Bireye terapistin yardım edebilmesi için üç nitelik gereklidir: “empati”, “değer verme” ve “samimiyet” (Beştav, 2009).

Rogers’a göre empatik olabilmek kişilerarası iletişimde önemli bir yerde olmasının yanı sıra; bir tür sosyal duyarlılığa sahip olabilmektir. Sosyal duyarlılık bir kişilik özelliğidir. Bu özelliğe sahip olan kişilerin bunu eğitimle daha da geliştirmesi mümkündür. Rogers,

empatinin eğitimle kazanılabileceğini düşünmektedir. Ona göre bir başkasının neler hissettiğini ancak onun gözlüğünden bakarak ve onun kılığına bürünerek doğru bir şekilde algılayabiliriz (Akkoyunlu, 1982).

İnsanın özünde iyi olduğuna ve gücüne inanan danışandan hız alan yaklaşımda; hoşgörülü ve müdahaleci olmayan bir psikolojik danışma ve rehberlik ortamının yaratılması gerektiğine inanılmaktadır. Terapi sonunda hedeflenen değişimin sorumluluğu danışana yüklenir (Schultz ve Schultz,2007: 678). Rogers, kişinin bulunduğu yerden olmak istediği yere yol alırken kendi düşünce ve davranışlarına hükmedebileceğini savunur, dolayısıyla danışanı merkezde görür. Rogers, insan yaradılışına olumlu öğeler yükleyen, ayrımcılık yapmayan pozitif görüşlere sahip bir psikologdur. Rogers benlik bilincine önem vermektedir. Bir kimsenin kendisi ile ilgili algılamaları ve kanaatleri onun benlik bilincini oluşturmaktadır (Altunışık, 2008:135-140). Olumlu benlik bilinci için şartsız sevgi gerekmektedir. Koşulsuz sevgi birey ne yaparsa yapsın onun sevgi ve saygıya layık olduğunun kabulüdür. Bu tür sevgi içinde büyüyenlerin benlik anlayışları, güçlü ve olumludur (Cüceloğlu, 1998). Bu yaklaşıma göre; bireyin kendi kararlarını almakta ve kararlarını uygulamakta özgür olduğu fikri savunulmaktadır. İçtenlik, danışanına verilen değer ve en önemlisi empatik yaklaşım bu fikrin temelini oluşturmaktadır. Empatik olmak, bir diğer kimsenin hislerine bürünebilmek ve kendini onun yerinde “imiş” gibi hissedebilme yeteneği ve tutumudur.

Bu süreçte önem kazanan empati yaklaşımı ise Danışandan Hız Alan terapide terapist tutumlarından birini teşkil etmektedir. Empati anlayış tutumunun geliştirilmesi Danışandan Hız Alan Terapi yönelimli terapistlerin programında önemli bir yer almaktadır. Bu tutum diğer terapi yöntemleri ve kişilerarası ilişkilerde de kişiye fayda sağlayarak, iletişimi kuvvetlendirmeye yardımcı olmaktadır. Bu yaklaşıma göre psikolojik danışmanın amacı; akıl verme, ikna etme, teşhis ve yorum yapmak değildir. Danışanın merkeze alındığı, kişinin kendisiyle bütünleşmesinin amaçlandığı, problem çözmek yerine birey üzerinde odaklanıldığı bir danışma süreci kabul edilmektedir. Ayrıca bu yaklaşımın amacı; bireyin bir takım baş etme becerilerine sahip olarak problemlerini kendi başına çözerek potansiyelini en üst noktada ortaya koyması yani kendini geliştirmesine yardım etmesidir. Tabii ki bu süreçte danışanla danışılan arasındaki ilişki çok sağlam olmalıdır. Karşılıklı güven ve kabul çok önemlidir. Bu süreçte empati, saygı, şeffaflık ve saydamlık gerekli koşullardır. Yol göstermenin yanı sıra dinleyerek karşıdaki kişinin aklındakini ortaya koyarak netleştirmesi sağlanmaktadır.

Danışandan hız alan tedavi aynı psikanaliz de olduğu gibi görüşme ortamı içinde gerçekleşmektedir. Temelinde herhangi bir kişilik kuramı olmayan danışandan hız alan

terapide, terapist danışanın rahatlamasını ve içinde yeşerttiği rolleri, kimlikleri açıkça ortaya koymasını sağlamaktadır (Morgan, 2006:352–353). Yakın ve izin veren bir ilişki kuran danışanla terapist arasında duyguların özgürce ifadesi ve bastırılmış duyguların şeffaflaşması ortamı yakalanarak, danışanın yenilenmesine yardımcı olmaktadır. Bu süreç, danışana duygusal tutumlarına yönelik yeni ilişkiler görmeye başlaması ve olumsuz tepkide bulunduğu durumlara olumlu tepkiler geliştirmesi yönünde yenilenme fırsatı sağlamaktadır.

Empati kurulacak kişi, çok kanaldan dinlenmeli, düşünceleri, tutumları ve duyguları anlaşılmalı çalışılmalıdır. Bu nedenle, etkin dinleme empati kurma sürecinin temel taşıdır. Tek başına dinleme empati kurmaya yeterli olmadığından, kişi kendi bakış açısı ve duygularının etkisinde kalmadan, dinlenen kişinin gözünden olayı algılamaya çalışarak empati sürecinin başlatılmalıdır. Empati kurulan kişinin duyguları ve bakış açısı doğru anlaşıldıktan sonra kişiye paylaşmak istediğinin anlaşıldığına dair geri bildirim verilmelidir. İş hayatında empati kurmak sadece karşındakini anlamak için değil, kişinin kendini anlaşılır ve değerli hissetmesi neticesinde ortama katkısını artırmak için etkilidir.

Empati kurmak karşımızdaki kişiye yardımcı olmak ve kişinin kendini güven ortamında hissetmesine katkı sağladığı gibi; empati yeteneği kişiler için her ilişkisinde anahtar görevi üstlenebilmektedir. Kişilerarası iletişimde ve herhangi bir çatışma durumunda krizi en iyi yönetecek becerilerinden biridir empati yeteneği.

10.4. ANLAMAK İÇİN EMPATİ

Kişilerarası algı, sosyal algı, sosyal duyarlılık ve empati gibi çeşitli kavramlar insanları anlama becerisi için kullanılmaktadır. Empati terimi, tarihsel süreç içinde çok çeşitli şekillerde tanımlanmıştır (Dökmen, 1988):

1950’li yıllarda özellikle Dymond tarafından empatiyi ele alan çalışmalar yapılmıştır. Bu yıllarda bilişsel nitelikte bir kavrama olarak ele alınan empati, “bir insanın karşısındaki insanı tanıyarak, kendini onun yerine koyması ve onun özellikleri hakkında bilgi sahibi olması” olarak tanımlanmıştır.

1960’lı yıllarda empatinin bilişsel yönünün dışında duygusal yönünün de bulunduğu, yani karşısındakinin hissettiği duyguların aynısını hissetmek olduğu vurgulanmıştır.

1970’lerde empati anlayışına göre, empati kuran kişi kendi üzerinde yoğunlaşmak yerine dikkatini karşısındaki kişiye vermiştir. Bu yaklaşımda kişi kendisinin ne demek istediğinden çok, karşısındakinin ne hissettiği üzerinde durmuştur.

1980’li yıllarda ise Ivey, bireyin içinde yaşadığı kültürden ayrı tutulamayacağını belirtmiş, bu nedenle karşısındaki kişinin kültürü ile de empati yapmanın gerekliliği üzerinde durmuştur.

Günümüzde empatinin “karşısındaki bireyin duygularını anlama”, “karşısındaki bireyin duygu ve düşüncelerini anlama”, “karşısındaki bireyin hissettiklerini hissetme” gibi değişik şekillerde tanımlandığı görülmektedir. Bu tanımlar görünürde birbirine benzeseler de, aslında aralarında bir takım temel farklılıklar bulunmaktadır. En azından “empati; onu anlamaktır” tanımında empatinin bilişsel yönü, “empati onun gibi hissetmektir” tanımında ise empatinin duygusal yönü bulunmaktadır (Dökmen, 2004).

Değişik anlam yüklemeleri yapılan empati kavramı, kısaca doğru anlama ve algılama işlemidir. Doğru anlama ve algılamaya karşı benliğe ait herhangi bir iletinin alıcı tarafından anlaşıldığı gibi veya onun algılama ölçütleriyle değil, diğer insanların anlamlılığı açısından anlama becerisi ve çabasıdır. Literatürde, empatinin farklı şekillerde tanımlanmasının yanı sıra aynı bir tanıma, farklı araştırmacıların farklı isimler verdikleri de görülmektedir. Örneğin literatürde çoğunluğun “empati ve/veya empatik davranış” olarak adlandırılan bu durumun, kişi algısı, sosyal duyarlılık, duygusal duyarlılık, rol alma, bakış açısı alma gibi farklı isimlerle tanımlandığı görülmüştür.

Empatinin çeşitli tanımlarının ortak noktaları bir araya toplanarak gruplandırılacak olursak empati kavramını anlamak için; empatiyi; “kişinin kendisini bir başkasının yerine koyması; bir başkası gibi hissedebilmesi; başka insanların duygularının, heyecanlarının ve davranışlarının farkında oluşu; diğerlerinin algılarını, düşüncelerini, duygularını, tutumlarını ve özelliklerini anlayabilmesi; onların zihinsel yaşantılarını, yaşanan olaylar karşısındaki bakış açılarını kavrayabilmesi; yaşamın, onun için ne ifade ettiğini anlayarak, başka insanın yaşayış ve deneyimlerine dâhil olması” olarak tanımlayabiliriz.

Empatik iletişimin hangi öğelerden oluştuğu yolundaki kuramsal görüşlere göre, empatide başlıca iki öğe vardır. Bunlar bilişsel ve duygusal öğelerdir. Empatinin bilişsel yönü ile kastedilen ‘karşısındakini anlamak’ Duygusal yönü ile kastedilen ise ‘karşısındakini

hissetmektir'. Çok sayıda araştırmacının bu iki ögeyi kabul etmesine rağmen literatürde bu öğelerden bazen sadece birini vurgulayan tanımlara rastlanmakla birlikte bu iki ögeyi üçe çıkaran araştırmacılar olduğu da belirtilmektedir. Örneğin Hoffman empatinin bilişsel duygusal ve güdüsel üç ögesi olduğunu aktarmaktadır. Barrett-Lennard, empatinin tek yönlü değil, iki kişi arasındaki karşılıklı dairesel nitelikli bir iletişim şekli olduğunu vurgulayan üç basamaktan oluşan bir empati modeli ortaya atmışlardır.

1. Empati kurma sürecinin ilk basamağı, empati kuracak kişinin içinde geçer; bu basamakta empatik anlama söz konusudur.
2. İki kişi kafasında oluşan empatik değerlendirmeyi karşısındakine iletir.
3. Kendisiyle empati kurulan kişi, karşısından gelen empatik mesajı algılar. (Empati kurulan kişi bu durumu bir geri bildirimle empati kurana iletebilir.)

Rogers'a göre empati, empati öğeleri olarak geçen anla, hisset ve göster basamakları empati kuracak kişinin üç işlevi yerine getirmesinin gerekliliği üzerinde durur (Dökmen, 1988).

1. Empati kuracak kişi, kendisini karşısındakinin yerine koymalı, olaylara onun bakış açısıyla bakmalıdır. Bunu gerçekleştirmek için de karşısındaki kişinin rolüne girmeli o kişinin rolünde kısa bir süre kalmalı, daha sonra bu rolden çıkarak kendi yerine geçebilmelidir.

2. Empati kurulabilmesi için karşıdaki kişinin duygu ve düşüncelerinin anlaşılması yeterli değildir. Bu noktada empatinin iki işlevsel bileşenini unutmamak gerekir; bilişsel ve duygusal bileşenler. Karşıdaki kişinin rolüne girerek onun düşündüğünü anlama bilişsel nitelikli bir etkinlik, Karşısındaki kişinin hissettiklerinin aynısını hissetmek ise duygusal nitelikli bir etkinliktir. Bu yönüyle bilişsel, duygusal bileşenin ön şartıdır.

3. Empati tanımındaki son ögede ise empati kuran kişinin zihninde oluşan empatik anlayış karşıdaki kişiye iletilir. Karşısındaki kişinin duygu ve düşünceleri tam olarak anlaşılabilirse bile eğer anlaşıldığı ona ifade edilmezse, empati kurma süreci tamamlanmış sayılmamaktadır.

Carl Roger'ın tanımını oluşturan bu üç öğeden hiç birisinin önceki tanımlarda bir arada kullanılmadığı görülmektedir. İnsancıl kuramcılar arasında yer alan Rogers'ın kastettiği empati anlayışı bugün en çok kabul gören tanım olarak literatürde yerini almıştır. Ancak

empatik yaklaşımlar onun tanımlamalarından önce de kuramcılarının özenle vurguladıkları kavramların başında gelmektedir.

10.6. İŞ YERİNDE EMPATİ

Her türlü sistem insan üzerine kurulur. İnsansız bir sistem düşünmek ve uygulama alanı araştırmak ne kadar yanlışsa çalışanı rahat ve motive bir ortamda yüksek verimle çalıştırmak da o kadar doğrudur. Kurum yönetimi her zaman iyi ve mükemmeli hedeflemektedir.. Bu kavramları çalışanla yakalayacağına inanmış ve bu hedefe kenetlenmiştir. Diğer taraftan yaşama standardında çalışan da aynı amaçları hedeflemiş ve bunu işletme yönetiminden beklemiştir. Her iki tarafında beklentileri ve hedefleri aynıdır ama uygulama alanları farklıdır. Hedeflerin aynı olması demek beklentilerin eş değer olması demekse o zaman şirket içerisinde yüksek verim dinamiklerini ateşlemek gerekmektedir.

Empatik anlayışın farkında olarak ve kuruma yarar sağlayan değişimi yönetmek için, [sorumluluğu](#), [sezgi](#), [zeka](#) ve [bilgiye](#) dayalı karar ve uygulamalarla taşıyan kişiye yönetici denir. Etkin yönetici elindeki gücü kullanabilme kapasitesine bağlı olarak, çevresini etkileyen kişidir. Gerektiğinde aldığı zor kararların ve sonuçlarının ardında durmasını bilir. İnsanın başkalarından aldığı bilgilerle bilgili olabildiğini, ancak sadece kendi aklı ile akıllı olabildiğini bilir. Bu nedenle çevresine danışır ancak son kararı hep kendisi verir, şüphesiz tüm sorumluluğu alarak yapmak durumundadır (Cooper ve Sawaf, 2000)

Temel yaklaşım olarak, çevresinde bulunan bireyleri hitabet gücü, sahip olduğu bilgi ve vizyonu ile etkileyip, sürükleyen bir yapıya sahiptir. İnsanları dinler ve anlamak için özel çaba sarf eder. Çevresindeki herkesin en iyi yanlarını geliştirmelerine olanak sağlayacak olumlu değişim ve sürekli öğrenme ortamları sağlar. Sahip olduğu güçlü sosyal değerler sayesinde çevresinde yarattığı "karizma" sahip olduğu örnek kişilik ve tutarlı davranışları, diğer insanlar için etkin bir rol modeli olmasına yol açar.

Bu biçimde, empatik anlayışla karşılaşan her çalışan karşıdakini aynı biçim ve derecede sevmeyebilir, ancak belirgin bir saygı üreten yönetici karşısındakinden saygı görür. Saygı gören insan karşısındaki kişinin verdiği değeri kaybetmemek için daha dikkatli ve her fırsatta kendisini gösterme gayretinde olabileceği bir performans sergiler (Dökmen, 1988). Çünkü liderin olumlu takdirini toplayabilmek, manevi alanda derin bir tatmin sağlar. Şüphesiz, bireyler yöneticiye gösterdiği cesaret ve tutarlı davranışlar nedeniyle, kişisel bir sevgi de hissedebilir, hatta derin bağlılık bile duyabilirler. Ancak liderin temel duruşu "saygı" üreten ilişki olmalıdır.

Görev Esnasında Empati İle Yaklaşmanın İşlevi

Görev esnasında empatik yaklaşım (Dökmen, 1994:130-132):

- İnsanları birbirine yaklaştırır.
- İletişimi kolaylaştırır.
- İnsanlar kendileriyle empati kurulduğunda, anlaşıldıklarını ve kendilerine önem verildiğini hissederek.
- Empatik becerileri ve eğilimleri yüksek olan, bu yüzden mesleklerinde ve çevrelerinde ilişki içinde bulunduğu insanlara yardım eden kişiler iş ortamında ve özel yaşamlarında sevilirler ve saygı görürler.
- Mesleki işbirliğini ve dayanışmayı artırır.
- Çalışma yaşamında empatik yaklaşım ile kendini açma, toplumsallaşma, sosyal duyarlılık ve topluma uyum arasında pozitif bir ilişki vardır.

Uygulamalar

Empatiyi, yalın olarak, *kişinin kendisini karşısındaki kişinin yerine koyarak onun duygu ve düşüncelerini anlaması, bunu da karşısındaki kişiye iletmesi biçiminde* tanımlayabiliriz. Sizde çevrenizdeki insanlarla empati kurup onları anlamaya yorumlaya çalışınız.

Uygulama Soruları

1.Görev esnasında empati ile yaklaşmanın işlevi nelerdir?

Bu Bölümde Ne Öğrendik Özeti

Kişilerarası algı, sosyal algı, sosyal duyarlılık ve empati gibi çeşitli kavramlar insanları anlama becerisi için kullanılmaktadır. Günümüzde empatinin “karşısındaki bireyin duygularını anlama”, “karşısındaki bireyin duygu ve düşüncelerini anlama”, “karşısındaki bireyin hissettiklerini hissetme” gibi değişik şekillerde tanımlandığı görülmektedir. Empatiyi, yalın olarak, *kişinin kendisini karşısındaki kişinin yerine koyarak onun duygu ve düşüncelerini anlaması, bunu da karşısındaki kişiye iletmesi biçiminde* tanımlayabiliriz. Kendini kişinin yerine koyma süresi, durumu anlamak için yeterli ama kısa olmalıdır. Bu sürenin sonunda empati kuranın kendi bakış açısına ve kendi duygu durumuna dönmesi gerekir. Empati kurulacak kişi, çok kanaldan dinlenmeli, düşünceleri, tutumları ve duyguları anlaşılmaya çalışılmalıdır. Bu nedenle, etkin dinleme empati kurma sürecinin temel taşıdır. Sosyal duyarlılık bir kişilik özelliğidir. Bu özelliğe sahip olan kişilerin bunu eğitimle daha da geliştirmesi mümkündür. Bu biçimde, empatik anlayışla karşılaşan her çalışan karşıdakini aynı biçim ve derecede sevmeyebilir, ancak belirgin bir saygı üreten yönetici karşısındakinden saygı görür.

Bölüm Soruları

1) Karsımızdaki kişiyi daha iyi anlayabilmemiz ve empati kurabilmemiz için karsımızdaki kişinin düşüncesiyle birlikte neyi anlamamız gerekir?

- a. Hayat tarzını
- b. Yasam koşullarını
- c. Duygularını, hislerini
- d. Aile yapısını
- e. Geldiği sosyo-ekonomik kültürü

2) Empatinin son aşaması nedir?

- a. Karsımızdaki kişiyle arkadaş olmak
- b. Karsımızdaki kişinin sorunlarını çözmek
- c. Karsımızdaki kişi ile ilgili zihnimizdekileri başkasıyla paylaşmak
- d. Karsımızdaki kişi ile ilgili zihnimizdeki yaklaşımı karsımızdakini iletmek
- e. Karsımızdaki kişi ile ilgili zihnimizdeki yaklaşımı değiştirmek

3) Empati ile sempati arasındaki farkı oluşturan nedir?

- a. Karsımızdaki ile olan roller çatışması
- b. Karsımızdakinin düşüncelerini değiştirmeye çalışsak
- c. Karsımızdakinin rolüne girdikten sonra tekrar kendi rolümüze dönmek
- d. Karsımızdakinin rolüne değerler yüklemek
- e. Karsımızdakinin rolüne girip hayata o açıdan bakıp o rolle özdeşleşmek

4) Karsımızdaki insanlara empatik tepki vermenin yolları nelerdir?

- a. Yazı ve sözle
- b. Söz ve bedenle

- c. Beden ve mimiklerle
- d. Güzel söz ve şiirlerle
- e. Onu anladığımızı anlatmak

5) Hayatı boyunca sıkıntı görmeyen, toplumla iç içe girmemiş, zengin bir hayat içinde yaşayan bir insanın aşağıdaki unsurlardan hangisine sahip olması gerekir ki yoksul bir işçinin halinden anlasın?

- a. Adli—Tıp unsuru
- b. Argüman unsuru
- c. Morfoloji dalı
- d. Empati unsuru
- e. Diyalektik unsuru

6) kişinin kendisini karşısındaki kişinin yerine koyarak onun duygu ve düşüncelerini anlaması, bunu da karşısındaki kişiye iletmesi biçiminde tanımlayabiliriz.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) Empati
- b) İletişim
- c) Kişilerarası iletişim
- d) Duyum
- e) Algı

7. Bir kimsenin duygularını hayal yoluyla hissetmek.

Yukarıda açıklaması verilen unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Duygusal boyut
- b) Moral boyut
- c) Bilişsel boyut
- d) Davranışsal boyut
- e) Empatik eğitim

8. Duyguları anlamak için gerekli olan iç motivasyon.

Yukarıda açıklaması verilen unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Duygusal boyut
- b) Moral boyut
- c) Bilişsel boyut
- d) Davranışsal boyut
- e) Empatik eğitim

9. Entellektüel ve analitik becerileri içeren diğerlerinin duygularını anlayabilme yeteneğidir.

Yukarıda açıklaması verilen unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Duygusal boyut
- b) Moral boyut
- c) Bilişsel boyut
- d) Davranışsal boyut
- e) Empatik eğitim

10. Aktif dinleme, kritik etme (reflection) gibi iletişim becerileridir.

Yukarıda açıklaması verilen unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Duygusal boyut
- b) Moral boyut
- c) Bilişsel boyut
- d) Davranışsal boyut
- e) Empatik eğitim

Cevaplar: 1)c,2)d,3)e,4)b,5)d,6)a,7)a,8)b,9)c,10)d

11. KİŞİLERARASI İLETİŞİMDE ÇATIŞMALAR ve ENGELLER

Bu Bölümde Neler Öğreneceğiz?

11.1. ÇATIŞMA

11.1.1. Çatışma ve Rekabet Arasındaki Fark

11.1.2. Çatışma faktörleri

11.1.3. Çatışma Yaratıcı Bireysel Faktörler

11.1.4. Çatışma Tipleri

11.2. KURUMSAL ÇATIŞMA

11.2. 1. Kurumsal Çatışmayı Tetikleyen Engeller

Bölüm Hakkında İlgi Oluşturan Sorular

- 1)Çatışma nedir?
- 2) Çatışma ve rekabet arasındaki fark nedir?
- 3)Çatışma yaratan bireysel faktörler nelerdir?

Bölümde Hedeflenen Kazanımlar ve Kazanım Yöntemleri

Konu	Kazanım	Kazanımın nasıl elde edileceği veya geliştirileceği
Çatışma ve rekabet arasındaki fark	Çatışmanın ve rekabet arasındaki farkın öğrenilmesi	Çatışma ve rekabet arasındaki farkın öğrenciler tarafından araştırılıp, tartışması gerekmektedir

Anahtar Kavramlar

Çatışma, rekabet, duyarsızlık, kararsızlık, alınganlık

Giriş

İletişim sürecinde etkin iletişimi engelleyen pek çok faktör vardır. Temelde iletişimi engelleyen yapıcı ve bozucu olmak üzere iki engel türünden söz edilebilir. İletişimin etkinliğini engelleyen çeşitli bozucu engeller vardır. Söz konusu engeller, etkin iletişim yönetimi sayesinde ortadan kaldırılabilir. İletişimde engeller olduğu zaman, anlaşmazlıklar olur; bireysel ve örgütsel çatışma ortaya çıkar. Çatışmaları gidermenin en etkin yolu, insanların birbirleriyle yaşadıkları iletişim kopukluklarını ortadan kaldırarak, anlaşma ve uzlaşma zemini yaratmaktır. İletişim engelleri, çeşitli faktörlerden doğabilir. İletişime engel olan faktörlerden bazıları; fiziksel uzaklık, statü farklılığı, cinsiyet farklılıkları, kültürel ve dil farklılıklarıdır. İletişim engelleri aşağıdaki faktörlerden kaynaklanır (Tutar ve Yılmaz, 2003:64):

- İnsanların, iletişime olan ihtiyaçlarının farkında olmamaları,
- İnsanların iletişimin önemini yeterince kavrayamamaları,
- İnsanların etkin iletişim yöntemlerini bilmemeleri,

İnsanlar arasında etkin iletişimin en önemli engellerinden biri, mesajı anlamadan önce onu yargılama ve değerlendirmeye kalkmaktır. Bu durum çatışmaya, zıtlığa, anlaşmazlıklara, bazen de aşırı ve anlamsız bir uyumculuğa neden olur. Etkin iletişim, bir mesajın açıkça iletilmesi, alıcının da onu etkin dinleme ve algılamasıyla gerçekleşir. Gönderilen mesajı sürekli reddetmek ve ona olumsuz geri bildirimde bulunmak, bir iletişim engeli olduğu gibi, onu sürekli kabul etmek ve mesaja katkıda bulunmamak da bir iletişim engelidir.

11.1. ÇATIŞMA

İnsan belirli bir zamanda belirli nesneler ya da durumlar arasında ya da bir nesnenin birden çok niteliği arasında seçim yapmak zorunda kalabilir. Böyle durumlar için Tinberger ve arkadaşları çatışma terimini önermişlerdir.

Çatışma insan yaşamının kaçınılmaz bir parçasıdır. Çatışma olmadan iletişimde bulunabilsek de iletişim olmadan çatışma yaşayamayız. Çatışmanın birçok farklı tipi vardır.

Genel olarak organizmanın birden çok olumlu ya da olumsuz değerlikli dürtü nesnesi ile karşılaşması ve bunlardan birini seçmek zorunda kalması ya da hem olumlu hem de olumsuz değerlik taşıyan dürtü nesnesiyle karşılaşması durumu çatışma olarak bilinir (Öztürk, 1981).

11.1.1. Çatışma ve Rekabet Arasındaki Fark

Rekabet bölünemez bir hedefi elde etme amacıyla iki ya da daha fazla birey arasında karşılıklı kavgadır. Rekabet biyojenik (yaşayan organizma tarafından üretilen) ya da sosyojenik (toplum tarafından üretilen) gereksinimlerin doyurulması yoludur ve belirlenmiş ya da ima edilen bazı düzenlemeler ya da kuralları izler.

Çatışma birbiriyle uyuşmayan faaliyetleri belirtmek için kullanılmaktadır. Rekabet ise birbirine bağımlı taraflar arasındaki hedeflerin zıtlığını belirtmektedir, biri için hedefe ulaşma olasılığı azaldığında diğerrinin olasılığının artması gibi. "Ben kazandığımda sen kaybedersin ya da bunun tam tersi". Rekabet ve çatışma arasındaki bu farklılıklar yararlı ise de kişilerarası çatışmanın yapısının analizi bireyler arasında belirlenen hedeflerde antlaşma düzeyini ve onlar arasındaki rekabeti körükleyen kaynak eksikliği üzerinde yoğunlaşmalıdır.

11.1.2. Çatışma faktörleri

Kişilerarası ilişkilerde çatışmanın gelişmesinde çeşitli faktörler önemlidir.

1-Birincisi ilişkide bulunan kişilerin birbirlerini algılama biçimleridir. Bizimle aynı görüş paylaşan insanlarla ilişki kurmak isterken, bizimle aynı görüşte olmayan, farklı olan

insanlara karşı güçlü bir güvenmeme vardır. İlişkilerde bunlar geç fark edildiğinde uzlaşma sağlanması çok güç olmaktadır. Bu farklılıklar boşanmalarda sıklıkla dile getirilmektedir.

2-İkincisi bireyin temel kişilik yapısı kişilerarası ilişkilerde çatışmaya neden olmaktadır. Genellikle biriyle tanıştığımızda onun bir düşüncesini beğenmeyerek ona karşı bir sevmeme tutumu geliştiririz. Kişilik özellikleri genel bir aşağılanma duygusu yaratabilir ya da belirli bazı özellikler ortaya çıkarıldığında çatışma yaratabilir.

3-Kişilerarası çatışma bir birey diğer bireyi durumla tutarsız bir rol davranışı içinde ya da daha önceki beklentileri ile ters düştüğünü algıladığında gelişebilir.

11.1.3. Çatışma Yaratıcı Bireysel Faktörler

Korkular: Yeni durum ve insanlardan, yanlış şeyler söylemekten, alaya alınmaktan, başkasının gözüne aptal görünmekten, duygularımızı ifade etmekten ya da kontrol edememekten korkmak, iletişim korkuları arasında sayılabilir. Yanlış anlaşılardan korktuğumuz için bazen hiçbir şey söylemeyiz. Kontrol etmekten korktuğumuz için duygularımızı bastırırız. Eleştirilmekten korktuğumuz için düşündüğümüzü söyleyemez, bulunduğumuz ortamdaki kişilerin görüşlerini benimsemiş gibi yaparız.

- Yeni durum ve insanlardan
- Yanlış şeyler söylemekten
- Alaya alınmaktan
- Başkalarının gözündeki aptal görünmekten
- Eleştirilmekten korkarız.

Böylece bu korkular başka insanlarla iletişim kurmamızı zorlaştırır.

Önkabuller: Bir şeyin nasıl olduğu ve nasıl olması gerektiği hakkındaki inançlarımız, değerlerimiz ve tutumlarımızın toplamına ‘ön kabul’ deniyor. Ön kabuller iletişim aksaklıklarında çok önemli bir rol oynar. Çünkü ister istemez, karşımızdaki kişinin de bizimle aynı şekilde düşündüğünü, aynı tutumu alacağını ve aynı değerleri taşıdığını düşünürüz. Özellikle de bir müzakere ya da bir görüşme halindeyken, karşımızdakinin farklı bir kişi olduğunu ve bu nedenle farklı bir yaklaşım taşıyabileceğini dikkate almayabiliriz. Bizim ön kabullerimiz karşı tarafın onayını almadığında sinirleniriz. Bu da iletişim kazalarına yol açar.

Duyarsızlık: Başkalarının duygu ve düşüncelerini dikkate almayıp, sürekli kendi yaptıklarımız, kendi durumumuz ya da kendi duygularımızla ilgilendiğimizde insanlarla olan iletişimimizde aksama olur. Her şeye duyarlılık göstermek mümkün değildir. Günlük hayatın temposu içinde, kimi zaman kendimizi kaptırmamız da gerekebilir. Oysa sürekli kendi yaptıklarımız, kendi durumumuz ya da kendi duygularımızla ilgilendiğimizde insanlarla olan iletişimimiz aksamaya başlar.

İsim Takma:“Koca bebek...”,“Hadi bakalım Süpermen”,“Geri zekalı”, gibi ifadeler iletişim sürecinde karşıdaki kişinin kendisini değersiz hissetmesine, sevilmediği kanısına varmasına yol açabilir. Bu durum alıcının öz saygısına zarar verir ve kişiyi karşılık vermeye iter. Bu durum da iletişimi çıkmaza sokarak, çatışmaların yaşanmasına neden olur.

Kararsızlık: Konuşurken zaman zaman, "Şey, eee, yani, hımm, ne diyordum" gibi ifadeler kullanırız. Ancak bu ifadeleri çok sık kullanan kişilerle sohbet etmeyi de hiç sevmeyiz. Bu sözcüklere bazen bir şeyi tam olarak bilmediğimizde kendimiz de başvururuz. Bunları kullanmayı alışkanlık haline getirmiş bir kişi, ya karar vermekten ya da söylediklerinin dinlenmeyeceğinden korkuyor demektir. Veya düşünce tembelidir. Bu nedenle iletişim kurarken mesajımızı hazırlamak çok önemlidir. Hazırlanmış bir mesaj hem yeterli bir içeriğe, hem de uygun bir sürece dayandığı için bizleri sık sık "Eee, şey" vb. demekten kurtarır..

Alınganlık: Alınganlık, ruhun kendi kendini deşen yarasıdır. Alıngan kişi karşındaki insanların her söylediğinde mutlaka kendisine yönelik bir olumsuzluk arar ve bulduğunu sanır. Kendisiyle öteki insanlar arasında duvar ördüğü için de genellikle kimseyle düzgün bir iletişim kuramaz. Başkaları da alıngan kişilerle konuşmayı tercih etmez.

Ben Merkeziyetçilik: Benmerkezci biriyle konuşmakta olan kişi kendini önemsiz hatta varlığı dikkate alınmıyor gibi hisseder. Böylece sağlıklı iletişim gerçekleşmez. İletişim iki tarafın karşılıklı yer aldığı bir süreçtir. Her konuda kendini öne çıkarma, sürekli kendinden söz etme ve öteki insanlardan daha önemli olduğuna inanma haline “ben-merkezcilik” denir. Sürekli kendisinden söz eden bir kişi başka bir insanla iletişim kurabilir mi? Ben-merkezcilik, kişinin öteki insanlara değil kendisine yöneliktir. Karşısında bir insan değil adeta bir ayna vardır. Bu nedenle de ben-merkezci biriyle konuşmakta olan kişi kendini önemsiz, hatta varlığı dikkate alınmıyormuş gibi hisseder. Böylece iletişim gerçekleşmez (<http://www.donusumkonagi.net/>).

11.1.4. Çatışma Tipleri

Kişilerarası çatışmanın beş tipindeki ilk çatışma tipi gerçek çatışmadır. İkincisi yapay çatışma, üçüncüsü yaratılan çatışma, dördüncüsü, şiddetliye karşın şiddet olmayan çatışma ve beşincisi ise yüz yüze olmaya karşın aracılı çatışmadır (Burger,2004).

1.Gerçek Çatışma: Gerçek çatışma hedefler ya da davranışlar kaynaklar için uygun olmadığında ortaya çıkmaktadır. Bu durum bir "0" toplam durumudur. Kişiler arası ilişkilerde gerçek çatışma bir bireyin kazanması ya da belirli hedeflerine ulaşması diğer bireyin kaybetmesi ya da onun belirlediği hedeflerine ulaşamadığı durumlarda olacaktır. Örneğin iki erkek aynı kızla çıkmak isterse bu iki kişi kendi aralarında çatışma içinde olacaktır çünkü kız birinin teklifini kabul ettiğinde diğerini reddedecektir.

2.Yapay Çatışma: Bu tür bir çatışma bir tarafın kazançları diğer tarafın kaybıyla doğrudan bağlantılı değildir. Uzlaşma ya da işbirliği bütün taraflar için kazançla sonuçlanabilir. Aynı kızın dikkatini çekmek için gayret eden iki genç erkek örneğinde iki erkek de genç kızla ilişki kurabilir. Bu yapay çatışma sadece kız ya da adaylar biri bu ilişki de üç kişinin fazla olduğunu düşündüğünde gerçek bir çatışmaya dönüşebilir.

3.Yaratılan Çatışma: Bir birey ya da grup görünen dışındaki hedefler için çatışma yaratırsa bu yaratılan çatışmadır. Grup liderleri sıklıkla bir "düşman" ya da dışarıdan bir tehdit yaratarak tarafları üzerindeki etkilerini güçlendirmeye çalışırlar, böylece grup bu çatışma ya da baskıya karşı koymak için çekingen ve birbirini tutan bir birim içinde birbirine bağlanacaktır. Askeri manevralarda da aynı sistem işlemektedir. Ordu kendisi için hayali bir düşman yaratmakta ve bununla savaşmaktadır. Yapılan bu tür bir askeri çatışma grubun birbirini tutmasına neden olur ve lidere olan dayanışmayı artırır.

4.Şiddetliye Karşın Şiddet İçermeyen Çatışma: Şiddetli ya da şiddet olmayan çatışma arasındaki fark zorlama ve abartılı konuşmadır. Bir çatışma sözel alışverişten fiziksel saldırganlığa geçtiğinde çatışma haline gelmektedir. Her ikisi de değişim yaratma yönünde etkili yöntemler olabilir, bunu dışarıda tutarsak bu ayrım olasılıkla çok az ele alınmayı gerektirmektedir. Bazı istisnaları dışarıda tutarsak toplumların büyük bir kısmı başlangıçlarını şiddetli çatışmaya bağlasalar da toplumlar şiddet içermeyen çatışmayı tercih etmektedir.

5.Yüz Yüze Olmaya Karşın Aracılı Çatışma: Beşinci çatışma tipi yüz yüze olmaya karşın aracılı çatışma tipidir. Bireyler arasında ya da küçük gruplar arasında görülen çatışmaların çoğu aracılı çatışmaya karşıt olan yüz yüze çatışmadır. Büyük kuruluşların üyeleri çatışmalarını çözmek için yönetim, sendika ve profesyonel gruplar oluştururlar. Küçük

gruplardaki bireyler ve üyeler sıklıkla hemen kişilerarası iletişim ile ele alınması gereken acil çatışma yaşamaktadır. Bu nedenle çatışma daha öznel ve kişiseldir. Büyük kuruluşlar kendilerini korumak için avukat tutarlar, bireylerin ya da grup üyelerinin çatışmadan kurtulmaları çok daha zordur. Aracılı çatışma durumu çatışmaların çözümü için uygun olduğu zaman medyada kullanılmaktadır.

11.2. KURUMSAL ÇATIŞMA

Kurumsal çatışma ayrılık için belirlenmiş kurallar ve işlemlere bağlanmaktadır. Belki de grevi protesto etme ve devam etme fikri kurumsal çatışmanın temelini teşkil etmektedir. Hoşnutsuzluğu göstermenin belirlenmiş yöntemleri herkes tarafından bilinir ve genellikle izlenir.

Kurumsal çatışmalar daima kurumun normlarının ve yaptırımlarının belirlediği örüntüleri tam olarak izlemek zorunda değildir. Normdan çok fazla sapmalar pratik olarak her şey de bulunabilir. Çatışmadaki spontanlık ve karışıklık derecesi çatışma düzeyinin kurumsal mı yoksa kurum dışı mı olduğunun belirlenmesinde kullanılmalıdır (Ertürk, 2010:170).

İletişimin temel amacı, kişilerin anlayacakları ve kabul edecekleri mesajlar göndererek, onları etkilemek ve bir davranışta bulunmaya yönlendirmektir. Kurumlarda yeterli iletişim becerileri olmayan yöneticiler, genellikle astları ile iletişim kurmada başarısız olurlar. Bu problem bir ölçüde, neyin iletilmesi gerektiğini bilmemekten kaynaklanır. Yöneticilerin bir mesajın neden gönderilmesi gerektiğinin farkında olmamaları da, etkin iletişimi engeller.

Kurumlarda çalışanların iletişim problemleri, aşağıdaki durumlarda ortaya çıkar:

- İş görenlerin dinlemeye olan isteksizlikleri,
- iş görenlerin zihinsel kavrama kapasitelerinin yetersizliği,
- İş görenlerin mesaja karşı duydukları ilgi yetersizliği,
- İş görenlerin sorumluluk alma yeteneklerinin zayıflığı,
- İş görenlerin yüksek dalgınlık dereceleri,
- İş görenlerin mesajı anlama kapasitelerinin yetersizliği.

Kurumlarda genel olarak beş tür iletişim engeli bulunur. Bunlar; fiziksel uzaklık, statü farklılıkları, cinsiyet farklılıkları, kültürel farklılıklar ve dil engelidir. Bunun dışında başka bazı iletişim engelleri de vardır. Aşağıda, önce iletişimin temel engelleri olan yapıcı ve bozucu engelleri, daha sonra da diğer iletişim engelleri üzerinde durulacaktır.

Kurumlarda yönetsel etkinliklerin sonuncusu kontrol fonksiyonudur. Kontrol etkinliği aynı zamanda iletişimin yapıcı engellerini de kapsayacak şekilde yapılmalıdır. Kontrol ve planlama faaliyetleri, iletişimin amaç ve uygulamaları ile doğrudan ilgilidir. Kurumu bir bütün olarak bir arada tutabilmek için, iletişim süreci, yöneticilerin denetiminde yürütülmelidir. Yönetici yanlış iletişimden kaynaklanan kurumsal çatışmaları, iletişimin yapıcı engelleriyle önlemelidir (Tutar ve Yılmaz, 2003:66):

11.2. 1. Kurumsal Çatışmayı Tetikleyen Engeller

İletişim Engelleri

İletişimin etkin olarak kurulmasını engelleyen çeşitli bozucu engeller vardır. Bunların bazıları; tutarsızlık, güvensizlik, isteksizlik, yetersiz dinleme, aşırı bilgi yükleme, semantik faktörler, statü, yaş ve cinsiyet uyumsuzlukları, gürültü ve diğer çevresel faktörlerdir. İletişim engellerinden bazıları bizzat insan psikolojisinden, onun inanç, tutum ve davranışlarından kaynaklanır. Bu tür iletişim engellerini aşağıdaki gibi gösterebiliriz:

- İnsanlar genel olarak duymak istediklerini duyar, görmek
- İstediklerini görürler; iletişim konusunda seçmeci davranırlar,
- Statü farklılıkları gözeterek, üstlerin mesajına, astların mesajından daha fazla önem verirler,
- Güven eksikliği, karşı tarafa inanmama etkin iletişimin kurulmasını engelleyen önemli bir faktördür,
- Anlaşılmazlığa ve karışıklığa neden olan ifade güçlükleri,

Kurumlarda yöneticinin olumsuz tutumları iletişimin bozucu engellerinin başında gelir. Bazı yöneticiler, aldıkları karar, belirledikleri amaç ne olursa olsun, çalışanların bunu itirazsız kabul etmelerini ve uygulamalarını beklerler. Bu tür bir yönetsel düşünce, oldukça müdahaleci, bireysel inisiyatife yer vermeyen ve geri bir yönetim anlayışını ifade eder. Demokratik kuralları önemsemeyen yöneticiler, yönetilenlerin istek ve beklentilerini dikkate almadan, kendi isteklerini tartışmasız kabul etmelerini beklerler. Oysa lider vasfına sahip bir

yönetici, kendi isteklerini başkalarının istekleri haline getirir. Yönetimde liderlik düşüncesi, kurumlarda etkin iletişimin en önemli kaynağıdır.

İletişimin bozucu engellerinden biri de, iletişim kopukluklarına neden olan “iletişim perdesi” veya “filtre”leridir. Hemen her iletişim sisteminde bulunan ve amacı yalnızca belirli bilgilerin iletişim kanalı içersinde aktarılmasını sağlamak olan perdeler, büyük ölçüde mesajı bozucu etkiye sahiptir. Örneğin bir yönetici, belirli bir mesaja astlarının vereceği tepkiden çekiniyorsa, bu durumda vereceği mesajı büyük ölçüde perdeleyecektir. Perdeleme, yöneticilerin serbest mesaj iletme inisiyatiflerini sınırlandırarak, kararlarına karşı olabilecek itirazları önleyebilir ve potansiyel otorite kaynaklarını arttırabilir; ancak bu durumda da kurumsal iletişim etkinliği gösterilemez ve yönetici, kurumda temel görevlerinden biri olan bağlantı kurma fonksiyonunu etkin biçimde yerine getiremez (Tutar ve Yılmaz, 2003:66-67):

Kişisel Engeller

Algılama, duyu organlarımıza gelen dışsal uyarıların farkına varma ve yorumlama olarak tanımlanabilir. Her türlü iletişimde yorumlama vardır. Kişiler aldıkları mesajları bilgilerine, inançlarına ve tutumlarına göre yorumlarlar. Yorumlarken de çoğu zaman olayları olduğu gibi değerlendirmez, olmasını istedikleri gibi değerlemek isterler. İnsanların mesajı olduğu gibi değil, kabul ettikleri biçimde algılamalarının nedeni, kişisel özelliklerinin yani sıra, seçici dikkatlerinin yoğunlaşmasıdır. Aynı olayı izleyen kişilerin, farklı değerlendirme yapmaları veya benzer mesajı alan alıcıların değişik davranış göstermelerinde seçici dikkatlerin değişik yönlerinin önemli bir payı vardır.

İletişim önemli kişisel engellerinden biri, mesajın anlamını kasten çarpıtmaktır. Bu farklı biçimlerde ortaya çıkabilir. Amaçlı yalanlar bunun uç örneğidir. Amaçlı yalanlarda, mesajın anlamı ile doğurduğu sonuç arasında anlamlı hiçbir ilişki yoktur.

İnsanların kişisel arzu ve istekleri, değer yargıları, kültür yapıları, bilgi düzeyleri, içinde bulundukları duygusal ortam, alışkanlıkları, zevkleri ve tutkularının birbirinden farklı olması durumunda, iletişimin birçok kişisel engeli ortaya çıkar.

İletişimin kişisel engellerinden en önemlilerinden biri, algılama farklılıklarıdır. Algılama, iletişim sürecinde önemli rol oynar; çünkü her mesaj göndericinin algılaması sonucunda oluşur ve algılama iletişim sürecinde filtre görevi görür; yani bir iletişim engelidir. Bireylerin içinde bulunduğu psikoloji, algılamanın kişisel engellerini oluşturur. Alıcı, göndericinin iletmediği her mesajı tam olarak algılayamaz. Bu, mesaja gereği kadar önem ve

değer vermemekten kaynaklanabilir. Bunun dışında, alıcının göndericiye olan güveni, inancı, tutumu da göndericiden gelecek mesajları farklı şekilde yorumlamasına neden olur. Bu nedenle, gönderici mesajını kodlarken bazı önemli hususları ses tonu ile mesaj yazılı ise, altını çizerek, bazı ifadeleri tekrarlayarak yahut başka biçimlerde yeniden ifade ederek alıcıya göndermeli ve onun dikkatini önemli semboller üzerinde yoğunlaştırmalıdır.

Herhangi biriyle iletişim kurduğumuz zaman, duyduğumuz veya anladığımız şey, geniş ölçüde bizim kişisel tecrübelerimize bağlıdır. Bize söyleneni duymak yerine, mesajı kendimize göre algılarız. Bir mesajı aldığımız zaman, genellikle onu geçmişte tecrübe ettiğimiz benzer bir mesajla karşılaştırırız. Duyduğumuz yeni bir mesaj, hiçbir zaman salt anlamıyla algılanmaz; önceden edindiğimiz tecrübe ve bilgilerimizin etkisinde kalarak mesajı algılarız. Böylece yeni bir mesaj, eski bir tecrübenin gölgesinde algılanır ve eskiye ait tecrübeler yeni mesajın engeli olarak ortaya çıkar (Tutar ve Yılmaz, 2003:67-69):

Dil ve Anlatım Engelleri

Dil, iletişimin temel unsurudur. Dil karmaşık biçimde kullanılırsa, iletişim engeline yol açar. Bu nedenle iletişimde basit, yalın ve açıklayıcı bir dil kullanılmalıdır. Konuşmacı mümkün olduğu kadar dinleyicinin diliyle konuşmalıdır. Dil ve anlatım bozukluklarından kaynaklanan iletişim problemi semantik bir problemdir. Dil temelde gerçekleri ve hissedilenleri ifade etmede sembol kullanma yöntemidir. Bazı durumlarda aynı kelime, farklı insanlar için farklı anlamlara gelebilir. Anlamları ortaya çıkaran insanlardır, kelimeler değil. Bu durum, sözcüklerin asıl anlamlarını cümle içindeki kullanımlarından, vurgularından ve beden dili gibi destekleyici ikincil faktörlerden aldığını gösterir.

Bilgi Eksikliği Engeli

Bazen bilgi eksikliğinden dolayı verilen mesajı anlamayız ve anlamış gidi davranarak, bilgi eksikliğimizi gizlemeye çalışırız. Göndericinin mesajın içeriğini dolduracak kadar bilgili olmaması durumunda da, iletişim engeli ortaya çıkar. Bu durumda mesaj doğru ve yeteri kadar kodlanamaz ve bir iletişim engeli ortaya çıkarır. Bilgi eksikliğinden dolayı, “ne dediğini anlamadım” demek güçtür. Bunu hem kendimize, hem de karşımızdakine bir hakaret sayarız. Bunu söylememek için mesajı anladığımızı göstermeye çalışırız. Yeterince kavranmayan bir mesajı anlamış gibi gözükme ya atlamadır, ya da çarpıtma. Bazen mesajı anlamadığımız halde, anladığımızı sanmamız da mümkündür (Tutar ve Yılmaz, 2003:73):

Statü Farklılıklarından Doğan Engeller

Statü, bir toplumsal sistem içerisinde bireyin elde ettiği yeridir. Bu yer, insana toplumun diğer üyeleri tarafından verilmiştir. Statü bireyin düşündüğü veya beklediği değil, toplum üyelerinin kabul ettikleri yerdir. Kişiler arasında statü farklılıkları, kişiler arası iletişimin yönünü ve sıklığını belirleyen önemli faktörlerden biridir. İnsanlar ya eşit statüde, ya da daha üst statüde olanlarla iletişim kurmayı isterler. İnsanlar en az iki nedenden dolayı daha yüksek statüde olanlarla iletişim kurmayı arzu ederler;

- Yüksek statüdeki insanlarla iletişim kurmak, bu insanlara başkalarının yanında itibar kazandırır.
- Yüksek statüdeki insanların güç ve imkânlarından yararlanma düşüncesidir.

Aynı zamanda söz konusu iki neden, düşük statüdeki insanlarla iletişim kurmada isteksiz davranmanın nedenidir. Daha düşük statüde olanlarla iletişim kurmada ise isteksiz davranılır. Böylece statü farklılığından kaynaklanan bir iletişim engeli ortaya çıkar.

Statü farklılığı önemli bir iletişim engelidir. Çalışanlar kurumda inanç ve düşüncelerini, üstlere dürüstçe iletme ihtiyacı içindedirler. Eğer kurumda statü farklılıkları bilinçli olarak ortaya konmaya çalışılıyorsa, çalışanlar üstlerinin önerilerini yerine getirme konusunda daha isteksiz davranacaklar ve onları eleştireceklerdir. Bu durumda “mesajın öldürülmesi” denilen bir durum ortaya çıkar. Üstler sadece olumlu yorumlar duymak isterler, oysa statü farklılığından kaynaklanan iletişim engeli durumunda negatif değerlendirmeler söz konusu olacaktır (Tutar ve Yılmaz, 2003:73-74):

Cinsiyet ve Kültürel Farklılıkların Doğan Engeller

Kadınlarla erkekler arasında ortak bazı beden dili özellikleri vardır.

Bunun yanında cinsiyete göre, kültürden kültüre değişen farklı sözsüz iletişim yöntemleri de bulunmaktadır. Cinsiyet farklılıkları, özellikle geleneksel toplumlarda önemli bir iletişim engelidir. Kadınlarla erkekler arasında görüşme engelleri, görüşmeler sırasında sosyal mesafe, cinsiyetten kaynaklanan iletişim engelleridir. İletişim sırasında farklı cinsiyette olmanın farkında olmak bile, bir iletişim engelidir. İletişimde beden dili iletişimi, statü ve güç, egemenlik veya teslimiyet durumu gibi faktörler, cinsiyete dayalı iletişim engeli ortaya çıkarır.

İletişimde cinsiyet farklılığının bulunması, mesajın anlamında çeşitli bozulmalar, kadın ve erkek arasında anlaşmazlıklar ve anlam sapmalarına neden olur. Erkekler ve

kadınlar, çocukluklarından beri farklı eğitim alarak büyürler. Bu durum, yaşam konusunda farklı tutum ve bakış açıları, farklı iletişim biçimleri geliştirmelerine neden olur.

Araştırmalar, kadınların ve erkeklerin iletişimde bazı farklılıklarının olduğunu göstermektedir. Kadınlar konuşma ve samimi bir dil kullanma konusunda daha duyarlı iken, erkekler konuşmayla birlikte dilde statü ve bağımsızlık öğelerine daha fazla yer verirler. Kız ve erkek çocukların yetiştirilme biçimi, özellikle geleneksel toplumlarda önemli farklılıklar gösterir. Geleneksel toplumlarda kız çocuklarının beden dilini kullanmaları, geleneksel değerlerle sınırlandırılır. Erkeklerin beden dilini kullanmalarına görece olarak daha fazla izin verilir.

İletişim kurmada kadın ve erkekler farklı iletişim biçimleri kurmayı yeğlerler. Örneğin, kadınlar yüz yüze iletişimde karşılıklı oturarak, iletişim kurmayı tercih ederken, erkekler yan yana oturarak, rahat bir ortamda aynı noktaya odaklanarak iletişim kurmayı isterler. Mesaj iletiminde göz teması da, cinsiyet bakımından farklılıklar gösterir. Kadınlar, birbirleriyle göz temaslarını erkeklerden daha fazla sürdürürler. Kadınların bu davranışları, karşı tarafı onaylama ihtiyacından kaynaklanır. Mesaj iletiminin cinsiyete göre farklı olduğu diğer bir beden dili ögesi de, dokunmadır. Dokunma dostluğu ve kişiselliği sembolize eder. Dokunma bazen yakınlık göstermenin bir ifadesi iken, bazı durumlarda mesafeli, resmi davranmanın bir gereği olarak mesaj taşır. Bu yönüyle dokunma, bir statü ve güç gösterisi olarak kullanılır. İnsanlar daha yüksek statüde olanlara dokunmada bir ayrıcalık görürler. Dostluk ve yakınlığı gösterme amacıyla dokunmada, geleneksel kültürün etkisinde olanlar, daha sınırlı davranırlar. Görece olarak erkeklerin buradaki inisiyatif alanı daha geniştir. Kadınlar, hareketlerinde erkeklere göre daha yavaş ve daha korunmacıdırlar Erkeklere göre daha ölçülüdürler. Erkekler daha fazla jestlerini kullanır ve daha fazla yargılayıcıdırlar. Ayrıca erkekler egemenlik ve güç gösterisi açısından çevrelerini ve statülerini daha fazla kontrol altında bulundurma gereği duyarlar.

İnsanlar arasında anlamların değişimi olan iletişim, kültürel farklılıklar tarafından da engellenir. Bir düşünce, kodlama sırasında semboller ve dil aracılığıyla yeniden yorumlanır. Kod çözme sırasında da mesaj tekrar yorumlanarak, yeni bir anlama kavuşur. Bu anlamı, alıcı belli bir biçime göre kodlar; ancak iletişimde kullanılan semboller ve dil, bireyin bilgi birikimine ve kültürel yapısına bağlıdır. Yönetici, farklı kültürlerden gelen gönderici ve alıcıyı anlama ihtiyacı duyar (Tutar ve Yılmaz, 2003:74-75).

Hatalı Tamamlama Engeli

İki kişinin sürekli ilişki içinde olması, iletişimi olumsuz yönde etkileyebilir. Böyle bir olumsuzluğun nedeni, kişinin geri besleme sistemini hatalı kullanması ve aldığı mesajla bilgi birikimini yetersiz veya yanlış birleştirip, istenmeyen bir davranışta bulunmasıdır. İnsanlar, ilişkilerinin sıklığına bağlı olarak, sürekli ilişkide bulundukları kişiler için kalıp davranışlar düşünürler ve belirli tip mesajlar karşısında beklediği kalıp davranışların gerçekleşmesini beklerler. Aynı şekilde, belirli davranışlara bağlı olarak da özel mesajlar beklerler. Bu tür beklentiler çerçevesinde aldıkları veya gönderdikleri mesajlar için, özel beklentiler oluştururlar. Böyle bir durum ortaya çıkması halinde, beklenen davranıştan sapma varsa ve bu sapma istenmeyen yönde ise, iletişimde gerekli etkinlik sağlanamaz; olumlu bir mesaj istenmeyen bir sonuç doğurur (Tutar ve Yılmaz, 2003:64):

Psikolojik Engeller

Kaynağın verdiği mesaj, alıcı tarafından alınmak istenmediğinde, iletişim engellenir. Buna tıkanık iletişim denir. Tıkanık iletişimde mesajlar genellikle alıcısız kalır Bu durumda, alıcı dinlediklerini anlamsız olarak değerlendirir. Alıcı fiziksel olarak var olmasına rağmen, psikolojik olarak orada değildir. Eğer algılananlar kullanılmıyor ve geri bildirimde bulunulmuyorsa, böyle bir ortamda iletişim tıkanıktır. Geri bildirim olmayan iletişim de tıkanık iletişimdir.

Etkin iletişimi engelleyen diğer bir insan ilişkileri faktörü de, kişilerin farklı duygusal yapılarıdır. Özellikle iş ortamında astlar, rasyonel ölçülerin gerektirdiği şekilde davranıyorlarmış gibi gözükseler de, bunlar arasında duygular, bazen akıl ve mantıktan önce gelir. Eğer, bir yönetici duygusal bir kişiliğe sahip ise, astların onu üzme endişesi, normal boyutların ötesine geçecektir. Duygular, yalnızca mesajın aktarılmasını değil, dinlenmesini ve anlaşılmasını da etkiler. Duyguların iletilmesinde, kelime karmaşasından doğan bazı güçlükler söz konusudur. Bu nedenle, bir yönetici diğer kişilerin duygularını öğrenmek istediği zaman, onların ne söylediklerinden çok, nasıl davrandıklarına dikkat etmelidir. Mesajda birincil faktörlerin yanında, ikincil faktörlerin de üzerinde durulmalıdır. İletişimde genel kanaat şudur:

İnsanlar kendilerini kelimelerle pek iyi ifade edemezler. Kelimeler çoğu kez duyulanları, hissedilenleri - açıklamaya yetmez. Bu durumda insanlar, iletişimin ikincil unsurlarını harekete geçirerek, kendilerini açıklamaya çalışırlar. Eğer, sözlerle hareketler çelişiyorsa, bu durumda bedenin dili, sözcüklerin dilinden daha gerçekçidir.

Dikkat dağınıklığı, iletişim sürecinde önemli bir psikolojik engeldir. Dikkati dağınık olan biri, göndericinin mesajını anlamaz; çünkü hedef o sırada başka şeyler düşünmektedir. Mesajı duyar; ancak algılayamaz. Dikkat dağınıklığını aşmanın en iyi yolu, etkin dinleme alışkanlığı kazanmaktır; zira etkin dinleme, önemli bir iletişim becerisidir (Tutar ve Yılmaz, 2003:67-78):

Fiziksel Uzaklık Engeli

Yüz yüze görüşmenin yapılamadığı farklı mekânlarda bulunma durumu, iletişim engeli oluşturur. Telefonda görüşme sırasında, beden dilini iletememenin sıkıntısı yaşanır. Yüz kişilik bir gruba konferans veriyorsak, ön sıralarda kurduğumuz dolaysız ilişkiyi arka sıralardakilerle kuramayız. Bu da fiziksel uzaklıktan kaynaklanan bir iletişim engelidir.

Fiziksel uzaklık, kurumsal iletişimde de engel oluşturur. Kurumlar büyüyüp geliştikçe, faaliyet alanlarını genişlettikçe, iletişim kanalları uzamaya başlar. Günümüzde küresel işletmecilik faaliyetleri, kurumların iletişim altyapılarında önemli değişikliklere neden olmaktadır. Fiziksel uzaklıktan kaynaklanan iletişim engellerini ortadan kaldırmak için, bilgi ve iletişim teknolojilerinden yararlanılmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojileri sözlü, yazılı ve görüntülü mesaj iletme olanağıyla, fiziksel uzaklığın ortaya çıkardığı engelleri önemli ölçüde azaltmaktadır.

Faaliyetlerini ulusal ve ulusalar arası alanda sürdüren kurumlar uzaklıktan kaynaklanan iletişim engellerini ortadan kaldırmak için, bilgi ve iletişim teknolojilerinden yararlanmaktadırlar. Bu amaçla, ulusal ararsı düzeyde iletişim ağı olan “İnternet”, mesafelerden kaynaklanan iletişim engellerini aşmada önemli kolaylıklar sağlamaktadır. Böylece gelişen bilgi ve iletişim teknolojisi, fiziksel uzaklığın bir iletişim engeli olmasındaki rolünü gittikçe önemsizleştirmektedir. Modern kurumların büyüklüğünün yanında karmaşıklığı da, iletişim engeli ortaya çıkarmaktadır. Kurumsal iletişimde mesajlar, yönetimin farklı kademelerinden, farklı fonksiyonlarından ve farklı mevkilerinden geçerek ulaşmaktadır. Sayılan süreç ve yol ne kadar uzarsa, iletişimde o kadar sorunlar yaşanır; bu nedenle mesaj bozulur veya amacına ulaşamaz. Karmaşıklık, mesajın etkin iletimini engelleyen bir durumdur (Tutar ve Yılmaz, 2003:79):

Zaman Baskısı Engeli

Zaman baskısı önemli bir iletişim engelidir. İletişim kurarken zaman baskısı, çoğu kez iletişim problemlerine neden olur. Zaman kullanımının bir dili vardır. Hızlı konuştuğumuz zaman, zaman kısıtlamasıyla karşı karşıya bulunduğumuzun mesajını vermiş oluruz. Zamanın ne kadar önemli olduğunu, anlamak için toplantılarda konuşacağı çok sözü olup ta, buna zaman bulamayan insanlar çok iyi bilir.

İletişim, hiçbir olumsuz çevresel faktörün bulunmadığı bir zaman kapsülü içinde meydana gelmez. Sosyal bir çevrede, insanlarla iletişim ve ilişki kurmaya çalıştığımız zaman, birçok engelle karşılaşırız. Ya biz iletişim kurmak için zaman bulamayız, ya da karşımızdaki insanın bize ayıracağı zamanı yoktur. Her iki durumda da zamandan kaynaklanan bir iletişim engeli ile karşılaşırız. Bir mesajı gönderirken, alıcının zaman konusunda sıkıntısı olup olmadığını anlamaya çalışmak ve bu sıkıntıyı dikkate almak önemlidir. Zaman engelini aşmanın bir yolu, iletişim süreci başlamadan önce bir zaman çerçevesi saptamaktır. Örneğin bir görüşmeye başlarken, “bu görüşme için sadece yarım saatimiz var. İkimizin de zamanı bunu aşmaya yetmeyecek kadar kısıtlı, çalışmak iyi olacak” tarzındaki ifadeler, iletişimde zaman kullanımının sınırlılığını göstermektedir.

Bir yerde zamanında bulunmak veya bulunmamak, kişiye verilen önemi gösterir. Bu durum, ilişkilerin biçimi ve düzeyi ile yakından ilgilidir. Resmi ilişkilerdeki gecikmenin kabul edilebilir sınırı ile arkadaş ilişkilerindeki sınır aynı değildir. Buna bağlı olarak, gecikme için özür dilemenin, açıklama yapmanın biçimi ve ölçüsü değişik olur. Resmi ilişkilerde, iletişimin zamanlamasına daha yüksek bir duyarlılık gösterilirken, özel ilişkilerde, özellikle samimi durumlarda, iletişimin zamanlamasına çok fazla dikkat edilmez ve zaman baskısı görel olarak daha az hissedilir (Tutar ve Yılmaz, 2003:79-80)

Uygulamalar

Birçok seçenek arasında kaldığınızda ne yapıyorsunuz? Karar verme merkeziniz hangi yönde işlemektedir?

Uygulama Soruları

1.Dil ve anlarım engelleri nelerdir? Açıklayınız.

Bu Bölümde Ne Öğrendik Özeti

Çatışmaları gidermenin en etkin yolu, insanların birbirleriyle yaşadıkları iletişim kopukluklarını ortadan kaldırarak, anlaşma ve uzlaşma zemini yaratmaktır. İletişim engelleri, çeşitli faktörlerden doğabilir. İletişime engel olan faktörlerden bazıları; fiziksel uzaklık, statü farklılığı, cinsiyet farklılıkları, kültürel ve dil farklılıklarıdır. Çatışma insan yaşamının kaçınılmaz bir parçasıdır. Çatışma olmadan iletişimde bulunabilsek de iletişim olmadan çatışma yaşayamayız. Çatışmanın birçok farklı tipi vardır. Rekabet ve çatışma arasındaki bu farklılıklar yararlı ise de kişilerarası çatışmanın yapısının analizi bireyler arasında belirlenen hedeflerde anlaşma düzeyini ve onlar arasındaki rekabeti körükleyen kaynak eksikliği üzerinde yoğunlaşmalıdır. Kurumsal çatışmalar daima kurumun normlarının ve yaptırımlarının belirlediği örüntüleri tam olarak izlemek zorunda değildir. Kurumlarda genel olarak beş tür iletişim engeli bulunur. Bunlar; fiziksel uzaklık, statü farklılıkları, cinsiyet farklılıkları, kültürel farklılıklar ve dil engelidir.

Bölüm Soruları

1) Aşağıdakilerden hangisi, insanlar arası ilişki ve iletişimin başlatılmasında, yürütülmesinde, geliştirilmesinde, çatışmaların çıkması ve ilişkinin son bulmasında beden ve mekansal özelliklerden biri olarak önemli değildir?

- a. Sözlü brifingler, halka hitaplar, eğitim ve konferanslar
- b. Ofislerin odalarında diplomaların ve alınan ödüllerin sergilenmesi
- c. Arabaların camlarına sloganlar taşıyan yazıların yapıştırılması
- d. Evlerin önünde bayrakların sallandırılması
- e. Giyilen ayakkabının markası, giyilen çorabın rengi vb.

2) Başkalarının duygu ve düşüncelerini dikkate almayıp, sürekli kendi yaptıklarımız, kendi durumumuz ya da kendi duygularımızla ilgilendiğimizde insanlarla olan iletişimimizde aksama olur. Açıklaması çatışma yaratan bireysel faktörlerden hangi faktörü açıklamaktadır?

- a. Korkular
- b. Önkabuller
- c. Duyarsızlık
- d. İsim Takma
- e. Alınganlık

3) *“Eğer algılananlar kullanılmıyor ve geri bildirimde bulunulmuyorsa, böyle bir ortamda iletişim tıkanıktır. Geri bildirimi olmayan iletişim de tıkanık iletişimdir.”*

Yukarıdaki açıklama Kişilerarası iletişimdeki hangi engeller grubu ile açıklanabilir?

- a. Psikolojik Engeller
- b. Hatalı Tamamlama Engeli
- c. Dil ve Anlatım Engelleri
- d. Zaman Baskısı Engeli
- e. Fiziksel Uzaklık Engeli

4) “Bir tarafın kazançları diğer tarafın kaybıyla doğrudan bağlantılı değildir. Uzlaşma ya da işbirliği bütün taraflar için kazançla sonuçlanabilir”. Aşağıdaki çatışma türlerinden hangisi yukarıdaki açıklamanın başlığını içirmektedir?

- a. Yaratılan Çatışma
- b. Yüz Yüze Olmaya Karşın Aracılı Çatışma
- c. Şiddetliye Karşın Şiddet İçermeyen Çatışma
- d. Yapay Çatışma
- e. Gerçek Çatışma

5) Toplumda çatışmanın bedelleri ve yararlarını analiz etmek için önce çatışmanın doğasına ilişkin bazı genel varsayımlarda bulunulmalıdır. Aşağıdakilerden hangisi bu dört varsayımdan biri değildir?

- a. Toplumda bireylerin doğal olarak bir uyum içinde olmadıkları ve bu nedenle çatışmanın doğal ve kaçınılmaz olduğudur.
- b. Çatışmayı çözmek için tek bir çözüm yoktur. Bazı çatışmalar o kadar şiddetlidir ki hiç bir çözüm bulunamaz.
- c. Çatışmaya yatkınlığın aşırı güvenli ve kuşkuculuktan arınmış bir kişilik olmakla ilgili olduğudur
- d. Bütün çatışmalar birey ve toplum için zararlı değildir.
- e. Çatışma iletişimde bir bozulmayı göstermez. Aksine o farklı bir iletişimi göstermektedir ve bazı değerler ve ideallerin ifade edilmesi için tek yol olabilir.

6) Organizmanın birden çok olumlu ya da olumsuz değerlikli dürtü nesnesi ile karşılaşması ve bunlardan birini seçmek zorunda kalması ya da hem olumlu hem de olumsuz değerlik taşıyan dürtü nesnesiyle karşılaşması durumudur.

Yukarıda açıklaması verilen unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Çatışma
- b) Uzlaşma
- c) Karar verme

- d) Rekabet**
- e) Propaganda**

7. bölünemez bir hedefi elde etme amacıyla iki ya da daha fazla birey arasında karşılıklı kavgadır.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) Çatışma**
- b) Uzlaşma**
- c) Karar verme**
- d) Rekabet**
- e) Propaganda**

8. Yeni durum ve insanlardan, yanlış şeyler söylemekten, alaya alınmaktan, başkasının gözüne aptal görünmekten, duygularımızı ifade etmekten ya da kontrol edememekten, iletişim korkuları arasında sayılabilir.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) Korkular**
- b) Önkabuller**
- c) Duyarsızlık**
- d) İsim takma**
- e) Alınganlık**

9. Başkalarının duygu ve düşüncelerini dikkate almayıp, sürekli kendi yaptıklarımız, kendi durumumuz ya da kendi duygularımızla ilgilendiğimizde insanlarla olan iletişimimizde aksama olur.

Yukarıda açıklaması verilen unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Korkular**
- b) Önkabuller**
- c) Duyarsızlık**
- d) İsim takma**

e) Alınganlık

10. Ruhun kendi kendini deşen yarasıdır. Alıngan kişi karşısındaki insanların her söylediğinde mutlaka kendisine yönelik bir olumsuzluk arar ve bulduğunu sanır.

Yukarıda açıklaması verilen unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Korkular
- b) Önkabuller
- c) Duyarsızlık
- d) İsim takma
- e) Alınganlık

Cevaplar: 1)a,2)c,3)a,4)d,5)c,6)a,7)d,8)a,9)c,10)e

12. KİŞİLERARASI İLETİŞİM VE KURUMSAL DAVRANIŞ

Bu Bölümde Neler Öğreneceğiz?

12.1.KURUMSAL DAVRANIŞ

12.2. KURUMSAL İLETİŞİM

12.3. BİÇİMSEL İLETİŞİME GÖRE ÇALIŞAN İLİŞKİLERİ

12.4. KURUM KÜLTÜRÜ VE İLETİŞİM

12.4.1.Güç Kültürü

12.4.2.Bürokratik/Rol Kültürü

12.4.3. İş-Süreç Kültürü

12.4.4. Birey Kültürü

Bölüm Hakkında İlgi Oluşturan Sorular

- 1)Kurumsal davranış nedir? Açıklayınız.
- 2)Kurumsal iletişim nedir?
- 3)Kurumsal iletişim çeşitleri nelerdir?

Bölümde Hedeflenen Kazanımlar ve Kazanım Yöntemleri

Konu	Kazanım	Kazanımın nasıl elde edileceği veya geliştirileceği
Kurumsal iletişim	Çevresini etkileyen ve ondan etkilenen açık bir iletişim olan kurumsal iletişimin öğrenilmesi	Öğrencilerin kurumsal iletişim hakkında derinlemesine araştırmalar yapıp örneklendirme yapmaları gerekmektedir

Anahtar Kavramlar

Kurumsal iletişim, propaganda, mekanistik perspektif, etkileşim

Giriş

Sosyal yaşamda bireyler arasında var olan bu bağlar, insan ilişkilerinin önemini de bir kez daha ortaya koymakta ve insanı, günümüz işletmelerinin en önemli varlığı konumuna getirmektedir. Bu açıdan bakıldığında gerek toplumsal kurumlar olsun, gerekse iş odaklı kurumsal yapılanmalar olsun, iletişimden yararlanmak zorundadırlar. Kurumsal başarı, ancak sistemli bir kurumsal iletişim sayesinde elde edilebilir. Bu iletişim sistemi ise kuruma özgü, kurumsal davranış biçimleri ile belirlenir. Kurum içinde insan ve grup davranışlarını organize etmek, kurumsal davranışın düzenleyici özelliğinden kaynaklanır. Kurum içinde insanı belli bir davranışta bulunmaya iten temel faktör, kurumsal ilişkilerdir. Kurumsal davranış, kurumsal yapıyı düzenleyen temel kurallar ve değerlerin bir sonucudur. Kurumlarda bireylerin davranışları, kurumsal ilişkilerin anlamlı bir şekilde örgütlenmesiyle kurumsallaşır. Bu da kurumsal iletişim sistemlerinin yapısıyla ilintilidir. Kurumsal iletişim, kurumun değerlerini, davranış biçimlerini hedef kitlelere anlatamıyorsa, hedef kitlelerin kurumu algılamaları yetersiz olacaktır. Hedef kitleler tarafından kurumun ne yapıp yapmadığı ilgisi kurumsal iletişim yolu ile sağlanmaktadır. Kurumların daha etkin yönetilebilmesi büyük ölçüde, kurumsal iletişimin nasıl yönetildiğiyle doğru orantılıdır. Kurumsal iletişimi daha iyi yönetebilmek için yönetim anlayışını da içeren sağlam bir kurum kültürünün olması gerekmektedir. Kurumun etkinliğini belirleyen kurum içi iletişim yapısıdır.

12.1.KURUMSAL DAVRANIŞ

İnsanların kurum içi davranışlarının anlaşılması, beklentilerinin bilinmesi, ihtiyaçlarının karşılanması, işi ile ilgili problemler yaşayıp yaşamadığının yakından takip edilmesi, onlara değer verildiğinin hissettirilmesi, motive edilmeleri, çalışan kişinin yaptığı işten tatmin olmasını sağlayacak, üretimin ve hizmetin kalitesini arttıracak, işyerinde oluşabilecek iç huzursuzluğu engelleyecektir. Kurum, içindeki davranışlar günlük yaşamın o kadar doğal bir parçasıdır ki, davranışlarda saklı psikolojik nedenlerin başarı ya da başarısızlık üzerindeki etkilerinin ender olarak farkında oluruz. Bazen kurumun davranışlarda bulunan bir insan grubu olduğunu unuturuz. Fakat unutmamak gerekir ki, insanlar alet ya da makine değildir; duyguları umut ve korkuları vardır. **İnsan sevinir, hastalanır, üzülür, acıkır, kızar ve bunlara ilişkin olarak çeşitli davranışlarda bulunur.** Bir kişinin davranışlarını açıklayabilmek için, yaptığı işin ve bunu yapmak için uyguladığı yöntemin nedenini anlamak gerekir (Eren, 2004).

Kurumsal davranış, kurumlarda insan davranışlarının algılanması, anlaşılması ve kontrolü olarak tanımlanabilir. Çalışanların işlevsel çevre ve toplumsal çevre ile etkileşimi, kurumsal davranışı belirler. Kurumsal davranış görev, *rol* ve *ortamın* etkileşiminin ürünü ve çalışanın görev davranışı ile *rol* davranışlarının toplamıdır. Herhangi bir davranışın kurumsal davranış olarak değerlendirilmesi için, onun kurum içinde ortaya çıkması yeterli değildir; davranışın kurumsal davranış sayılabilmesi için, kurumsal faaliyetlerle ilgili, kurum açısından anlamı, davranış düzlemine ve kurumsal amaca uygun olması gerekir (Luthans, 1997'den akt. Tutar, 2005). Luthans (1989), bugünün karmaşık kurum yapısında, kurumsal davranışlarının oldukça az bir kısmı klasik koşullama sonucu oluştuğunu, mekanik etki tepki (Uyarıcı-Tepki) tipi davranışçılığın kurum davranışını değiştirmede ya da analiz etmede fazla bir değeri olmadığını gözlemlendiğini ve edimsel koşullamanın davranışın düzeltilmesinde çok daha iyi bir temel olduğunun kabul edildiğini belirtmektedir (akt: Sürekli ve Tevrüz, 1997:34).

Kurumsal davranışın incelenmesiyle, kurumsal hiyerarşinin tüm kademelerindeki çalışanların kendi farkındalığını geliştirme ve bu yolla kurum çalışanlarının iş tatminlerini

artırarak, kurumsal verimlilik ve etkinliğe katkıda bulunma amaçlanmaktadır (Arvey, 1991'den akt. Tutar, 2005).

Kurumsal davranış, bireyin kurum içinde çalışırken gösterdiği davranışları, algıları, değerleri, öğrenme kapasitesini belirlemek için psikoloji, sosyoloji ve kültürel antropoloji gibi disiplinlerden yararlanan; insan davranışlarını, tutumlarını ve performansını kurumsal bazda inceleyen; dış çevrenin kuruma, ve onun insan kaynağına, amaçlarına, misyonuna ve stratejisine etkisini araştıran bir disiplindir. Amacı çalışan insanların davranışlarını anlamak, geleceğe yönelik tahminler yapmak ve çalışanların davranışlarını kontrol etmek, böylelikle çalışan verimliliğini ve kurumsal etkinliği arttırmaktır.

Kurumsal davranış (Eren, 2004):

- Bir düşünme biçimidir. Davranış, bireysel, grupsal ve kurumsal düzeyde ele alınabilir. O yüzden, kurumsal davranışı incelerken, bireysel, grupsal ya da kurumsal seviyelerin açıkça tanımlanması gerekmektedir.
- Psikoloji, sosyoloji, kültürel antropoloji gibi birçok bilim dalının teorilerinden, prensiplerinden ve yöntemlerinden yararlanmaktadır.
- Hümanistik bir yaklaşıma sahiptir. İnsanların tutumları, algıları, hedefleri, duyguları, işletme için önem taşımaktadır.
- Performans ile ilgilidir. Her çalışanın performansı aynı değildir. Performans, kişiden kişiye değişen faktörlerden etkilenmektedir.
- Dış çevrenin belirgin etkisi vardır.

Kişiler, belirli değer yargıları ve normlarla donatılmış kurumlarda beklenen davranışlar gösterirler. Kişilerin genel olarak davranışlarını düzenleyen, daha özel davranışlara hazırlanmasını sağlayan bir davranış düzlemi olarak “kolektif davranış” olgusu, kurumsal davranış düzlemini ortaya çıkarır. Davranış düzlemi, bir sosyal yapı veya grup içinde istenen ve hoşgörü sınırı içinde kalan davranış örgüsünden oluşan ortak etkileşim alanıdır. Organize olmuş yapı içerisinde ortaya çıkan, kurumsal anlaşmanın sonucu belirlenen davranışlar topluluğuna kurumsal davranış düzlemi denir. Kurumsal bir yapı içinde tüm davranışlar kurumsal değildir. Kurumlarda bireysel davranışların, kurumsal norma ve kuralların kabul alanına göre istenen ve istenmeyen yönü vardır. Davranış düzlemi, belirli bir kurumsal yapı içinde kurumsallaşması arzu edilen davranışlar topluluğudur. Buna göre davranış düzlemi, kurumsal bir yapı içinde, kurumun amaç ve normlarına uygun davranışların

etkileşim alanıdır. Yapılan tanımlardan davranış düzlemini oluşturan temel faktörlerin, kurumsal amaçlar ve kurumsallaşması arzu edilen davranışlar olduğu anlaşılmaktadır.

Davranış düzlemi ve rol davranışı, özellik olarak sınırlı bir alandaki ilişkiler sistemini düzenler. Şüphesiz, geniş ölçekli davranış düzlemleri vardır ve bu düzlemlerin davranışları sınırlama fonksiyonu mevcuttur; ancak bireysel davranışlar her zaman belirlenmiş kurallar veya beklentilerle anlamlı hale gelmez (Tutar, 2005).

Kurumsal veya sosyal yaşamda her davranış düzleminde istenen ve istenmeyen davranış örgüsünü oluşturan iki ayrı faktör grubu vardır. Bunlardan biri hemen bütün kurumsal ve sosyal sistem içerisinde yer alan, her davranış düzleminde sınırlandırıcı özelliği olan “genel kurallar” ya da “kurumsal normlar”, diğeri ise her davranış düzleminin kendi iç şartlarından ve ortamından kaynaklanan ve bireyin özerk alanını oluşturan “özel kurallar”dır. Kurumsal davranış düzlemini oluşturan genel kurallar, kurum kültürüne dayalı norm ve değerlere bağlı olarak gelişir. Her kurumsal davranış, söz konusu norm ve değerlere bağlı olduğu ölçüde, kurumsal davranış standartlarına yaklaşmış olur veya kurumsal davranışlar, davranış düzlemine uyduğu ölçüde standart hale gelir (Peterson 1997’den akt.Tutar, 2005).

Toplumlar ve bireyler iletişim olgusuyla bir kuruma bağlanırlar. İletişim, insanların toplu halde yaşamaya başlamalarından itibaren toplumsal etkileşimlerde rol oynayan sembolik mesajların karşılıklı ulaştırılmasıyla, bazı anlamları aralarında paylaşma sürecidir (Telman ve Ünsal, 2005). **Ortak bir amacı gerçekleştirmek için bir araya gelen bireyler, gruplar, topluluklar ve kurumlar için iletişim hayati bir öneme sahiptir. Kurumdaki bireyler ve gruplar arasında olması gereken uygun etkileşimi sağlayan öge ise kurumsal iletişimdir.**

12.2. KURUMSAL İLETİŞİM

Kurumsal iletişim bir kurumun varlığını sürdürmesinde merkezi bir konuma sahiptir ve tüm kurumsal süreçlerde önemli bir rol oynamaktadır. Kurumsal iletişim olmadan herhangi bir kurumsal eylemin ya da yönetim sürecinin başarılmaması imkânsızdır. İletişimin yeterli olduğu bir kurumda, kurumun amaçlarının doğru olarak anlaşılmış ve kavranılmış olması, kurum üyelerinin bu ortak amaçların gerçekleştirilmesi doğrultusunda işbirliği içinde eşgüdümlü olarak davranma eğilimi içinde olmaları beklenilmektedir (Gizir ve Şimşek, 2005; Kocabaş 2005).

Kurumsal iletişimle ilgili olarak, geniş bir tanım yelpazesi içinde bazı tanımlar şu şekilde yapılabilir: Kurumsal iletişim, çevresini etkileyen ve ondan etkilenen karmaşık bir açık sistem içinde meydana gelir. Kurumsal iletişim mesajları, onların akışını, amacını, yönünü ve araçları içerir. Kurumsal iletişim insanları, onların davranışlarını, duygularını, ilişkilerini ve yeteneklerini kapsar. Bu öneriler ışığında kurumsal iletişim, birbirine bağlı olan bir ağın içinde mesajların akışıdır. Bu tanımların ortak noktalarında da görüldüğü gibi *Kurumsal iletişim*; bir kurum, bir işletme ve bir kuruluşun hedef kitlelerine yönelik tüm iletişim kanallarının açık olmasına yönelik çalışmalara denilmektedir. **Kurumsal iletişim; bir kurum, bir işletme ve bir kuruluşun amaç ve hedeflerine ulaşabilmek ve etkinliklerini yürütebilmek için gereken bilgi akışını, motivasyonu, koordinasyonu, organizasyonu, eğitimi ve denetimi amacıyla gerçekleşen iletişim sürecine verilen addır.**

Alman bilim adamı Fritz Neske'(1977)'ye göre kurumsal iletişim çeşitleri dörde ayrılır; Bunlar;

- 1- İletişime kapalı sayılan *Bürokratik İletişim*,
- 2- Propaganda amaçlı olan *Manipülatif iletişim*;
- 3- Etkin bir iletişim tarzı olan *Demokratik iletişim*,
- 4- Sonuçlanmayan iletişim olarak adlandırılan *Orantısız iletişim*.

Kurumsal iletişimin uygulamasında dikkat edilecek konuları şöyle sıralayabiliriz (Martine, 1977):

- 1- Kurumsal iletişim yönetim aracı olarak kullanılmalıdır,
- 2- Hitap edilecek hedef gruplar etkin biçimde tanımlanmalıdır,
- 3- Kurumun kurumsal temelleri açık olarak tanımlanmalıdır,
- 4- Gerekğinde profesyonel yardım alınmalıdır,
- 5- Kurumsal iletişim çalışmaları bir katalog yardımı ile takip edilmelidir.

Kurumsal iletişime ilişkin kuramsal ve felsefi altyapının eksikliği tartışılmaktadır. Kurumsal iletişim alanının felsefi temellerinin tartışılması dört perspektife dayanmaktadır. Fisher, insan iletişimi üzerine olan çalışmalarında, iletişim araştırmacılarına dört temel kavramsal yaklaşımdan birine odaklanmalarını önermiştir. Krone, Jablin ve Putnam, kurumsal iletişime ilişkin çeşitli perspektifleri mekanistik, psikolojik, yorumlayıcı-sembolik ve sistem-etkileşimi perspektifleri olmak üzere dört grupta toplamışlardır. Söz konusu bu dört

perspektifin, bu güne kadar kurumsal iletişim çalışmalarında kullanılan en kapsamlı ve en etkili çerçeveyi temsil ettiği düşünülmektedir (Gizir, 2002; Jensen, 2003):

1. Mekanistik perspektif iletişimi, belli bir noktadan bir kanal aracılığıyla diğer bir noktaya mesajın iletilme süreci olarak görmekte, iletişimde bulunanları birbirine bağlayan kanallara önem vermektedir. Mekanistik perspektif iletişimi materyalist bir şekilde ele almaktadır. Örneğin, mesajın sıklığı ya da süresi gibi fiziksel ve uzamsal özelliklere sahip somut bir madde olarak mesajı görmektedir. Söz konusu perspektif, mesajın alınması ve iletilmesi esnasında ses, gürültü gibi bir engelle karşılaşıldığında iletişim sürecinin yavaşlayacağını ve bu tür engeller sonunda iletişimin bozulacağını ya da duracağını öne sürmektedir. Mekanistik perspektif insan iletişiminde en önemli vurguyu iletişim kanalları üzerine yaparken, psikolojik perspektif bireylerin özellikleri ve bu özelliklerin iletişimi nasıl etkilediği üzerine odaklanmaktadır.

2. Psikolojik perspektife göre, iletişimde bulunan bireylerle iletişim çevresi içinde sayısız miktarda uyarıcı ve pek çok süreç bulunması nedeniyle, bireylerin bilgileri seçerken neye dikkat ettikleri onların algıları, biliş ve tutumları aracılığıyla belirlenmektedir. Bireylerin tutumları, biliş ve algıları bireysel bilgi seçimi sürecinde bir filtre olarak görev yapmaktadır. Bu durum, mekanistik perspektif içindeki gönderici-iletme odaklanmasından, psikolojik perspektif içindeki alıcı-yönlendirme odaklanmasına doğru iletişim odağının yön değiştirdiğini göstermektedir. İletişim kanallarını ve mesajın etkili bir şekilde iletilmesini vurgulayan mekanistik perspektif, gönderici ve alıcının bilişsel süreçlerinin kontrol altına alınabileceğini varsaymaktadır. Psikolojik perspektife göre ise, içsel süreçler doğrudan gözlenemezler, girdi ve çıktıların doğrudan gözlenebilmesi oldukça sınırlıdır.

3. Yorumlayıcı-sembolik perspektife göre, bireyler iletişim aracılığıyla kendi sosyal gerçekliklerini biçimlendirmektedirler. Söz konusu perspektif kurumsal iletişimin, kurumların oluşturulması ve sürdürülmesi konusunda belirli bir kapasiteye sahip olan eş güdümlenmiş davranış örüntülerinden oluştuğunu ileri sürmektedir. Yorumlayıcı-sembolik perspektif bireylerin diğer bireylere tepkilerini, diğer bireylerin eylem veya sözcüklerinin ne anlama geldiğinin anlaşılması üzerine temellendirmektedir. Yorumlayıcı-sembolik perspektife göre sosyal eylem, faaliyet ve olayları inşa eden bireylerin anlam vermesine bağlıdır.

4. Sistem-etkileşimi perspektifinden yapılan araştırmalarda, temel çözümleme birimi olarak dıştan gelen davranış üzerine odaklanılmaktadır. Söz konusu perspektifi benimseyen araştırmacılar, mesaj davranışının ardışıklık modeli ve biçimlendirme kategorileri üstüne yoğunlaşırlar. Sistem-etkileşimi perspektifine göre, sosyal etkileşim gereğinden fazla tekrar eden davranışla belirlenmektedir. Davranışın çok fazla tekrarlanması ve tekrarlanan davranışın artması belirsizliği azaltmaktadır. Böylece, kurumsal iletişim araştırmacıları uzun süre tekrarlanan davranışı izlemek aracılığıyla, mesaj davranışının modelini ve davranışın düzenli bir şekilde tekrar ortaya çıkma olasılığını belirleyebilirler. Psikolojik perspektiften farklı olarak sistem-etkileşimi perspektifinde birey, eylemin ana ögesi değildir, davranışsal rutinler ve modeller önemlidir.

İnsanların iletişimi yorumlama ya da görme yollarını, söz konusu bu dört perspektif şekillendirmektedir. Bununla birlikte, bu perspektiflerin hiçbirisi doğru ya da yanlış olarak değerlendirilmemelidir. Çünkü, kurumsal iletişimi bu perspektiflerin hepsi kapsamaktadır ve kurumsal iletişimin kapsamlı bir şekilde anlaşılmasına dört perspektifin her biri katkı sağlamaktadır.

İnsanlık tarihi kadar eski bir olgu olan iletişim, hem kişisel, hemde toplumsal bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bugün hızla değişen ve karmaşıkleşan dünyamızda, bilgi edinme ve iletme, duygu düşünce, görüş ve olguları paylaşma ya da değiş tokuş etme anlamını kazanan iletişim, sistemin birer parçası olarak birbirine bağımlı olan insanlar arasında işbirliği ve bir uzlaşma sağlamaya yönelik çabaların bütünü olarak ifade bulmaktadır. İnsanları birbirine bağlayan kurumsal iletişim sistemleri ise, üretime yönelik uzlaşmayı sağlayan sistemlerdir. Daha geniş açıdan bakıldığında, bugün kurumlar, yalnız üretime yönelik, kurum içi işbirliği ve ortak görüş sağlama çabası dışında, dış dünya ile ilişki kurma, çevreden aldığı bilgiyi, kurum içindeki bilgi işlem merkezine aktararak bir strateji oluşturarak belirsiz, rekabetçi ve dinamik çevre şartlarına uyum gösterebilme çabası içindedirler. Gerek kurum içerisindeki uyum, ortak görüş ve koordinasyonu sağlamaya, gerekse de kurum dışı adaptasyon ve bilgi giriş çıkışına yönelik bu eylemlerdeki başarı, kurumlarda etkin bir iletişim oluşturmakta saklıdır (Özarallı, 1996).

Kurumsal iletişimin işlevi ya da amacı ise üretimdir. Sektörüne bağılı olarak, ürün, hizmet ya da bilgiyi üretmeye ve pazarlamaya yönelik görevlerin en etkili biçimde koordine edilmesi, bu görevlere yerleştirilen uygun kişiler arasındaki iş ve fikir birliğinin sağlanması kurumsal iletişimin temelini oluşturur. Sabuncuoğlu ve Tüz (2001), kurumsal iletişimi şu

şekilde tanımlarlar: “Kurumsal iletişim; kurumun amaç ve hedeflerine ulaşması, işleyişini sağlaması için gereken üretim ve yönetim süreci içerisinde, kurumu oluşturan bölüm ve ögeler arasında eş güdümü, bilgi akışını, motivasyonu, bütünleşmeyi, değerlendirmeyi, eğitimi, karar almayı ve denetimi sağlamak amacıyla belli kurallar içinde gerçekleşen iletişim sürecidir.”

Kurumsal iletişim, insanların bir araya gelmesini sağlayan bir güçtür. Örneğin, işletme kuracak bir kimsenin, kuracağı işletme ile ilgili düşüncesine, bilgisine ve tavırlarına ortak olabilecek ya da katılabilecek kişileri bulabilmesi gerekir. Bu da etkin bir iletişim gücü gerektirmektedir. **Kurumsal iletişim, ortak bir amaç çerçevesinde bir araya gelen insanların işbirliğini ve uyumunu sağlayan bağlayıcı bir süreçtir.** Kurumsal iletişim, kurumun çevresiyle olması gereken uyumu sağlayan bir süreçtir. Kurumsal iletişimin; yönetim tarafından belirlenen bir işleyişi olduğu gibi, kurumdaki insanların sosyal ve psikolojik gereksinimlerine bağlı olarak çıkan programlanmamış iletişim paylaşımlarının yer aldığı doğal bir görünümü de bulunmaktadır (Karakoç, 1989).

Kurumlarda kurulan iç ve dış iletişimin amaçları çok farklıdır, ancak kurumsal iletişimin asıl amacı kurumsal amaçların başarılmasıdır. İletişimin temeli bilginin aktarılmasıdır. Bu bilgi aktarma işi çok basit konularda olabileceği gibi, kurum kültürünün, temel değerlerinin ve işletme politikalarının çalışanlarına iletilmesi gibi anlaşılması ve uygulanması zor bir konu da olabilir. Böyle bir çalışma kurum içinde etkili bir iletişimi gerektirmektedir (Özarallı, 1996).

Kurumsal iletişim, kurumda çalışan kişi ve grupların kurumun ortak amaçları doğrultusunda uyumlu ve eşgüdümlü çalışmalarını, sorunların çözülmesi ve yaratıcı gücün oluşturulmasını, çalışanları ve kurumdaki birimleri birbirine bağlamayı amaçlar.

Hızla değişen çevre ve rekabet koşulları karşısında kurumların kendilerini yeni koşullara uyarlamaları da kurumsal iletişim ile sağlanabilir. Etkin iletişim, kurumlarda hayati bir unsurdur. Zira yapılan pek çok araştırma, etkin bir kurumsal iletişimin işe devamsızlık, iş değiştirme oranı ve şikâyetleri azalttığını, buna karşın iş motivasyonu, iş tatmini, üretkenlik ve bunların sonucunda kârı arttırdığını göstermiştir. Kurum içinde kurulan etkili bir iletişim kârlılığı da doğrudan etkiler.

Kurumsal iletişim, kurumun bütünlüğünün ve çalışanların ait olma duygularının geliştirilmesini sağlar. Kurumsal iletişim, içsel olarak kurumda karşılıklı güvenin ve serbest bilgi akışının, dışsal olarak da iyi hizmet ve müşteri isteklerine ilginin kaynağıdır.

Kurumsal iletişim, çalışanların akıllı ve düşünebilen varlıklar olarak ele alındığı ortamlar bağlamında tanımlanmaktadır. Burada, gerek yöneticilere gerekse de çalışanlara saygı duyulan bir ortamın gerekliliği üzerinde durmak gerekmektedir. İş ortamı, insan kaynağı değerinin benimsendiği bir kurum kültürü içinde, tüm insanları açık bir iletişim içinde makul kararlar alabilecek yetenekte ve zeki varlıklar olarak algılayan bir ortam olmalıdır.

Etkin kurumsal iletişim tanımlarının hemen hepsinde vurgulanan bir diğer nokta da bireylerin destekleyici bir ortamda çalışmaları gereğidir. Bu düzeyde iletişim kurmanın, karşımızdakine güven duyup değer vermenin, aynı şekilde karşımızdakinin de bize karşı açık olmasını, güven duyup değer vermesini sağlayacağını belirtmiştir. Sonuç ise daha iyi insan ilişkileri, daha etkin problem çözümü ve daha yüksek verimliliklerdir.

En iyi iş planları bile, bir araya gelerek bunları gerçekleştirecek kişilerin bilgisine sunulmadan bir anlam taşımamaktadır. Kurum içindeki iletişim, büyük ya da küçük olsun her işletmenin can damarıdır. İletişim en önemli kaynağımız olan insanları bir arada tutmak ve tüm organizasyonumuzun maksimum seviyede çalışmasını sağlamak açısından önemlidir.

İşbirliği % 100 iletişimden oluşur. İletişim ise verimliliğin ve kalitenin temelidir, bilinçli bir yönetimin vazgeçilmez aracıdır. Planlama, örgütlendirme, yöneltme, eşgüdüm, denetleme ve yöneticilerin yetiştirilmesi gibi yönetimin temel işlevlerinin başarılı bir şekilde yürütülmesi sürekli ve düzenli bir kurumsal iletişimin oluşturulmasına bağlıdır. Belli kurallar ve dinamik süreçler çerçevesinde gerçekleşen kurumsal iletişimin beklenen işlevlerini ve amaçların şu şekilde sıralayabiliriz (Hersey, 1988:306):

Kurumsal iletişim, kurumda çalışanları ve kurumun birimlerini birbirine bağlayan temel bir alt sistemdir. Böylece, çalışanlar ve birimler hem uyumlu ve hem de eşgüdümlü çalışabilirler. Kurumsal iletişim, kurumda çalışan kişi ve grupların kurumun ortak amaçları doğrultusunda gerçekleştirdikleri ileti alışverişidir. Kurumda eylemlerin sürdürülmesi, sorunların çözülmesi ve yaratıcı gücün oluşturulması kurumsal iletişim ile gerçekleşebilir.

Kurumsal iletişim dış dünya ile örgüt arasında sağlıklı bir bilgi alışverişi sağlayabilir. Hızla değişen çevre ve rekabet koşulları karşısında kurumların kendilerini yeni koşullara

uyarlamaları da kurumsal iletişim ile sağlanabilir. Kurumsal iletişim kurum yönetiminin en önemli aracıdır. Kurumda planlama, eşgüdüm, karar verme, güdüleme ve denetimin sağlanabilmesi etkili bir kurumsal iletişimi gerektirir.

Kurumsal iletişim kurumda hiyerarşik basamakların belirlenmesinde ve otoritenin sağlanmasında önemli rol oynar. Gelen ve giden iletiler, belgeler, bilgiler ve dokümanlar kurumsal iletişim kuralları çerçevesinde saklanır, bilgi ve belge arşivleri oluşturulur.

Kurumsal iletişim kurumda çalışanların oluşturdukları küçük grupların birbirleriyle ve kurumun bütünüyle sağlıklı ilişkiler kurmalarında önemli rol oynar. Kurumun bütünlüğünün ve çalışanların ait olma duygularının geliştirilmesini sağlar. Kurumsal iletişim içsel olarak kurumda karşılıklı güvenin ve serbest bilgi akışının, dışsal olarak da iyi hizmet ve müşteri isteklerine ilginin kaynağıdır.

Kurumların çalışanları arasındaki iletişim yeterli olmadığı zaman kurumlar küçülerek fazla hiyerarşiden uzaklaşıp yatay ve yalın örgütlenmelere gitmektedirler. Bir kurumda iletişim ve insan ilişkileri iyileştirilmez ise verimlilik ve kalite elde edilemez. İletişim yetersizlikleri ya da bozuklukları kişiler arasında iyi ilişkilerin gelişmesini engeller ve çalışanlarda motivasyonun düşmesine neden olur. Düşük motivasyon verimsizliğin ve kalitesizliğin temel nedenidir. Bu durum, ayrıca, nitelikli insan gücünün kuruma kazandırılmasını zorlaştırır ve mevcutların kaybına yol açabilir.

Kurumların dahili hedef grupları çalışanlarıdır. Kurum içi iletişimin muhatabı olan çalışanlarda olumlu bir imaj oluştuğunda bu onların kendi çevrelerini ve dolayısıyla da dış kitleyi etkileyecektir. Artık iç hedef kitle olarak görünen personeli oturtarak iç halkla ilişkiler ve insan kaynakları uygulamalarına her zamankinden daha fazla ağırlık vermeye başlamışlardır.

Yapılan birçok araştırma, çalışanların yöneticilerinden bilgi alamadığı takdirde, informal iletişim ağlarına başvurduğunu göstermektedir. Dedikodu ve söylentiyle birincil iletişim kaynağı haline gelen bu ağ ise kurumsal gelişmeleri etkilemektedir. Kurum içi iletişim, kuruluşun iç iletişim araçlarıyla kendisini çalışanlarına tanıtmayı sağlar. Böylece çalışanlar kurumla ve onun hedefleriyle bütünleşir ve bu sayede kurumsal davranış için de önemli bir temel oluşturur.

İletişim için kullanılabilecek çok sayıda araç içerisinde en çok tercih edilenler; kurum içi yayınlar, gazeteler, ilan panoları, bilgilendirici telefon hizmetidir. Diğer iletişim araçları içerisinde ise ev bildirileri, konferanslar, demeçler, dia gösterileri, enformasyon filmleri ve videolar, hoparlör bildirileri, seyahatler, prezantasyonlar, çalışanlar ve yakınları için düzenlenen organizasyonlar, sergiler, yıldönümü kutlamaları, yarışmalar, çekilişler, sosyal, kültürel, sportif ve sanatsal aktiviteler vb. sayılabilir (Vural, 2003) .

Kurum içi iletişim, yöneticinin çalışanına mesajını iletmesini, mesajın konusu hakkında tutum kazandırmayı ve o doğrultuda da istenilen davranışın gerçekleşmesini amaçlar. Kurum içi iletişim, kurum amaçlarını gerçekleştirmek için yapılan işlem ve eylemlerden geri bildirim yoluyla çalışanların tepkilerini, mesajı ileten yönetici ya da iş arkadaşlarına iletmeyi de kapsar. Böylece kurum içi iletişim, hem yöneticinin çalışanlarla iletişimini, hem de çalışanların yöneticilere tepkilerini içeren çift yönlü bir iletişim süreci olarak gerçekleşmiş olur (Zıllıoğlu ve Yüksel, 2007:135-138).

İletişim sisteminde belli düzeyde zayıflıkları olan bir kurumun karşılaşılabileceği olası sorunları ise şu şekilde açıklayabiliriz:

- Emir ve yönergelerin yanlış anlaşılmasından doğan hatalar
- İş yeri kazalarındaki artışlar
- Disiplin suçlarındaki artışlar
- Çalışanların işe olan ilgisizlikleri
- İş başvurusunda bulunan nitelikli iş gücü sayısında azalma
- İş gücü devrinin yüksekliği
- Çalışanlar ile yöneticiler arasındaki karşılıklı olarak saygı ve sevginin olmadığını gösteren davranışlarda artış
- Çalışanların hastaneye başvuru sayısında artış
- Kademe adama olayları
- Hizmet kalitesinde düşüş
- Üretim ya da hizmet maliyetindeki artışlar
- Orta düzey yöneticilerinde belirgin olarak moral düşüklüklerinin görülmesi
- Özensiz, formalite gereği hazırlanan rapor sayısında artış
- Yöneticilerin sorunlardan geç haberdar olması
- Çalışanları huzursuz edecek nitelikte söylentilerin çıkması
- Hizmetin kalitesi ile ilgili ortaya çıkan asılsız söylentiler

- Çalışanların yöneticilerle görüşme konusundaki isteksizlikleri
- Çalışanlar arasında, yönetimin ve yöneticinin adil olmadığı konusunda kanaatlerin yaygınlaşması
- Üst düzey yöneticilerin en alt düzeydeki teknik işlerle ilgilenmesi
- Çalışanlara en yakın amirin ceza ve ödül verme gücünün yok denecek kadar azalması
- Çalışanların aldıkları emirlerle ilgili olarak sık sık soru sorması
- Alınan kararların zamanında uygulamaya sokulamaması
- Örgütün temel politikalarının gerektiği gibi hayata geçirilememesi
- Bölüm amirlerinin arasında yetki çatışmalarının olması

Bir örgütte iletişim eksikliğine ve zayıflığına ilişkin belirtiler arasında yukarıdakiler dışında daha pek çok sorun sıralanabilir.

12.3. BİÇİMSEL İLETİŞİME GÖRE ÇALIŞAN İLİŞKİLERİ

Bir organizasyonun kurumsal yapısı yönünde meydana gelen iletişim sistemine “biçimsel iletişim” denir. Biçimsel iletişime bağlı olarak ast ve üstler arasındaki ilişkiler işlerlik kazanır ve faaliyetlerin sürdürülmesinde koordinasyon sağlanır. Dikey, yatay ve çapraz olmak üzere üç türü bulunan biçimsel iletişim yöntemleri kurum içinde gerçekleşen iletişimi ifade etmektedir.

Dikey İletişim: Dikey iletişim, hiyerarşik kademe içinde üstlerle astlar arasında, yukarıdan aşağıya ve aşağıdan yukarıya doğru ilerleyen, astların görevlerini ve üstlerinin kendilerinden ne beklediklerini anlamalarına, üstlerin de astlarının ihtiyaçlarını ve şikayetlerini, verilen bilgi ve emirleri nasıl anladıklarını ve yerine getirdiklerini öğrenmelerini sağlayan iletişim biçimidir. Bu iletişim biçimini iki yönlü olarak aşağıda ki gibi özetlemek mümkündür.

1. Yukarıdan Aşağıya Dikey İletişim Kanalları: Bu kanallar, genel olarak kural ve emirlerin iletilmesi için kullanılır ve üstlerden astlara doğru genişleyen bir yol izler. Tüm basamakları kapsadığı zaman iletişim yavaş oluşur. Ancak, basamak atlanarak yapılan kısa devre iletişim, devre dışı bırakılan ara basamaklarda yer alan organlarda olumsuz etki oluşturabilir. Hızlı ve sağlıklı bir dikey iletişim sağlamak için kurumlarda yönetsel yapının merkezci olmayan bir özellik taşıması önerilmektedir.

2. Aşağıdan Yukarıya Dikey Kanallar: Bu kanallarla yapılan iletişim, astların üstlerine raporlarını ya da görüşlerini iletmesi ve mesajların yansması ya da geri bildirim biçiminde gerçekleşir. Aşağıdan yukarıya iletişimde de kısa devre iletişim oluşabilir. Özellikle, ilk yöneticisinin baskısı altında olan görevli bir ya da daha fazla basamak atlayarak üst yöneticilerle doğrudan iletişim kurabilir ve önerilerini ya da isteklerini kendi mesajlarıyla iletebilir. Ancak, yönetsel basamakların normal işlediği ve her kademedeki yöneticilere saygı duyulduğu kurumlarda kısa devre iletişime gerek kalmaz. Yöneticilerin astlarını tanıma fırsatını bulduğu aşağıdan yukarı iletişimde, bilgi, beceri ve yetenekleri doğrultusunda çalışanların “karar verme sürecine katılma” imkanları doğar.

Yatay İletişim: Kurumlarda aynı seviyedeki bölüm yöneticileri ve çalışanların ortaklaşa bağlı bulundukları üst kademeye başvurmadan iletişim kurmaları yatay iletişim olarak adlandırılır. Bu sayede, benzer konumlardaki çalışanların işbirliğine imkan sağlayan dolaysız bir ilişki geliştirmeleri mümkün olur. Otoriter yönetim yapısına sahip kurumlarda bile, özellikle emir ve talimatların iyi anlaşılması konusunda dikey iletişim yetersiz kaldığında yatay iletişim kurulur.

Çapraz¹ İletişim: Çapraz iletişim, kurumdaki farklı seviyedeki bölümlerin hiyerarşik kanalları kullanmadan gerçekleştirdikleri iletişimdir. Hızlı bilgi akışı sağlamak, anlamayı geliştirmek ve koordinasyon sağlamak için kullanılır. Yalnızca belli konularda bilgi alış-verişi amacını taşıyan çapraz iletişimin olağan durumlarda kullanılmasında sakınca olmayabilir. Ancak, çapraz iletişim kanallarının sık kullanılması zaman zaman yetki karmaşası sorunu yaratabilmektedir.

Memur Memur İlişkileri

Memur memur ilişkilerinde **yatay iletişim biçimi** gözlenir. Yatay iletişim, aynı kademedeki yöneticilerin, işgörenlerin ya da memurların ortaklaşa bağlı bulundukları üst kademeye başvurmadan, kendilerini ilgilendiren konularda iletişim kurmaları durumunda gerçekleşen bir iletişim biçimidir. Aynı düzeyde görev yapan kişiler arasında karşılıklı, yatay boyutlu bir iletişimi olanaklı kılmaktadır. Kurumda yatay iletişimin en önemli işlevi, eş güdümün sağlanmasına yardımcı olmaktır. Kurumlar büyüyüp, genişledikçe, yetkilerin giderek yayılması ve çeşitlenmesi sonucunda birimler arasında ortak amaçlardan sapma

¹ Diyagonal

tehlikesi baş gösterir. Bu nedenle büyüyen bir kurumun en önemli işi, belirlenen amaçlarla uyumlu bir çalışma düzeni sağlamaktır. Bu açıdan yatay iletişim, amaç ve işbirliğini sağlamada oldukça etkili bir yöntem olarak değerlendirilmektedir. Ancak yatay iletişimin sağlıklı bir şekilde çalışabilmesi için üst düzeydeki yöneticilerin, alınan kararlardan ve girilen eylemlerden bilgilendirilmeleri gerekir. Diğer yandan yatay iletişim, kurumlarda karşılıklı dayanışma ve takım ruhunun gelişmesine de yardımcı olur. Memurlar arasında kurulan sıkı ilişkiler inanç, amaç ve davranış birliğini güçlendirir (Zıllıoğlu ve Yüksel, 2007:144).

Yeni Memur Kıdemli Memur İlişkileri

İş hayatına yeni atılan memurlar kendilerini iyi tanımalılar, farkındalıklarını bilmeliler, sebatkâr ve uyumlu tavırlar sergilemeliler, sürekli öğrenmeli ve kendilerini geliştirmelidirler.

Kıdemli memurlar da kendilerine karşı özgüvenli, yeni memura karşı iletişime açık, yardımcı ve yeni memurun çalışma ortamına uyumunu kolaylaştırıcı bir rol oynamalıdır. Kıskançlık, bilgi saklama, yanlış yönlendirme, küçümseme v.s gibi davranışlar ilişkilerde gerginlik yaratırken sonradan telafisi olmayan iletişim sorunlarının da ortaya çıkmasına neden olur.

Amir Memur İlişkileri

Otoriteden kaynaklanan emir ve talimatlar, aşağıya doğru inildikçe genişleyen iletişim kanallarından geçerek memurlara iletilir. Ancak bu kanallar yalnızca bu tür mesajların iletilmesi için değil, aynı zamanda alt basamakta yer alan görevlilere ihtiyaç duydukları konularda bilgi vermek için de kullanılır. ***Yukarıdan aşağıya iletişim*** çeşitli şekillerde gerçekleşir. Bunları şu şekilde açıklayabiliriz:

İş emirleri: Memurların işlerini ve bunları nasıl yapacaklarını açıklayan emir ve ya talimatlardır. Memurlar, bu tür mesajları, amirlerinden sözlü veya yazılı olarak alabilecekleri gibi, eğitim amaçlı toplantılardan ya da broşür ve kitap gibi yazılı kaynaklardan da alabilirler.

Emirlerin gerekçeleri: Emir veya talimatların gerekçesi, görevlilere bir işin neden yapılması gerektiğini, işin diğer işlerle ilişkisini ve etkilerini açıklar.

Kurumun prosedürleri ve politikaları: Bu tür mesajlar, kurumun genel politikaları, prosedürleri, kuralları ile ilgili bilgileri kapsar.

Kurum amaçları: Memurların, kurumun genel hedefleri hakkında bilgilenmelerini sağlar.

Memurun iş yerindeki ilişkileri, üst, ast ve iş arkadaşlarıyla olmak üzere üçe ayrılabilir. Bu ilişkiler karşılıklı güven ve anlayışa dayalı olmalıdır. Aksi halde ilişkiler bireyde tedirginlik yaratabilir. Memurların birçoğu işlerine sadece maddi gelir için gelmemektedirler. İnsanlar gelirin yanı sıra, tatmin ve anlamlı sosyal ilişkiler arayışı içindedirler. Amiri tarafından takdir edilmeyen, işyerinde aradığı ilişki tiplerini bulamayan çalışan için çalışma ortamı son derece sıkıcı ve çekilmez bir hale gelir. Bunların içindeki temel beşeri ihtiyaçlardan biri olan takdir edilme ihtiyacı diğer kişilerden alınan basit mesajlar olup, birey olarak varlığımızı kanıtlamaktadır. Örneğin, eğer yaptığınız işi amirinizin yeterince takdir etmediğini düşünüyorsanız ve bu konuyu onunla konuşmak size çok zor geliyorsa, takdir edilmeseniz de çalışmayı sürdürmeye karar verebilirsiniz. Ama bir gün olmadık bir yerde, kimsenin anlamadığı bir nedenle patlayabilir, ilişkinizi daha da kötü bir yola sokabilirsiniz. Bunların dışında amir-memur ilişkileri çerçevesinde ortaya çıkan ve amirin memura karşı gösterdiği olumsuz ve cezalandırıcı davranışlar da memurlar üzerinde stres yaratan ciddi nedenlerden biridir. Amir ile memur arasındaki ilişkinin işe yansması sonucunda bazı memurlara karşı duyulan “bunun burnunu biraz sürtmek lazım” anlayışı memur üzerinde stres yaratıcı faktörlerden biridir. O zaman amiriyle olumsuz ilişkiler içinde olmasının sonucunu çalışma arkadaşlarına nazaran daha fazla çalışarak çekmek zorunda olması memura stres yaratabilir.

Ast Üst İlişkileri

Aşağıdan yukarıya ² doğru iletişim, çalışanların (memurların) yöneticileriyle kurdukları iletişimi kapsar. Bu tür iletişimin temel amacı, üstü astlarla ilgili olarak bilgi kılmaaktır. Konuya iletişim süreci açısından bakıldığında aşağıdan yukarıya doğru iletişim, üstler tarafından iletilen mesajlara, astların bir tepkisi, yani **geri bildirimi** olarak değerlendirilebilir. Üstler, astlardan olumlu ya da olumsuz geri bildirim alamadığında kurumun işleyişi ile ilgili bilgiyi de edinememiş olurlar. Bu nedenle bir kurumda, aşağıdan yukarıya doğru iletişimin sağlıklı bir şekilde işlemesi, etkin bir yönetimin gerçekleştirilmesi açısından son derece önemlidir. Kuşkusuz, yöneticiler biçimsel iletişim kanallarını çalıştırmadan da özellikle bölüm ya da gruplarda kendilerine yakın kişilerden yararlanarak gereksinim duydukları bilgileri edinme yoluna giderek, biçimsel olmayan iletişim

² Asttan üste

kanallarından yararlanabilirler. Fakat yalnızca bu iletişim yönteminin kullanılması çok önemli sakıncaları da beraberinde getirecektir.

Eğer bir kurumda, astların önerilerini önemsemeyen bir yönetim anlayışı bulunuyorsa, çalışanlar yöneticilerin emir ve talimatlarına hiç bir şekilde sorgulamaksızın sadece kayıtsız koşulsuz itaat ediyorsa, bu kurumda aşağıdan yukarıya doğru iletişimin işlemediğini söyleyebiliriz. Aşağıdan yukarıya doğru iletişim, en otoriter yönetim biçimlerinde dahi bir ihtiyaç olarak kabul edilmektedir.

Eğer, yönetim (üstler) biçimsel iletişim kanallarını kurup çalıştırmazsa, yönetilenler (astlar) bu duygu ve düşüncelerini, biçimsel olmayan kanallar kullanarak paylaşma yoluna giderler. Bu da kurumda söylenti ve dedikodunun yaygınlaşmasına yol açar. Yönetilenlerin, özellikle paylaşma ihtiyacı içinde oldukları duygularını şu şekilde açıklayabiliriz: Aşağıdan yukarıya iletişimin çalışanlar açısından sağladığı en büyük yarar, onların temel kişisel ihtiyaçlarının giderilmesini sağlamaktır. Ayrıca çalışanların duygu ve düşüncelerinin sorulması, yönetimin çalışanlara verdiği değerin bir göstergesi olarak algılanacak, çalışanların morallerinin yükselmesini sağlayacaktır. Bu da işin verimini ve kalitesini olumlu yönde etkileyecektir.

Yönetim sürecinde çalışan kişilerin başarılı olması için kurum içerisindeki iletişim önemlidir. Kişilerin kurumdaki rolleri ne olursa olsun iletişim becerilerini iyi bilmeli ve bunları uygulamaları gerekir. Özellikle ast üst ilişkilerinde dikkat edilmesi gereken önemli hususlar vardır. Astlar önce insan olarak kabul edilmelidir. Özünde insan sevgisi olan her iletişim sürecinin olumlu bir başlangıç sağladığı, sevginin ve iyi niyetin çözemediği hiçbir problemin olmadığı, makamların ve unvanların geçici olduğu ve her yöneticinin bir üstü olduğu unutulmamalıdır. Astlara sınırsız ve yetersiz bilgi vermek tehlikelidir. Çünkü güvensizlik yaratır, informal liderler doğurur ve dedikoduları çoğaltır. Kurum içerisinde iletişim kanalları çoğaltılarak astların liderlik yetenekleri geliştirilmelidir. İletişim kanalları astların kararlara katılmasını sağlar, eşgüdümü kolaylaştırır ve iyi bir kurum iklimi yaratır. Bürokratik otorite sık sık kullanılmamalı ve sürekli ast oldukları hatırlatılmamalıdır. Bu davranış bağlılık ve sadakati azaltır ve direnmeyi artırır. Yöneticilerle etkili bir iletişim kurabilmek için, onların sosyal ve mesleki yaşam felsefesi ile onların önem ve öncelik verdiği konuları bilmek gerekir. Yöneticileri iyi tanımak, onlara etkili mesajlar vermeyi sağlar, çatışmaya düşmeyi önler ve başarılı olmanın kriterlerini belirler. Mesaj ve öneriler yöneticilerin dinlemesi için en uygun olduğu zamanda verilmelidir. Astlar için uygun olan

zaman yöneticiler için uygun olmayabilir. Uygun zaman ve yer seçimi daha almayı sağlar ve reddedilme ihtimalini azaltır. Tüm çalışanlar üstlerine bağlı ve kendi düzeyinde başarılı bir ast olduğunu yöneticilerine hissettirmelerinde yarar vardır. Bu davranış yöneticilerin güvenini artırır ve gereksiz kaygılarını azaltır. Astlar, yöneticilerinden sürekli yakınlıkla çevrede onunla ilgili sözler söylememeli, birdenbire yükselme hevesine kapılmamalı ve böyle bir izlenim bırakmamalıdır.

12.4. KURUM KÜLTÜRÜ VE İLETİŞİM

Kurum kültürü, kurum üyelerince paylaşılan, anlamlar, inançlar ve değerler bütünüdür. Kurum kültürü, kurumun içinde bulunduğu toplumun kültürel ortamından ve kurumun ürettiği kültürel öğelerden beslenerek oluşur. Kurum içi iletişim, hem kurumun kültüründen etkilenir hem de kurumun kültürünü etkiler. Kurum içi iletişim, kurum kültürüne bağlı olarak bazı özellikler taşır. Bu özellikleri, kurum kültürlerine ilişkin geliştirilmiş kültür yapıları açısından şu şekilde açıklayabiliriz (Gürgeç 1997:159-172):

12.4.1.Güç Kültürü

Bu tür kurumlarda güç ve denetim merkezde toplandığı için iletişim yapısı da merkezi bir özellik gösterir. Kararlar, katılımcı bir yönetim anlayışı ile değil, tepe yönetimdeki kişiler tarafından alınır. Kurumsal yapı, oldukça yalındır. Bu nedenle kural ve prosedürler bu tür kurumlarda en aza indirgenmiştir. Bürokratik uygulamalara pek rastlanmaz. Bu özelliklerinden ötürü hızlı karar alıp olası bir tehlike karşısında çabuk tepki verebilirler. Kararların uygunluğu yöneticinin çok yönlü yönetsel yeterliliklerine bağlıdır. Bu tür kültürel ortamda politik oyunlara girmekten çekinmeyen ve risk almayı seven kişilerin başarılı olma şansları daha fazladır. Yöneticiler arasında kuralları olmayan ve yapıcı bir rekabete dayanmayan bir yarış söz konusudur.

12.4.2.Bürokratik/Rol Kültürü

Uzmanlaşmanın gerektirdiği iş bölümü, rol kültürünün ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bu kültürde kurumu oluşturan birim ya da bölümler, kurumu ayakta tutan yapılar olarak görülür. Fonksiyonel yapıların, iş tanımlarının ve süreçlerin yazılı olması bu tür kültüre sahip yapıları bürokratik kurumlar olarak adlandırılmasına neden olmuştur. Rol kültürüne sahip kurumlarda bölümlerin faaliyetlerini sürdürebilmeleri, diğer bölümlerle ilişkilerinin ve iletişimlerinin iyi düzeyde olmasına bağlıdır. Bölümler arasında olması gereken ilişkinin sağlıklı yürütülebilmesi ise şu şekilde sağlanır:

Bürokratik/Rol Kültürü

Uzmanlaşmanın gerektirdiği iş bölümü, rol kültürünün ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bu kültürde kurumu oluşturan birim ya da bölümler, kurumu ayakta tutan yapılar olarak görülür. Fonksiyonel yapıların, iş tanımlarının ve süreçlerin yazılı olması bu tür kültüre sahip yapıları bürokratik kurumlar olarak adlandırılmasına neden olmuştur. Rol kültürüne sahip kurumlarda bölümlerin faaliyetlerini sürdürebilmeleri, diğer bölümlerle ilişkilerinin ve iletişimlerinin iyi düzeyde olmasına bağlıdır. Bölümler arasında olması gereken ilişkinin sağlıklı yürütülebilmesi ise şu şekilde sağlanır:

Bu kurum kültüründe, yöneticinin kişisel kaprisleri ve rastgele uygulamaları en aza indirgenmiştir. Yönetimsel ve kurumsal faaliyetlerde kesinlik, hız, netlik ve uzmanlaşma ön plana çıkmıştır. Hiyerarşiler belirgin ve terfiler uzmanlığa dayalı olup ödül ve cezalara ilişkin standartlar geliştirilmiştir. Yükselme ya da kariyer açısından çalışanlar kişisel amaçlarını kurum amaçlarıyla kesiştirdikleri ve kurumla bütünleştikleri ölçüde başarılı olmamaları için bir neden kalmaz.

Bürokratik kültürde bireysel kararlar, keyfi olmayıp yazılı yetki ve sorumluluk tanımları çerçevesinde alınmak zorundadır. Roller tanımlanmış, kural ve prosedürler olabildiğince her duruma yanıt verecek şekilde hazırlanmıştır. Kurumda, bütün bilgilerin yazılı olması bu kültürün en önemli özelliğidir.

Bürokratik kültürlerde bölümler arasındaki eş güdümü en üst basamaktaki yöneticiler gerçekleştirir. Faaliyetler, prosedür ve yönetmeliklerle düzenlendiği için iş tanımlarına uyulması çalışanların inisiyatif almasından daha önemlidir. Çalışanlar, kendilerinden iş tanımlarının dışında birtakım görev talepleriyle karşılaşmaz.

Bu kültürde, yönetilenlerin sahip oldukları uzmanlık bilgi ve becerisinin onlara bir güç sağlayabilmesi oldukça zordur. Güç, ancak resmi olarak tanımlanmış bir yetkiye sahip olduğunda ortaya çıkar. Bu kültürde faaliyetlerin etkinliğini belirleyen en önemli unsur, iş ve sorumlulukların dağılımındaki akılcılıktır. Bireysel özellikler ikinci plandadır. Çalışanlar açısından rol kültürü, güvence unsurudur. Belli süreler içinde kendilerinden bekleneni verilerse ilerleyeceklerini bilirler ve konularında uzmanlaşırlar.

12.4.3. İş-Süreç Kültürü

Bu kurum kültüründe, çeşitli fonksiyonlar birbiriyle kesişmiştir. Kurum şemasında dikey olarak yer alan bölümlerle, yatay olarak gösterilen bölümler arası gruplar, işin

özellikleri ve uzmanlık türlerine göre oluşturulur. Yönetsel güç, dikey ve yatay fonksiyonların kesiştiği noktalarda toplanır ve uzmanlığa dayalıdır. Başarının ölçütü, işin en iyi ve kaliteli bir şekilde yapılmasıdır. Bu nedenle işin gerçekleştirilmesinde kullanılacak kaynaklar, işinin uzmanı olan kişilere bırakılır ve onlardan da işi yüksek kalitede gerçekleştirmeleri beklenir. Grup lideri, katılımcı bir yönetim uygular. Amaçları gruba aktarır, anlaşılmasını ve benimsenmesini sağlar. İş kültürlerinde ekipler, müşteri/vatandaş odaklı ve bölümlerin katı bürokratik engellerinden uzak bir şekilde çalışırlar. Belirli bir proje, müşteri veya iş akışı dikkate alınarak oluşturulmuş gruplar, iş bitince dağılırlar veya başka bir projeye uyarlanırlar.

12.4.4. Birey Kültürü

Bu tür kültüre sahip kurumlarda birey kuruma değil, kurum bireye hizmet etmektedir. Bireyler, kurumsallaşmanın kendileri için yararlı olmayacağına inanmaları halinde bu tür kültüre dayalı kurum kurabilirler. Bu tür kültürel özelliğe sahip kurumlarda bir hiyerarşik yapı da olmayacağı için bilinen şekliyle biçimsel bir denetim sistemi de bulunmaz. Ancak, bireylerin ortak rızası ile bir öz denetim mekanizması geliştirilebilir. Kurumun varlığı, bireyin varlığı yanında ikinci planda kaldığı için, kurum bireyi bünyesinden atamaz, birey arzu ederse ayrılır. Yönetsel güç, uzmanlığa dayalı olup bireyler arasında paylaştırılmıştır.

Uygulamalar

Birey kültürü nedir? Açıklayınız.

Uygulama Soruları

1.iş-süreç kültürü nedir? Açıklayınız.

Bu Bölümde Ne Öğrendik Özeti

Kurumlar, gerek bireysel gerekse grupsal olarak kurum içindeki, inanç, tutum ve davranışları, kurumun amaçları ile uyumlaştırmak için iletişimden yararlanmaktadır. Birçok kurum, çeşitli gereksinmelerini karşılamak amacıyla biraraya gelen insanlardan oluşmaktadır. Kurum, içindeki davranışlar günlük yaşamın o kadar doğal bir parçasıdır ki, davranışlarda saklı psikolojik nedenlerin başarı ya da başarısızlık üzerindeki etkilerinin ender olarak farkında oluruz. Kurumsal davranış, kurumlarda insan davranışlarının algılanması, anlaşılması ve kontrolü olarak tanımlanabilir. Çalışanların işlevsel çevre ve toplumsal çevre ile etkileşimi, kurumsal davranışı belirler. Davranışın kurumsal davranış sayılabilmesi için, kurumsal faaliyetlerle ilgili, kurum açısından anlamı, davranış düzlemine ve kurumsal amaca uygun olması gerekir. Kurumsal davranış, motivasyon, örgütsel bağlanma, karar verme, liderlik, kurumsal kültür ve iklim, iletişim, kurumsal çatışma, güç ve yetki, takım süreçleri, güçlendirme, kurumsal değişim gibi konuları kapsar. Kurumsal davranışın amacı çalışan insanların davranışlarını anlamak, geleceğe yönelik tahminler yapmak ve çalışanların davranışlarını kontrol etmek, böylelikle çalışan verimliliğini ve kurumsal etkinliği arttırmaktır. Ortak bir amacı gerçekleştirmek için bir araya gelen bireyler, gruplar, topluluklar ve kurumlar için iletişim hayati bir öneme sahiptir. Kurumdaki bireyler ve gruplar arasında olması gereken uygun etkileşimi sağlayan öge ise kurumsal iletişimdir. Kurumsal iletişim bir kurumun varlığını sürdürmesinde merkezi bir konuma sahiptir ve tüm kurumsal süreçlerde önemli bir rol oynamaktadır. Gerek kurum içerisindeki uyum, ortak görüş ve koordinasyonu sağlamaya, gerekse de kurum dışı adaptasyon ve bilgi giriş çıkışına yönelik bu eylemlerdeki başarı, kurumlarda etkin bir iletişim oluşturmakta saklıdır. Kurumsal iletişim, kurumda çalışan kişi ve grupların kurumun ortak amaçları doğrultusunda uyumlu ve eşgüdümlü çalışmalarını, sorunların çözülmesi ve yaratıcı gücün oluşturulmasını, çalışanları ve kurumdaki birimleri birbirine bağlamayı amaçlar

Bölüm Soruları

1) Birey kültürüne sahip bir çalışan bireysel kültürün hakim olduğu bir kurumda nasıl davranmaktadır?

- a. Birey kuruma değil, kurum bireye hizmet etmektedir.
- b. Bireyler, kurumsallaşmanın kendileri için yararlı olmayacağına inanırlar.
- c. Bu tür kültürel özelliğe sahip kurumlarda bir hiyerarşik yapı da yoktur.
- d. Yönetsel güç, dikey ve yatay fonksiyonların kesiştiği noktalarda toplanır
- e. Bu kurumlarda bilinen şekliyle biçimsel bir denetim sistemi de bulunmaz.

2) Kurumsal iletişim için aşağıdaki şıklarda yer alan ifadelerden hangisi söylenemez?

- a. İletişim, verimliliğin ve kalitenin temelidir
- b. Bilinçli bir yönetimin vazgeçilmez aracıdır
- c. Kurumsal iletişim ast üst bilgi alışverişini içermez
- d. Yönetimin temel işlevlerinin başarılı bir şekilde yürütülmesi sürekli ve düzenli bir kurumsal iletişimin oluşturulmasına bağlıdır
- e. Kurumsal iletişim, insanların bir araya gelmesini sağlayan bir güçtür

3) Aşağıdaki şıklardan hangisi *kurumsal iletişimin* uygulamasında dikkat edilecek konulardan değildir?

- a. Kurumsal iletişim yönetim aracı olarak kullanılmalıdır,
- b. Hitap edilecek hedef guruplar etkin biçimde tanımlanmalıdır
- c. Kurumun kurumsal temelleri sürekli olarak değişkenliğe açık olması nedeniyle tanımlanmamalıdır
- d. Gerektiğinde profesyonel yardım alınmalıdır
- e. Kurumsal iletişim çalışmaları bir katalog yardımı ile takip edilmelidir

4) Kişilerarası iletişimi belirleyen önkabuller için aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?

a. Bir şeyin nasıl olduğu ve nasıl olması gerektiği hakkındaki inançlarımız, değerlerimiz ve tutumlarımızın toplamına ‘ön kabul’ deniyor.

b. Önkabuller, iletişim aksaklıklarında çok önemli bir rol oynar.

c. Önkabullerle, ister istemez, karşımızdaki kişinin de bizimle aynı şekilde düşündüğünü, aynı tutumu alacağını ve aynı değerleri taşıdığını düşünürüz.

d.Önkabullerle, bir müzakere ya da bir görüşme halindeyken, karşımızdakinin farklı bir kişi olduğunu ve bu nedenle farklı bir yaklaşım taşıyabileceğini dikkate alarak empatik bir anlayış taşırız.

e. Ön kabuller, karşı tarafın onayı alınmadığında sinirlenmemize ve bu durum da iletişim kazalarına yol açar.

5) Aşağıdakilerden hangi şıkta iletişimin ne kadar etkileyici olabileceğini belirleyen dört faktörden biri yer almamaktadır?

a. Mesajın kaynağına ait özellikler,

b. Mesajın süresine ait özellikler

c. İletişimle(mesajla) ilgili özellikler,

d. Hedef ögesi ile ilgili özellikler,

e. Ortam ile ilgili özellikler

6) incelenmesiyle, kurumsal hiyerarşinin tüm kademelerindeki çalışanların kendi farkındalığını geliştirme ve bu yolla kurum çalışanlarının iş tatminlerini artırarak, kurumsal verimlilik ve etkinliğe katkıda bulunma amaçlanmaktadır.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

a) Kurumsal davranış

b) Kurumsal iletişim

c) Kurumsal verimlilik

d) Kurumsal farkındalık

e) Kurumsal gelişme

7. bir kurum, bir işletme ve bir kuruluşun amaç ve hedeflerine ulaşabilmek ve etkinliklerini yürütebilmek için gereken bilgi akışını, motivasyonu, koordinasyonu, organizasyonu, eğitimi ve denetimi amacıyla gerçekleşen iletişim sürecine verilen addır.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) Kurumsal davranış
- b) Kurumsal iletişim
- c) Kurumsal verimlilik
- d) Kurumsal farkındalık
- e) Kurumsal gelişme

8. belli bir noktadan bir kanal aracılığıyla diğer bir noktaya mesajın iletilme süreci olarak görmekte, iletişimde bulunanları birbirine bağlayan kanallara önem vermektedir.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) Mekanistik perspektif iletişimi
- b) Psikolojik perspektif
- c) Yorumlayıcı perspektif
- d) Sistem-etkileşimi perspektifi
- e) Sembolik perspektif

9. yapılan araştırmalarda, temel çözümleme birimi olarak dıştan gelen davranış üzerine odaklanılmaktadır.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) Mekanistik perspektif iletişimi
- b) Psikolojik perspektif
- c) Yorumlayıcı perspektif
- d) Sistem-etkileşimi perspektifi
- e) Sembolik perspektif

10. hiyerarşik kademe içinde üstlerle astlar arasında, yukarıdan aşağıya ve aşağıdan yukarıya doğru ilerleyen, astların görevlerini ve üstlerinin kendilerinden ne beklediklerini anlamalarına, üstlerin de astlarının ihtiyaçlarını ve şikayetlerini, verilen bilgi ve emirleri nasıl anladıklarını ve yerine getirdiklerini öğrenmelerini sağlayan iletişim biçimidir.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) Dikey iletişim
- b) Yukarıdan Aşağıya Dikey iletişim Kanalları
- c) Aşağıdan Yukarıya Dikey Kanallar
- d) Yatay İletişim
- e) Çapraz (Diyagonal) İletişim

Cevaplar: 1)d,2)c,3)c,4)d,5)b,6)a,7)b,8)a,9)e,10)a

13. KİŞİLERARASI İLETİŞİM MODELLERİ I

Bu Bölümde Neler Öğreneceğiz?

13.1. KİŞİLERARASI İLETİŞİM MODELLERİ

13.1.1. Lasswell Formülü

13.1.2. Gerbner'in Genel İletişim Modeli

13.1.3. Matematiksel İletişim Modeli

13.1.3.1. Shannon ve Weaver Modeli

13.1.3.2. Osgood ve Schramm 'ın Dairesel Modeli

13.1.3.3. Dance'in Sarmal Modeli

13.1.4. PSİKOLOJİK MODELLER

13.1.4. 1. Houland'ın İletişim Modeli

13.1.4. 2. Westley ve MacLean'ın Modeli

13.1. 5. Sosyal Modeller

13.1.5. 1. Riley / Riley'in Modeli

Bölüm Hakkında İlgili Oluşturan Sorular

- 1)Dance'in sarmal modelini açıklayınız.
- 2) Osgood ve Schramm 'm dairesel modelini açıklayınız.
- 3)Matematiksel iletişim modelini açıklayınız.

Bölümde Hedeflenen Kazanımlar ve Kazanım Yöntemleri

Konu	Kazanım	Kazanımın nasıl elde edileceği veya geliştirileceği
Kişilerarası iletişim modelleri	Kişilerarası iletişim modellerinin öğrenilmesi teorik açıdan değerlendirilmesi	Kişilerarası iletişimde modellerin araştırılması teorik olarak öğrenilmesi

Anahtar Kavramlar

Formül, genel iletişim, matematiksel iletişim, model, dairesel model

Giriş

İletişim sürecinin nasıl işlediğine ilişkin ilk görüşlere Aristoteles’de rastlanmaktadır. Aristotelesin temelini attığı ve bugün “retorik” olarak kaynaklar giren görüşe göre, eğer sözlü iletişim içerik yapısında ve sunulmasında, bazı şartları sürekli taşıyorsa istenen ve amaçlanan etkiyi sağlayabilir. Aristoteles iletişim süreçlerini birbirinden ayırt edebilen üç ögeyle sınıflandırmaktadır. Bunlar; konuşmacı, konuşma metni ve dinleyicidir. Bu üç ögenin birbiriyle nasıl bir ilişki içinde olduğu hususları yeterli derecede açıklanmış değildir. Aristoteles’in retorik okulu olarak gelişen bu görüşleri, iletişim alanındaki gelişmeleri büyük ölçüde etkilemiştir.

İletişim modelleri ve kişilerarası iletişim modelleri üst üste bir binişiklik gösterir. Pek çok kaynakta iletişim modeli olarak yer alan modeller kişilerarası iletişim modelleri olarak da kabul edilmektedir. Bu bakışla kişilerarası iletişim modellerini kitle iletişim odaklı olanlarda ayrı bir bakışla aşağıdaki gibi sınıflayabiliriz.

Kişilerarası İletişim Modelleri

1.Lasswell Formülü

2.Gerbner'in Genel İletişim Modeli

3. Matematiksel İletişim Modeli

Shannon ve Weaver,

Osgood ve Schramm,

Dance Modelleri

4. Psikolojik Modeller

Houland’ın İletişim Modeli

Westley ve MacLean’ın Modeli

5. Sosyal Modeller

Riley / Riley’in Modeli

6. Sosyal psikolojik Modeller

Newcomb’un ABXModeli

Heider ve Fesingerın Denge modelleri

Birlikte Yönelimin Uçurtma

Uyum ve Uyumsuzluk Kuramı

Bir Yakınlaşma Modeli

Westley Ve Maclean'ın İletişim Araştırması İçin Kavramsal Modeli

Maletzke'nın Kitle İletişim Süreci Modeli

13.1. KİŞİLERARASI İLETİŞİM MODELLERİ

13.1.1. Lasswell Formülü

Amerikalı siyaset bilimci Harold D. Lasswell, 1948 yılında yazdığı bir makaleye iletişim araştırmasının belki de en bilinen tümcesiyle başladı: "Bir iletişim eylemi en kolay şekilde şu sorular yanıtlanarak açıklanabilir:

Kim?

Ne söyler?

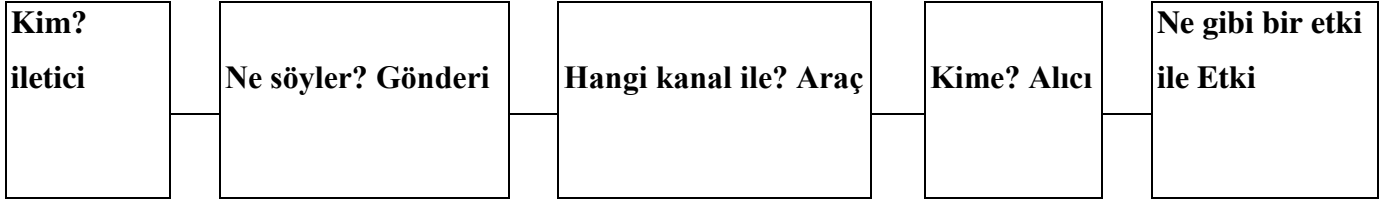
Hangi kanal ile?

Kime?

Ne gibi bir etki ile?

İşte bu tümce o günden beri Lasswell Formülü olarak bilinmekte ve anılmaktadır.

Lasswell burada **geribesleme ögesini** ele almadığı için eleştirilir. Bu açıdan da model, formüle edildiği dönemin genel bakış açısını yansıtmaktadır. Yapılan eleştiriye rağmen bu modelin insanları iletişim süreci çalışmalarıyla tanıştırmada kullanışlı ve kolay anlaşılır bir yöntem olduğu göz ardı edilmemelidir.



Sekil . İletişim sürecinin ögelerini gösteren Lasswell Formülü (Lasswell 1948'e dayanarak).

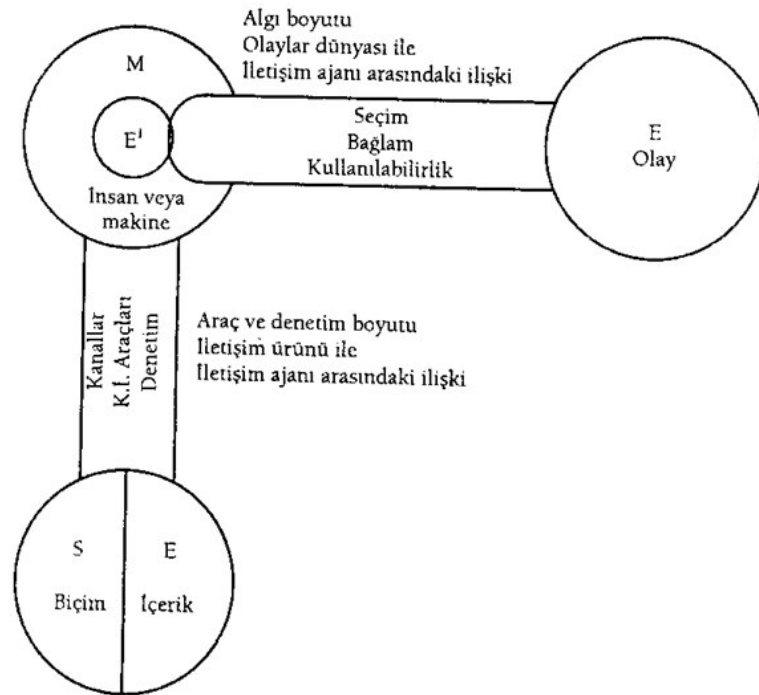
13.1.2. Gerbner'in Genel İletişim Modeli

Amerikalı kitle iletişim araştırmacısı **George Gerbner'in** amacı geniş uygulama alanı olan bir model çizmektir. Model ilk kez 1956'da sunulmuştur.

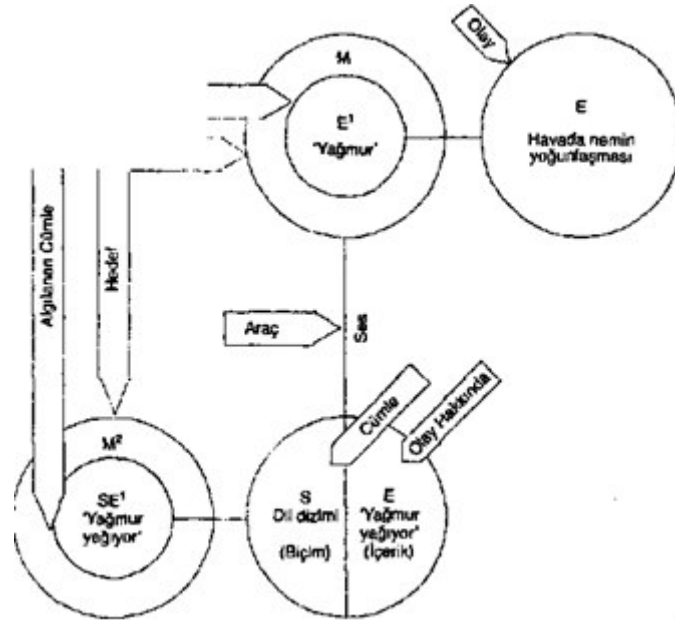
Modelin özel bir niteliği hangi iletişim durumunu açıklıyorsa ona göre farklı biçimlere sokulabilmesidir. Bölümler yapı blokları gibi kullanılabilir. Böylelikle basit iletişim süreçlerinin yanı sıra gönderilerin üretimi ve iletilen gönderi ve olayların algılanması gibi karmaşık iletişim süreçlerini açıklamak da mümkün olur. Model, algılama ile üretimin doğası ve aralarındaki ilişki hakkında sorular sormamızı sağlar (38).

Gerbner'in Lasswell tarzı formülü aşağıda belirtilmiştir:

1. bir kişi
2. bir olayı algılayıp
3. tepkide bulunduğu
4. belli bir ortamda
5. bazı araçlar kanalıyla
6. kullanılabilir bir malzeme hazırlar
7. bunun bir biçimi
8. ve bağlamı vardır
9. içeriği aktararak içerik iletir
10. ve bazı sonuçlara yol açar.



Şekil 2.3.1 Gerbner'in genel iletişim modeli:
M, E'yi E¹ olarak algılar (Gerbner, 1956).



Şeki! 2.3.2 Örneklendirilmiş olarak Gerbner'in modeli: M, M²e havaya ilişkin algılamasını iletir (Gerbner, 1956).

Özgün makalesinde **Gerbner** modelinin birkaç amaç için nasıl kullanılabileceğini gösterir. Örneğin model, insan ve mekanik iletişimi birlikte açıklamak üzere kurulabilir. Tıpkı **Lasswell'** in formülünü kullandığı gibi bu model farklı kuram kurma ve araştırma alanlarını birbirinden ayırt etmek üzere kullanılabilir. **Gerbner** (1964), içerik analizinin belli başlı prosedürlerini açıklamak ve göstermek için kendi modelini geliştirir (39-41).

13.1.3. Matematiksel İletişim Modeli

Shannon ve Weaver, Osgood ve Schramm, Dance Modelleri

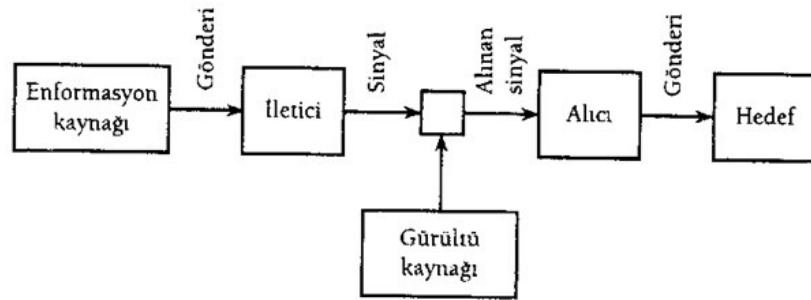
Aralarında birçok farklılık olmasına rağmen aşağıdaki satırlarda açıklanacak modellerden ilk ikisinin ortak noktası, kitle iletişim araştırmalarının kısa tarihinde her iki modelin de çok etkili olmasıdır, ilk model 1940'ların sonunda matematikçi **Claude Shannon** tarafından geliştirilmiştir. İkinci model psiko-dilbilimci **C. E. Osgood'un** fikirlerine dayanır, 1950'lerin başında kitle iletişim araştırmacısı **Wilbur Schramm** tarafından geliştirilir ve sunulur. **F. E. X. Dance'in** ileri sürdüğü yakın geçmişe ait üçüncü sarmal modeldir.

13.1.3.1. Shannon ve Weaver Modeli

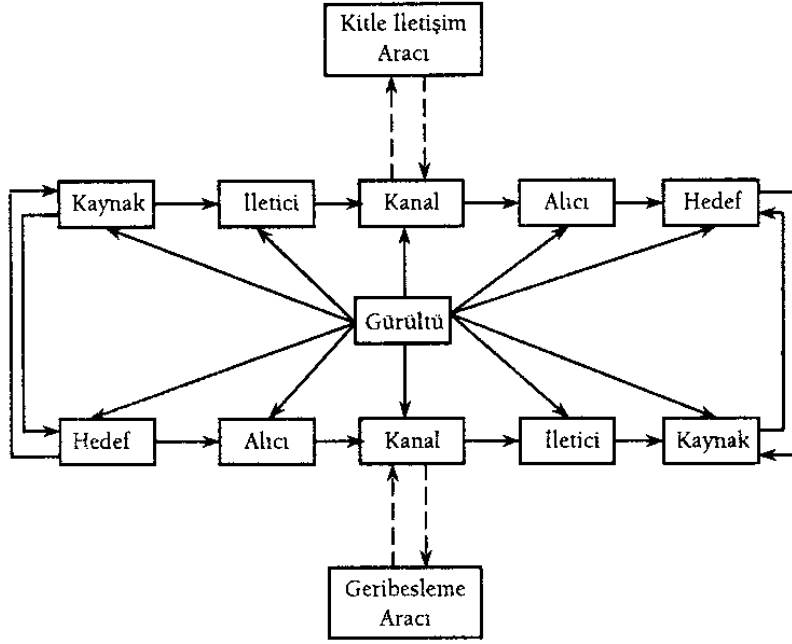
Hangi iletişim kanalı en fazla sayıda sinyali iletir? İletilen sinyalin ne kadarı ileticiden alıcıya giderken yolda gürültü nedeniyle yok olacaktır?

Bu sorular özellikle enformasyon kuramı alanında ele alınan sorulardır. Buna rağmen **Shannon** ve çalışma arkadaşı **Warren Weaver** (1949) tarafından oluşturulan grafik model davranış bilimciler ve dilbilimcilerce kıyaslamalı olarak kullanılmıştır. Tabii ki teknolojik sorunlar insan sorunlarından farklıdır. Ancak Shannon ve Weaver modelinin izlerine daha sonraki yüz yüze iletişimi ele alan modellerde kolaylıkla rastlanır.

İletişim burada tek yönlü düz çizgisel bir süreç olarak tanımlanır. Model yerine getirilmesi gereken beş işlevi belirtirken bir işlev aksatıcı öğeye, gürültüye dikkati çeker. Grafik olarak model Şekil 2.2.1.'deki gibi gösterilebilir (Quail, Windahl, 1994:27-30)



Şekil 2.2.1 Shannon ve Weaver'ın 'matematiksel modeli' iletişimi tek yönlü düz çizgisel bir süreç olarak tanımlar. (Shannon ve Weaver'a dayanarak, 1949).

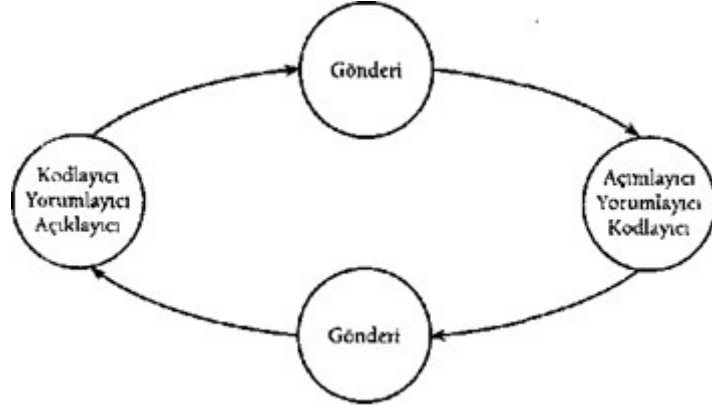


Şekil 2.2.2 Shannon ve Weaver modeline DeFleur'ün geribeslemeye yer veren katkısı (DeFleur 1970).

Şekil 2.2.2'de DeFleur, **Shannon ve Weaver** modeline kaynağın **geribesleme** tepkileri nasıl aldığını göstermek üzere bir dizi bileşken daha ekler. Böylelikle kaynağın hedefe ulaşacak daha etkili bir iletişim biçimini adapte etmesini sağlar. Bu durum, anlamlar arasında bir uyuma erişme olanağını artırır (**izomorfizm**). Shannon ve Weaver'ın modeli böylece önemli bir biçimde desteklenmiş olur. Shannon ve Weaver'ın modeli düz çizgisel ve **geribesleme** tepkilerden yoksun olduğu için eleştirilmiştir. Söz konusu niteliklere, **DeFleur'ün** geliştirdiği modelde değinilir, ancak kitle iletişim olayının gerçekleşmesinde kaynakların (ileticilerin) izleyiciden yalnızca sınırlı ya da dolaylı geribesleme tepkiler aldıklarını belirtmek gerekir (30-32).

13.1.3.2. Osgood ve Schramm 'ın Dairesel Modeli

Bu model **C. E. Osgood** tarafından başlatılmış, **Wilbur Schramm** (1954) tarafından tamamlanmıştır.



Şekil2.2.3 Osgood ve Schramm'ın modelinde her iki taraf, örneğin bir konuşma anında aynı işlevleri yerine getirir.
(Schramm 1954)

Shannon modeli düz çizgisel olarak tanımlanabilirse, **Osgood-Schramm** modeline de tamamıyla dairesel diyebiliriz. Bu iki model arasındaki bir diğer fark, Shannon 'un ilgisi birincil olarak alıcılar ve vericiler arasında aracı işlevi gören kanallara yönelirken, Schramm ve Osgood tartışmalarını iletişim sürecindeki başlıca aktörlerin davranışları üzerinde yoğunlaştırırlar. Böyle olduğu halde her iki yaklaşım arasında önemli benzerlikler vardır.

Geleneksel düz çizgisel iletişim modeli gönderen ile alanın rollerini sabitleştirir ve birbirinden ayırır, bunu yaptığı için de zaman zaman eleştirilmiştir. Bir yorumunda **Schramm** (1954) şu noktaya dikkat çeker:

Aslında iletişimi sürecini bir yerde başlayıp bir yerde biten bir süreç olarak düşünmek yanıltıcı olur. Gerçekte süreç sonsuzdur. Bizler küçük kumanda merkezleri gibi sonsuz sayıda enformasyon akımını ele alıp tekrar göndermekteyiz...

Bu yaklaşımın ortaya çıkışı iletişimin geleneksel düz çizgi-sel/tek yönlü tanımından bir kopuş yaratmıştır. Model, özellikle kişilerarası iletişimi açıklamada kullanışlı, fakat geribesleme tepkilerin olmadığı veya çok az olduğu durumları açıklamaya daha az uygundur. Kitle iletişimi buna örnek bir durum sergiler. Daha sonraki uygulamada Schramm bu modeli kitle iletişimini açıklamaya uygun bir şekilde değiştirmiştir (33-34).

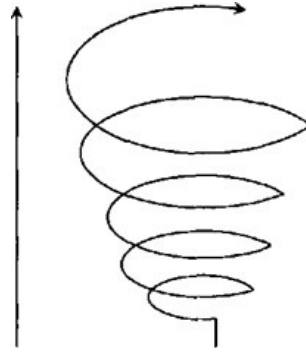
13.1.3.3.Dance'in Sarmal Modeli

Dance'in sarmal iletişim modeli bu bölümde daha önce ele alınan iki modelle karşılaştırıldığında daha günceldir.

Düz çizgisel-dairesel iletişim modellerine ilişkin bir tartışmada **Dance** (1967), çoğu kişinin günümüzde iletişim sürecini tanımlamada dairesel yaklaşımı daha uygun gördüğünü söyler. Fakat dairesel yaklaşımın da çıkmazları vardır. Dairesel yaklaşım,İletişimin başladığı noktaya tam bir daire oluşturarak geri döneceğini ileri sürer. Dairesel benzerliğin bu kısmı son derece yanlıştır...

Sarmal, dairenin yetersiz kaldığı bazı durumları açıklamayı sağlar, iletişim sürecinin ileriye yönelik hareket ettiğini, o anda iletilenin daha sonraki iletişimin yapısını, içeriğini etkileyeceğine dikkati çeker.

Dance, iletişimin dinamik doğasının altını çizer (Bkz. Şekil 2.2.4). İletişim süreci tüm toplumsal süreçler gibi devamlı değişime uğrayan öğeler, ilişkiler ve çevreleri içerir. Sarmal, sürecin farklı yönlerinin nasıl zaman içinde değiştiğini açıklar. Örneğin, bir konuşmada söz konusu aktör ya da taraflar için bilişsel alan sürekli genişler. Aktörler tartışılan konu hakkında diğer tarafın bakış açısı, bilgisi vs. hakkında devamlı daha çok enformasyon edinirler(35-36).



Şekil2.2-4 Dance'ın iletişim sürecinin dinamik doğasını gösteren sarmal modeli
(Dance, 1967).

Sarmal farklı bireyler için farklı durumlarda farklı biçimlere girer. Kimileri için sarmal çok fazla açılır; çünkü konu hakkında daha önceden edinilmiş bilgiye sahiptirler, oysaki temel bilgisi az olanlar için sarmal daha az genişler. Model, enformasyon gediklerini ve bilginin daha çok bilgi yaratacağı tezini göstermek üzere kullanılabilir. Ayrıca model, aynı konuda bir dizi konferans veren bir konuşmacının her konferans sonrasında izleyicisinin daha iyi enforme edildiğini farz edip konuşmasını daha önceki bilgiyi varsayarak ayarlaması gibi bir iletişim durumunu da açıklayabilir.

13.1.4. PSİKOLOJİK MODELLER

Psikolojik iletişim konusuna etki-tepki prensibi açısından yaklaşmışlardır, yani gözlenebilir bir uyarı alıcıda gözlenebilir bir değişime neden olduğu görüşünü temel almışlardır.

13.1.4. 1. Houland'ın İletişim Modeli

Houland ve arkadaşlarına göre iletişim “bir bireyin diğer bireylerin davranışlarını etkilemek amacı ile sözlü işaretler göndermesi sürecidir.” Bu nedenle, burada gözlenebilir uyarılardan hareketle gözlenebilir değişiklik ölçülmeye çalışılmaktadır. Houland ve arkadaşlarının asıl amaçları, alıcıdaki tutum, görüş ve nihayetinde davranış değişikliğine neden olan faktörlerin tespit edilmesi olmuştur.

Sonuçta, Houland'ın modelini, iletişim süreçlerini açıklama yerine şart koşan bir etki modeli olarak değerlendirmek gerekir. Model katı bir neden-sonuç ilişkisinden hareket etmekte ve modelde gözetlenmeyen faktörler ise çok yüzeysel bir düzeyde kalmaktadır. Ayrıca, modele göre verici ile alıcı arasında vericiye dayalı tek yönlü ilişki söz konusudur.

13.1.4. 2. Westley ve MacLean'ın Modeli

Westley ve MacLean var olan araştırma bulgularını düzenlemek özellikle de kitle iletişim araçları için uygun olan sistematik bir yaklaşım sunma amacı gütmektedirler. Bu model, seçicilik aspektini ve alıcı tarafından algıların iletilmesini vurgulamaktadır. Gönderilen uyarı bir çok seçme sürecinin sonucudur, yani gönderici iletmek istediği konuyu seçer ve alıcı da gönderilen iletilerden yine kendisine uygun düşeni seçer. İletilmek istenen husus alıcının çevresindeki her şeyi algılama imkanına sahip olmadığına işaret eder. Bu nedenle, alıcı başkalarının algılarından faydalanır ve bunları ön seçme olarak üstlenir. Böylece çeşitli ileti kanalları değişik seçicilik işlevleri ile oluşur. Alıcılar ise bunları feedback³ sayesinde belli ölçülerde yönlendirmeye çalışır.

13.1. 3. Sosyal Modeller

Sosyolojik açıdan iletişim araştırmalarının oldukça kısa bir geçmişi vardır. Özellikle, sosyolojide iletişim üzerine yoğun ilgi iletişim kurumlarının oluşması ve gelişmesiyle başlamış ve bu nedenle dikkatler, başlangıçta kitle iletişimi üzerinde yoğunlaşmıştır. Fakat

³ Geri bildirim

sosyolojinin yeniden mikro süreçler (bireysel ve grup ilişkileri) hakkındaki ilgisini keşfetmesi, onu iletişim fenomeni ile karşılaştırmıştır.

13.1.3 1. Riley / Riley'in Modeli

Geleneksel anlayış verici veya alıcı konumundaki bireyi sosyal yapının bir parçası olarak görmemektedir. Sohn W.Riley ve Mathilda W.Riley'e göre ise iletişim sosyal yapıdan soyutlanarak açıklanamaz. Bu nedenle yazarlar, iletişim sistemini, toplum içinde iletişime katılan aktörler ve bu aktörlerin dahil oldukları gruplar ve bu grupların içinde bulunduğu geniş sosyal yapılar, her şeyi soran bir sosyal sistem içinde düşünmektedirler. Kitle iletişim sürecinde bu geniş sosyal süreci etkiler ve ondan etkilenir. Yani hem verici hem de alıcı konumundaki birey toplumsal çevrelerinden soyutlanamaz ve bunların davranışları içinde bulundukları toplumsal koşullar tarafından yönlendirilmektedir. Diğer bir deyişle bir iletişim sürecinde, birey verici konumunda ise mesaj seçmesini ve şekillendirmesini; alıcı konumundaysa mesajı nasıl algılayacağına ve mesaja nasıl tepki göstereceğine dahil olduğu grup yardımcı olur.

Verdiğimiz modeller çok değişik teorik düşüncelere dayanmakta ve böylece iletişim ne anlama geldiği hakkında ortak bir görüşe varılmasının çok zor olduğunu göstermektedir.

Uygulamalar

Sahannon ve Weaver modelini açıklayınız.

Uygulama Soruları

1. Osgood ve Schramm 'm dairesel modelini açıklayınız.

Bu Bölümde Ne Öğrendik Özeti

Lasswell'in modeline göre "Bir iletişim eylemi en kolay şekilde Kim? Ne söyler? Hangi kanal ile? Kime? Ne gibi bir etki ile? Soruları ile açıklanır. **Geribesleme ögesini** ele almadığı için eleştirilir. Gerbner'in Genel İletişim Modeli basit iletişim süreçlerinin yanı sıra gönderilerin üretimi ve iletilen gönderi ve olayların algılanması gibi karmaşık iletişim süreçlerini açıklamak da mümkün olur. Model, algılama ile üretimin doğası ve aralarındaki ilişki hakkında sorular sormamızı sağlar. Shannon ve Weaver modelinin izlerine i yüz yüze iletişimi ele alan modellerde kolaylıkla rastlanır. Osgood-Schramm modeline de tamamıyla dairesel diyebiliriz. Bu iki model arasındaki bir diğer fark, Shannon 'un ilgisi birincil olarak alıcılar ve vericiler arasında aracı işlevi gören kanallara yönelirken, Schramm ve Osgood tartışmalarını iletişim sürecindeki başlıca aktörlerin davranışları üzerinde yoğunlaştırırlar. Dance'in sarmal iletişim modelinin, iletişim sürecini tanımlamada dairesel yaklaşımı daha uygun gördüğünü söylenir. Fakat dairesel yaklaşımın da çıkmazları vardır. Dairesel yaklaşım, İletişimin başladığı noktaya tam bir daire oluşturarak geri döneceğini ileri sürer. Sarmal, dairenin yetersiz kaldığı bazı durumları açıklamayı sağlar, iletişim sürecinin ileriye yönelik hareket ettiğini, o anda iletilenin daha sonraki iletişimin yapısını, içeriğini etkileyeceğine dikkati çeker. Psikolojik iletişim konusuna etki-tepki prensibi açısından yaklaşmışlardır, yani gözlenebilir bir uyarı alıcıda gözlenebilir bir değişime neden olduğu görüşünü temel almışlardır. 1. Houland'ın İletişim Modeli, 2. Westley ve MacLean'ın Modeli: Houland'ın modelini, iletişim süreçlerini açıklama yerine şart koşan bir etki modeli olarak değerlendirmek gerekir. Model katı bir neden-sonuç ilişkisinden hareket etmekte ve modelde gözetlenmeyen faktörler ise çok yüzeysel bir düzeyde kalmaktadır. Ayrıca, modele göre verici ile alıcı arasında vericiye dayalı tek yönlü ilişki söz konusudur. Westley ve MacLean'ın Modeli, seçicilik ve alıcı tarafından algıların iletilmesini vurgulamaktadır. Gönderilen uyarı bir çok seçme sürecinin sonucudur, yani gönderici iletmek istediği konuyu seçer ve alıcı da gönderilen iletilerden yine kendisine uygun düşeni seçer. Sosyal Modellerden olan Riley / Riley'in Modeli'ne göre iletişim sosyal yapıdan soyutlanarak açıklanamaz. Her şey bir sosyal sistem içinde açıklanır. İletişim sürecinde,

birey verici konumunda ise mesaj seçmesini ve şekillendirmesini; alıcı konumundaysa mesajı nasıl algılayacağına ve mesaja nasıl tepki göstereceğine dahil olduğu grup yardımcı olur.

Bölüm Soruları

1) Aşağıdaki şıklardan hangisinde, Lasswell Formülüne göre bir iletişim eylemini açıklayan sorulardan biri yer almamaktadır?

- a. Kim?
- b. Ne söyler?
- c. Hangi kanal ile?
- d. Kime?
- e. Ne zaman?

2) *“Aslında iletişim sürecini bir yerde başlayıp bir yerde biten bir süreç olarak düşünmek yanıltıcı olur. Gerçekte süreç sonsuzdur. Bizler küçük kumanda merkezleri gibi sonsuz sayıda enformasyon akımını ele alıp tekrar göndermekteyiz...”*

Hangi modelin açıklamasıdır?

- a. Shannon ve Weaver Modelleri
- b. Osgood ve Schramm Modelleri
- c. Dance Modelleri Modelleri
- d. Houland’ın İletişim Modeli
- e. Westley ve MacLean’ın Modeli

3) Amerikalı kitle iletişim araştırmacısı George Gerbner’in amacı geniş uygulama alanı olan bir model çizmektir. Model ilk kez 1956’da sunulmuştur.

Gerbner’in modeli aşağıdakilerden hangisidir?

- a. İletişim modeli
- b. Laswell formülü
- c. Matematiksel iletişim modeli
- d. Weaver modeli
- e. Dairesel model

4) Aşağıdakilerden hangisi Gerbner'in iletişim modeli formülü arasında yer almamaktadır?

- a. İki kişi
- b. Bir olayı algılayıp
- c. Belli bir ortamda
- d. Bazı araçlar kanalıyla
- e. Kullanılabilir bir malzeme hazırlar

5) Aşağıdaki ifadelerden hangisinde, Psikolojik bir model olan, Houland'ın İletişim Modeli'nin bir açıklaması yer almaktadır?

- a. Bu model, "İletişimi bir bireyin diğer bireylerin davranışlarını etkilemek amacı ile sözlü işaretler göndermesi sürecidir" olarak açıklamaktadır.
- b. Bu model, "İletişimin seçicilik açısını ve alıcı tarafından algıların iletilmesini vurgulamaktadır.
- c. Bu model, İletişim sistemini, toplum içinde iletişime katılan aktörler ve bu aktörlerin dahil oldukları gruplar ve bu grupların içinde bulunduğu geniş sosyal yapılar, her şeyi soran bir sosyal sistem içinde düşünmektedir
- d. Bu model, iletişim sürecini bir yerde başlayıp bir yerde biten bir süreç olarak düşünmek yanıltıcı olur, gerçekte süreç sonsuzdur.
- e. Bu model, insan ve mekanik iletişimi birlikte açıklamak üzere kullanılmaktadır.

6) Amerikalı kitle iletişim araştırmacısı George Gerbner'in amacı geniş uygulama alanı olan bir model çizmektir. Model ilk kez’da sunulmuştur. Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- a) 1956
- b) 1957
- c) 1958
- d) 1959
- e) 1960

7. Hangi iletişim kanalı en fazla sayıda sinyali iletir? İletilen sinyalin ne kadarı ileticiden alıcıya giderken yolda gürültü nedeniyle yok olacaktır?

Yukarıdaki sorular aşağıdaki hangi modele aittir?

- a) Matematiksel İletişim Modeli
- b) Shannon ve Weaver Modeli
- c) Gerbner'in Genel İletişim Modeli
- d) Lasswell Formülü
- e) Osgood ve Schramm 'm Dairesel Modeli

8. İletişim modeli hangi düşünüre aittir?

- a) Houlard
- b) Westley
- c) MacLean
- d) Riley
- e) Schramm

9. İletişim sosyal yapıdan soyutlanarak açıklanamaz. Bu nedenle yazarlar, iletişim sistemini, toplum içinde iletişime katılan aktörler ve bu aktörlerin dahil oldukları gruplar ve bu grupların içinde bulunduğu geniş sosyal yapılar, her şeyi soran bir sosyal sistem içinde düşünmektedirler.

Yukarıda açıklaması verilen unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Matematiksel İletişim Modeli
- b) Shannon ve Weaver Modeli
- c) Gerbner'in Genel İletişim Modeli
- d) Riley'in modeli
- e) Osgood ve Schramm 'm Dairesel Modeli

10. Bu model, seçicilik aspektini ve alıcı tarafından algıların iletilmesini vurgulamaktadır. Gönderilen uyarı bir çok seçme sürecinin sonucudur, yani gönderici iletmek istediği konuyu seçer ve alıcı da gönderilen iletilerden yine kendisine uygun düşeni seçer.

Yukarıda açıklaması verilen unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Matematiksel İletişim Modeli
- b) Shannon ve Weaver Modeli
- c) Gerbner'in Genel İletişim Modeli
- d) Riley'in modeli
- e) Westley ve Mclean'ın modeli

Cevaplar: 1)e,2)b,3)a,4)a,5)a,6)a,7)b,8)a,9)d,10)e

14. KİŞİLERARASI İLETİŞİM MODELLERİ II

Bu Bölümde Neler Öğreneceğiz?

14.1 KİŞİLERARASI İLETİŞİM MODELLERİ (devam)

14.1.1. Sosyal Psikolojik Modeller

14.1.1.1. Newcomb'un ABX modeli

14.1.1.2 Birlikte Yönelimin Uçurtma (Co-oryantasyon Modeli)

14.1.1.3 Uyum ve Uyumsuzluk Kuramı

14.1.1.4 Bir Yakınlaşma Modeli

14.1.1.5 Westley Ve Maclean'ın İletişim Araştırması İçin Kavramsal Modeli

14.1.1.6 Maletzke'nın Kitle İletişim Süreci Modeli

Bölüm Hakkında İlgi Oluşturan Sorular

- 1)Kişilerarası iletişime olan yönelim ne zaman başlamıştır?
- 2) Maletzke'nın kitle iletişim süreci modeli nedir? Anlatınız.
- 3)Yakınlaşma modelini anlatınız.

Bölümde Hedeflenen Kazanımlar ve Kazanım Yöntemleri

Konu	Kazanım	Kazanımın nasıl elde edileceği veya geliştirileceği
Kişilerarası iletişim modelleri	Kişilerarası iletişim modellerinin öğrenilmesi	Kişilerarası iletişim modellerinin derinlemesine araştırılması

Anahtar Kavramlar

Uyum, uyumsuzluk, yakınlaşma modeli

Giriş

Önceki bölümde yer alan modellere bu bölümde devam edilmektedir. Modellerin sınıflamasını hatırlarsak 6. Başlıkta yer alan Sosyal Psikolojik Modeller bu bölüm içinde aktarılmaktadır.

Kişilerarası İletişim Modelleri

1.Lasswell Formülü

2.Gerbner'in Genel İletişim Modeli

3. Matematiksel İletişim Modeli

- Shannon ve Weaver,
- Osgood ve Schramm,
- Dance Modelleri

4. Psikolojik Modeller

- Houland'ın İletişim Modeli
- Westley ve MacLean'ın Modeli

5. Sosyal Modeller

- Riley / Riley'in Modeli

6. Sosyal psikolojik Modeller

- Newcomb'un ABXModeli
- Heider ve Fesingerin Denge modelleri
- Birlikte Yönelimin Uçurtma
- Uyum ve Uyumsuzluk Kuramı
- Bir Yakınlaşma Modeli
- Westley Ve Maclean'ın İletişim Araştırması İçin Kavramsal Modeli
- Maletzke'nın Kitle İletişim Süreci Modeli

14.1 KİŞİLERARASI İLETİŞİM MODELLERİ (devam)

14.1.1. Sosyal Psikolojik Modeller

Etkileşim süreci hakkında ilgilerinden dolayı sosyol-psikoloji de iletişim olgusunu araştırmaya yönelmiştir.

Newcomb'un Abx Modeli, Diğer 'Denge' Modelleri Ve Birlikte Yönelim (Sosyal Psikolojik Modeller)

14.1.1.1. Newcomb'un ABX modeli

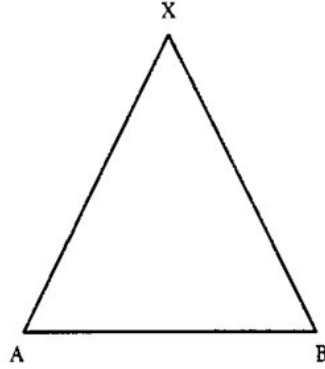
Newcomb, en azından iki insanın birbirine ve çevrelerindeki nesnelere karşı aynı anda yönelmelerini sürdürmenin iletişimin en önemli fonksiyonu olduğunu belirtmektedir.

İletişim, gerginliğe karşı öğrenilmiş bir tepkidir. Bu nedenle belirsizlik ve dengenin olmadığı durumlarda daha fazla iletişim aktivitesi gerçekleşmektedir. Netice de iletişim burada denge sağlayan bir süreklilik olarak belirmektedir.

Model Newcomb (1953) tarafından formüle edilmiş olsa da, psikolog Heider'ın (1946) daha önceki çalışmasının bir uzantısıdır. Heider, iki kişi arasında bir üçüncü kişi veya objeye karşı var olabilecek tutarlılık veya tutarsızlık derecesi ile ilgilenmişti. Kuramına göre, iki kişinin birbirlerine ve dış bir objeye karşı beğenme veya beğenmeme tutumu durumunda bazı ilişki kalıpları dengelenecek bazıları ise dengelenmeyecektir. Bunun da ötesinde, denge durumunda her bir katılımcı değişime karşı koyacak, dengesizlik durumunda ise 'bilişsel' dengeyi tekrardan kazanmak için girişimlerde bulunacaktır.

Model bir üçgen şeklindedir, noktalar iki bireyi A ve B'yi ve ortak çevrelerindeki bir objeyi X'i temsil eder. Her iki birey birbirlerine ve X'e yönelimlidir. Herhangi bir değişim hakkında enformasyon ileterek ve ayarlamaların olmasına izin vererek üç öge arasındaki simetriği sağlamak ve geliştirmek bakımından iletişim, yönelim yapısını destekleyecek bir süreç olarak alınır. Modelin temel sayıltısı, tutum ve ilişkinin tutarlılığına doğru bir zorlamanın durumların izin verdiği ölçüde iletişimi teşvik edeceğidir.

Modelden çıkartılabilecek ana önermeler şunlardır: A ve B'nin X'e karşı yönetimlerindeki farklılıklar iletişimi teşvik edecektir. Bu iletişim sonuçta ilişkiler sisteminin 'normal durumu' olduğu varsayılan dengeyi kazanma eğilimini gösterecektir.



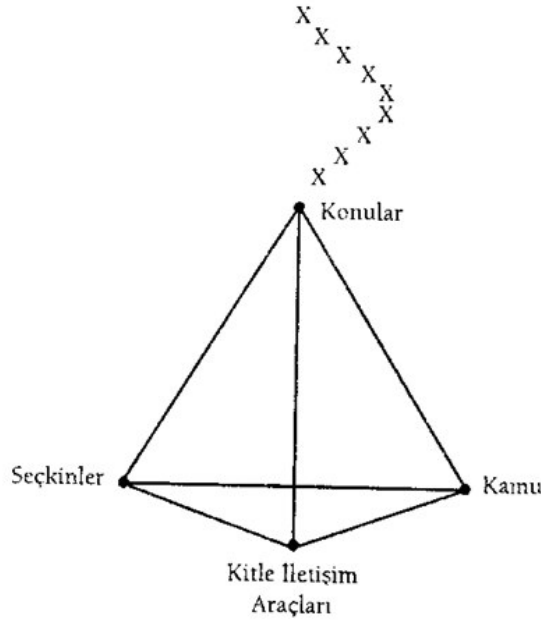
Şekil 2.4.1 İki bireyin (A ve B) birbirlerine ve bir objeye (X) yöneldikleri Newcomb modeli (Newcomb 1953).

14.1.1.2 Birlikte Yönelimin Uçurtma (Co-oryantasyon Modeli)

Son zamanlarda denge ve ahenk düşünceleri ile daha önce tartışılan destekleyici enformasyon arama çabasından yola çıkan bir araştırma okulu gelişti. Kaynağını hem Newcomb'un çalışmasından hem de sembolik etkileşimcilikle ilişkili ilk sosyolojik kaygılardan alan bu yeni geleneğe 'birlikte yönelim yaklaşımı' adı verildi. Bu yaklaşımın anahtar özellikleri şöyledir: Kişilerarası iletişim veya gruplar arası iletişim üzerinde odaklanma, yani iki yönlü ve etkileşimli olan iletişim üzerinde durma; herhangi bir çalışmada üç temel öğenin enformasyon kaynakları, iletişimciler ve alıcıların aynı anda yer almasına verilen önem, iletişim durumlarının dinamiğine duyulan ilgi. Yaklaşımın temel özellikleri sosyal bir ortamda söz konusu öğeler arasındaki ilişkileri sergileyen Şekil uçurtma biçiminde gösterilmiştir.

Gösterilen öğeler büyük oranda kendi kendilerini açıklamaktadır. 'Seçkin' normalde tek taraflı siyasal ilgiyi ifade eder. Haklarında bazı enformasyon birimleri olan 'konular' güncel kamu tartışmasının herhangi bir yönüdür. Kamu, etkilenen söz konusu topluluk ve aynı zamanda kitle iletişiminin izleyicileridir. Uygulamada 'kitle iletişim araçları' güncel olaylarla uğraşan yazışları müdürleri, muhabirler, gazeteciler vs.'dir. Öğeleri birleştiren çizgiler farklı şeylerin yerine geçer: ilişkiler, tutumlar ve algılamalar; tek veya iki yönlü iletişim kanalları. Newcomb'un modeliyle Seçkinlerin A, Kamunun B, Konuların X olacağı bir benzerlik vardır.

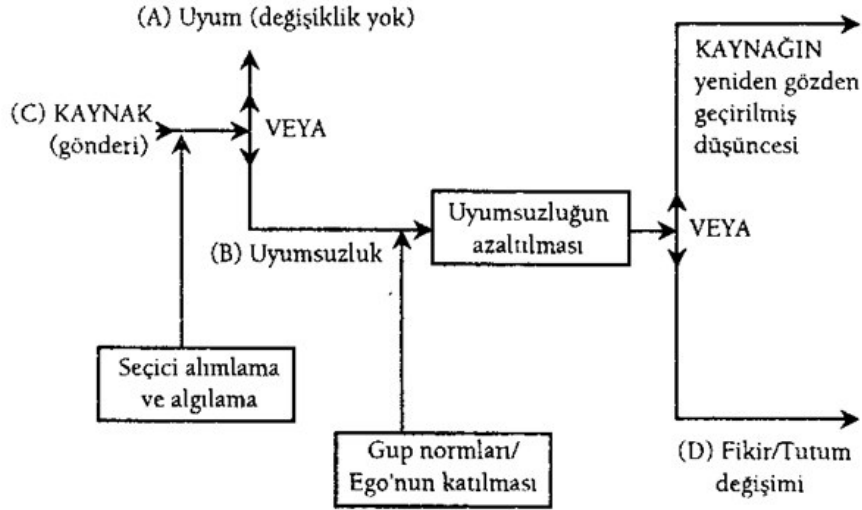
Buradaki esas farklılık A ve B'nin artık farklı motive edilen rol sistemleri olması ve 'kitle iletişim araçları' öğesinin ilişkiye az çok bağımsız bir diğer parti olarak eklenmiş olmasıdır.



Şekil 2.4.2 Elit, kitle iletişim araçları, kamu ve konular arasındaki ilişkileri gösteren birlikte yönelimin 'uçurtma' modeli.

14.1.1.3 Uyum ve Uyumsuzluk Kuramı

Denge ve birlikte yönelim kuramının bir uzantısı iki zıt eğilimin sürekli yaşandığı, biri anlaşmaya doğru, diğeri kutuplaşmaya doğru gelişen kamuoyu değişimi hakkındaki çalışmada bulunabilir. Bu konu bazen 'özümseme ve karşıtlık' olarak da anılır. Kitle iletişim araçları ve kamuoyu hakkında yapılan araştırmalar bir ya da diğer eğilimin oluşabileceği bazı koşulları bilmemizi mümkün kılar, özellikle insanların kendilerini kitle iletişim araçları kaynaklarından uzak tuttukları veya kitle iletişim kaynaklarının görüşlerini özümstedikleri zamanlarda olduğu gibi. Bu süreç, örneğin farklı kitle iletişim araçlarının farklı parti ve adayları destekledikleri seçim kampanyalarında meydana gelebilir.



Şekil 2.4.3 Uyum/uyumsuzluk ve etki süreci
(van Cuilenburg ve Noomen'den uyarlanmıştır, 1984).

1

Şekil 'de gösterilen sürecin ana özellikleri şunlardır. Önce, gelen gönderiler uyumsuzluk olasılığını azaltma ve çevre ile uyumu sağlamak amacıyla alıcılar tarafından taranır ve ayıklanır; durum (A). Bu sürecin yeterli olmayışı veya değişen koşullar nedeniyle, yeni ya da karşıt fikirlerin alındığı potansiyel uyumsuzluk durumları ortaya çıkar; durum (B). Uyumsuzluk toplumsal ve psikolojik süreçleri harekete geçirir. Bu da dengenin geri kazanılması için iki ana olasılığı biçimlendirir. Bu olasılıklar kaynağın algılanmasını değiştirmek (C) veya çıkmaza giren fikir veya tutumu değiştirmektir (D).

Örnek olarak, seçim döneminde bir seçmenin bir parti liderini etkileyen skandal hakkında bir gazete makalesi okuması durumunda ortaya çıkacaktır. Bu, desteklenmeyen bir partiye ilişkin ise, uyum sağlanır ve hiçbir etki olmaz. Gönderi seçmenin kendi partisi ile ilgiliyse bağlılık zedelenir. Önceki uyumu geri kazanmak için seçenekler gazete kaynağı hakkında kuşku duymak veya partiyi daha az destekler olmak.

Bu durumla ilgili etmenler şunlardır:

1. Başlangıçta tarama işlevini sağlayan seçici algılama ve algılama.
2. Var olan fikri desteklemek ve keskinleştirmek üzere değinilen grup normları. Normlar ne kadar destekleyici olursa, (C) o kadar çok seçme, kaynak hakkındaki fikri gözden geçirme ve gönderiyi ihmal etme şansı vardır. Grup normlarından daha az güçlüyse alıcı bir o kadar izole olur, düşüncesinin veya davranışının etkilenme şansı artar.
3. Ego katılımı. Bir düşüncenin kişisel katılımı ya da kişiliğin bir parçasını temsil

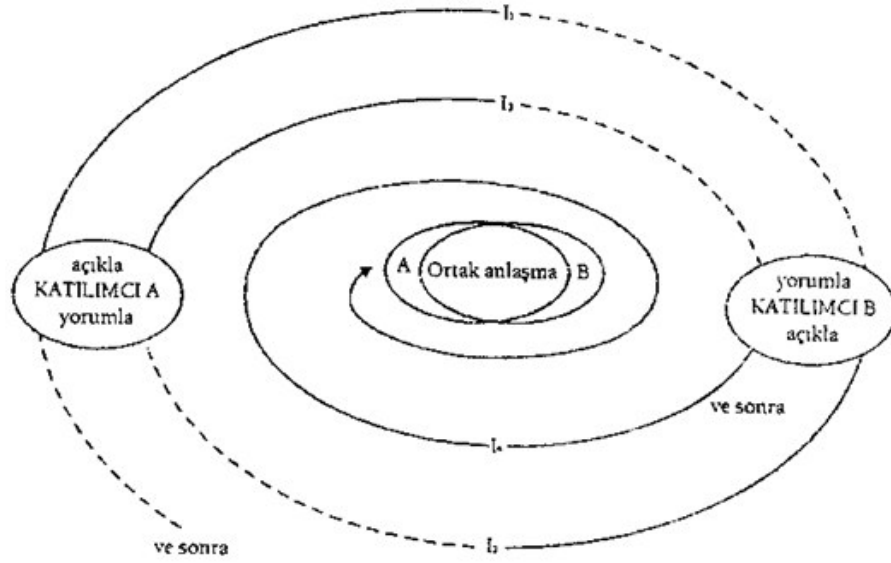
etme derecesi kişisel katılım arttıkça değişim şansı azalır, kaynağın ve herhangi rahatsız edici bir gönderinin kabul edilmeme şansı artar.

4. Fikir farklılığı derecesi. Araştırmalara göre bu faktör ile potansiyel tepkiler arasında karmaşık bir ilişki vardır. Gönderi ile var olan durum arasındaki küçük farklılıklar genelde herhangi bir değişime (ne (C) ne de (D) seçeneği etkilidir) yol açmaz. Kitle iletişim aracı farklılıkları çoğu kez fikrin değiştirilmesi yönünde birtakım düzenlemeleri gerektirir, büyük farklılıklar çoğu kez grup normlarının ve ego katılımının harekete geçirilmesini içerir, gönderi ve kaynağın reddedilmesine, fikre olan sadakatin tekrar kazanılmasına yol açar. Etkilemesi amaçlanan gönderinin ters etki yapması (aslında kaynak ile alıcı arasındaki tutum gediğini artırarak) 'bumerang' etkisi olarak adlandırılır.

14.1.1.4 Bir Yakınlaşma Modeli

Uyum/uyumsuzluk (consonance/dissonance) modeli özellikle anlaşmazlık veya çatışmaya dayanan potansiyel değişim durumlarını analiz etmeye uygundur. Ancak, çoğu iletişim potansiyel anlaşma veya ortak fikirde birleşme ve uyum koşulları altında gerçekleşir ve katılımcılar arasında ortak noktaların artması iletişimin bir tanımı olarak düşünülebilir. Bir seçim kampanyasının temsil ettiği çatışma veya propaganda durumu tipik bir örnek değildir. Çoğu kez, gönderen ve alıcıların mesajlara olan ilgileri birçok kamu enformasyonu veya harekete geçirme kampanyalarında olduğu gibi potansiyel olarak birbiriyle uyumludur. Rogers'a göre, "İletişim, katılımcıların ortak bir anlaşmaya varmak üzere enformasyon yaratıp birbirleriyle paylaştıkları bir süreçtir".

Model, katılımcı A ile katılımcı B arasındaki ilişkiyi iletişimsel etkileşim biçiminde sunar. Burada enformasyon alma ve vermeye dayanan daha gelişmiş bir karşılıklı anlaşmaya yönelen dairesel bir süreç vardır. Karşılıklı anlaşmaya varılmadan önce, birkaç enformasyon alışverişi döngüsü meydana gelir, bu döngünün tamamlanmış olması gerekmez. Bu modeldeki iletişim sürecinin, bizler incelemeye başlamadan zaten başlamış olduğu kabul edilir.



*Şekil 2.4.4 İletişimin yaklaşma (convergence) modeli
(Rogers ve Kincaid, 1981).*

İletişimin bu modelinin, tek yönlü düz çizgisel modele göre bazı avantajları olduğu öne sürülür: Bu avantajlar modelin sürekli geribesleme sağlayan kalıplaşmış enformasyon bilgi akışlarıyla birbirine bağlanmış bireylerden oluşan bilgi ağları içindeki ilişkiler ile karşılıklı anlama ve ortak görüşe varma konuları üzerinde duruşundan kaynaklanır. Model gönderen ve alıcılar arasında kültür ve güç gediklerinin ancak güven ve karşılıklı anlayışın yavaş yavaş artırılarak kapatılabileceği özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki birçok duruma uygulanabilir.

14.1.1.5 Westley Ve Maclean'ın İletişim Araştırması İçin Kavramsal Modeli

1957'de ortaya çıkan bu oldukça etkili olmuş model, araştırmaların edinilmiş bulgularını düzenlemek, kitle iletişim araştırması için özellikle uygun olan sistematik bir uygulamayı sağlamak amacıyla geliştirilmiştir. Kaynağında sosyal psikoloji, denge ve birlikte yönelim kuramları yatar.

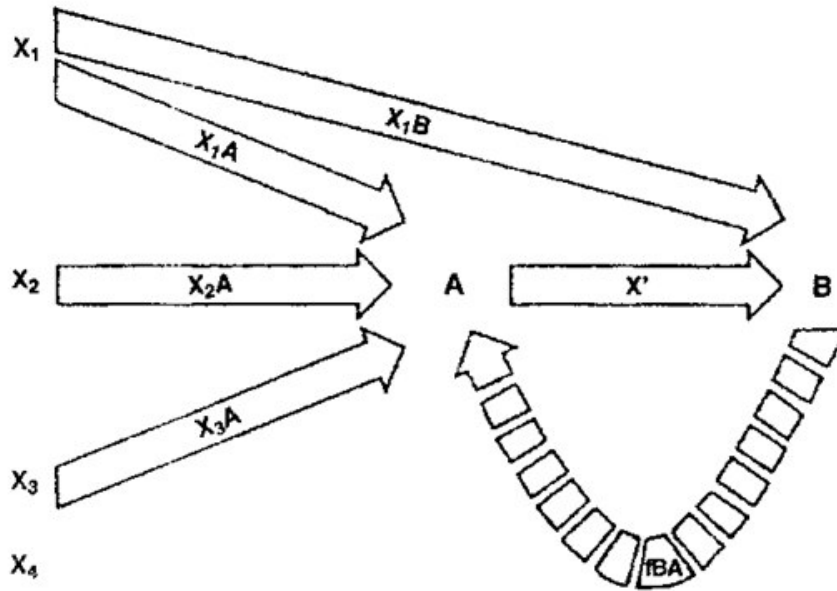
Westley ve MacLean, iki kişinin dış objelere karşı birlikte yönelim durumunun sistematik ve birbirleriyle karşılıklı ilişki içinde olan niteliğini koruyarak kitle iletişiminin oldukça karmaşık durumunu temsil eden bir model meydana getirmek istemişlerdi.

Newcomb 'un ABX modelinin Westley ve MacLean uyarlaması

Uyarlama yazarların kitle iletişimi ile kişilerarası iletişim arasında temel farklılıkları algılamasına dayanır. Bu farklılıklar:

- (a) kitle iletişiminde geribeslemenin çok az oluşu ya da ertelendiği gerçeği,
- (b) herhangi bir bireyin (B) (izleyici olarak) yöneleceği ve arasından seçmek zorunda olduğu daha fazla sayıda A'ların (alternatif kitle iletişim kaynakları) ve X'lerin (çevredeki objeler) olması.

Bu noktada model, enformasyon kaynağının, A'nın, B ile iletişim kurmak üzere karmaşık X'ler arasından seçim yapma eylemini gösterir. Buna ek olarak B, herhangi bir X'i doğrudan algılayabilir ve geribesleme hattı ile (FBA) cevap verebilir. Böyle bir durum enformasyonun bir bireyden diğerine verildiği veya birey tarafından uzman kaynağa başvurulduğu kişilerarası iletişimde bilinen bir durumu temsil eder.

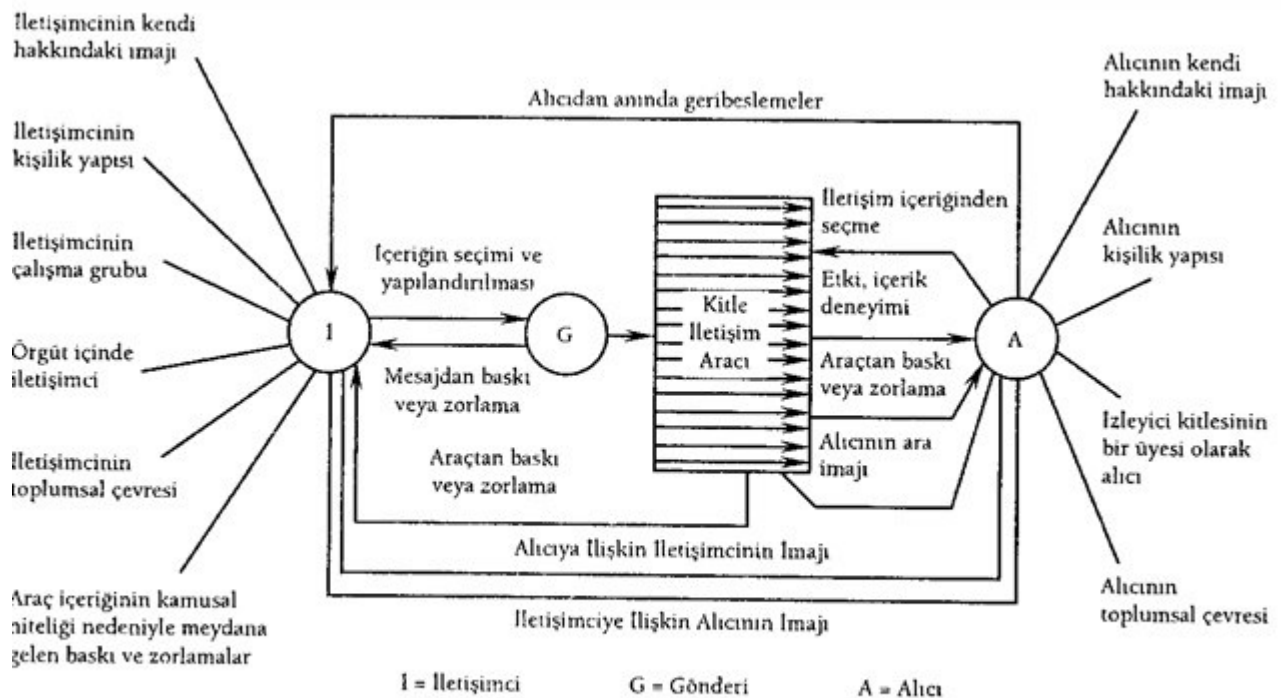


Şekil 2.5.1 A'nın B ile iletişim kurmak üzere potansiyel X'ler arasından seçtiği ABX modelinin değiştirilmiş ilk şekli.
(Westley ve MacLean, 1957)

14.1.1.6 Maletzke'nın Kitle İletişim Süreci Modeli

Çoğu iletişim çalışmaları ve modelinde, araştırmacılar bir, belki de iki faktör üzerinde dururlar; bazı etkiler ya da davranışlar gibi. Bu, kitle iletişim araştırmaları ile ilgili sorunların en iyi bir veya iki faktörlük açıklamalarla analiz edilebileceği gibi yanlış bir sonuç doğurabilir. Alman bilim adamı Maletzke (1963), "SchemadesFeldes der Massenkommunikation"de bizlere oldukça farklı bir perspektif sunar. Metodolojik olan ve iyi

Bu modelde öncelikle farklı iletişim araçlarının alıcıdan farklı şekillerde uyum talep ettiği gerçeğinin farkına varırız. Her aracın kendine özgü olanakları ve kısıtlamaları vardır ve aracın nitelikleri alıcının kitle iletişim aracının içeriğini algılayışında ve içerikten nasıl etkilendiğini anlamada önemli bir etmen olarak düşünülmelidir. Bu düşünceye göre bir oyunu radyodan dinlediğimizde ve TV'den izlediğimizde aynı deneyime sahip olmayız. McLuhan'ın (1964) sık ifade edilen 'araç gönderidir' deyiimi alıcıya göre aracın rolünün ne kadar ciddi olabileceğini göstermektedir.



Model sosyal psikolojinin kitle iletişiminde birkaç on yıldır duyduğu ilgiyi özetler. Göreceli olarak eskimiş olmasına rağmen hâlâ yeterince ayrıntılı ele alınmamış bazı önemli etmenleri ve ilişkileri içerdiği için model bugün dahi kullanışlıdır.

Sosyal psikolojik bakış açısından bakıldığında bu kadar ayrıntılı olduğu için model kitle iletişim sürecindeki önemli etmenlerin gözden geçirildiği bir model olarak görölebilir. Bu nedenle böylesi süreçlerin tanımlarının analiz edilmek istendiği durumlarda kullanılabilir.

Uygulamalar

Maletzke'nın kitle iletişim süreci modelini anlatınız.

Uygulama Soruları

- 1.** Westley ve Maclean'ın iletişim araştırması için kavramsal modeli

Bu Bölümde Ne Öğrendik Özeti

Newcombun modeli, Heider'ın daha önceki çalışmalarının bir uzantısıdır. Heider, iki kişi arasında bir üçüncü kişi veya objeye karşı var olabilecek tutarlılık veya tutarsızlık derecesi ile ilgilenmişti. Denge durumunda her bir katılımcı değişime karşı koyacak, dengesizlik durumunda ise 'bilişsel' dengeyi tekrardan kazanmak için girişimlerde bulunacaktır. İletişim sonuçta ilişkiler sisteminin 'normal durumu' olduğu varsayılan dengeyi kazanma eğilimini gösterecektir. Birlikte Yönelimin Uçurtma (Co-oryantasyon Modeli), kaynağını hem New-Comb'un çalışmasından hem de sembolik etkileşimcilikle ilişkili ilk sosyolojik kaygılardan etkilenir. Yaklaşımın temel özellikleri sosyal bir ortamda söz konusu öğeler arasındaki ilişkileri sergilenmesidir. Uyum ve Uyumsuzluk Kuramı ise, Denge ve birlikte yönelim kuramının bir uzantısıdır ve iki zıt eğilimin sürekli yaşandığı, biri anlaşmaya doğru, diğeri kutuplaşmaya doğru gelişen kamuoyu değişimi hakkındaki çalışmada bulunabilir. Bu konu bazen 'özümseme ve karşıtlık' olarak da anılır. Bir Yakınlaşma Modeli Uyum/uyumsuzluk (consonance/dissonance) modeli özellikle anlaşmazlık veya çatışmaya dayanan potansiyel değişim durumlarını analiz etmeye uygundur. Rogers'a göre, "İletişim, katılımcıların ortak bir anlaşmaya varmak üzere enformasyon yaratıp birbirleriyle paylaştıkları bir süreçtir". Model, katılımcı A ile katılımcı B arasındaki ilişkiyi iletişimsel etkileşim biçiminde sunar. Burada enformasyon alma ve vermeye dayanan daha gelişmiş bir karşılıklı anlaşmaya yönelen dairesel bir süreç vardır. Westley Ve Maclean'ın İletişim Araştırması İçin Kavramsal Modeli 1957'de ortaya çıkan bu oldukça etkili olmuş model, araştırmaların edinilmiş bulgularını düzenlemek, kitle iletişim araştırması için özellikle uygun olan sistematik bir uygulamayı sağlamak amacıyla geliştirilmiştir. Kaynağında sosyal psikoloji, denge ve birlikte yönelim kuramları yatar. Maletzke'nın Kitle İletişim Süreci Modeli de sosyal psikoloji tabanlı modellerdendir. Geleneksel temel öğeler, iletici, gönderi, araç ve alıcı üzerine kurar. Ancak kitle iletişim aracı ve alıcı arasında iki tane daha bileşken olduğuna dikkat çeker. Bunlar kitle iletişim aracından gelen 'baskı' veya 'zorlama' ile alıcının kitle iletişim aracı hakkında sahip olduğu imajdır. Bu modelde öncelikle farklı iletişim araçlarının alıcıdan farklı şekillerde uyum talep ettiği gerçeğinin farkına varırız.

Bölüm Soruları

1) Belirsizlik ve dengenin olmadığı durumlarda daha fazla iletişim aktivitesi gerçekleştiği iletişimin denge sağlayan bir süreç olarak işlediği kuramsal açıklama sosyal psikolojik modellerden hangi modele aittir?

a. Heider ve Fesingerın Denge modelleri

b. Birlikte Yönelimin Uçurtma

c. Uyum ve Uyumsuzluk Kuramı

d. Newcomb'un ABX Modeli

e. Westley Ve Maclean'ın İletişim

2) 1957'de ortaya çıkan bu oldukça etkili olmuş model, araştırmaların edinilmiş bulgularını düzenlemek, kitle iletişim araştırması için özellikle uygun olan sistematik bir uygulamayı sağlamak amacıyla geliştirilmiştir. Kaynağında sosyal psikoloji, denge ve birlikte yönelim kuramları yatar. Açıklaması verilen model aşağıdakilerden hangisidir?

a. Heider ve Fesingerın Denge modelleri

b. Birlikte Yönelimin Uçurtma

c. Uyum ve Uyumsuzluk Kuramı

d. Newcomb'un ABX Modeli

e. Westley Ve Maclean'ın İletişim

3) Çoğu iletişim çalışmaları ve modelinde, araştırmacılar bir, belki de iki faktör üzerinde dururlar; bazı etkiler ya da davranışlar gibi. Bu, kitle iletişim araştırmaları ile ilgili sorunların en iyi bir veya iki faktörlük açıklamalarla analiz edilebileceği gibi yanlış bir sonuç doğurabilir. Açıklaması verilen model aşağıdakilerden hangisidir?

a. Maletzke'nın Kitle İletişim Süreci Modeli

b. Birlikte Yönelimin Uçurtma

c. Uyum ve Uyumsuzluk Kuramı

d. Newcomb'un ABX Modeli

e. Westley Ve Maclean'ın İletişim

4) Denge ve birlikte yönelim kuramının bir uzantısı iki zıt eğilimin sürekli yaşandığı, biri anlaşmaya doğru, diğeri kutuplaşmaya doğru gelişen kamuoyu değişimi hakkındaki çalışmada bulunabilir. Açıklaması verilen model aşağıdakilerden hangisidir?

a. Heider ve Fesingerın Denge modelleri

b. Birlikte Yönelimin Uçurtma

c. Uyum ve Uyumsuzluk Kuramı

d. Newcomb'un ABX Modeli

e. Westley Ve Maclean'ın İletişim

5) Son zamanlarda denge ve ahenk düşünceleri ile daha önce tartışılan destekleyici enformasyon arama çabasından yola çıkan bir araştırma okulu geliştirdi. Kaynağını hem Newcomb'un çalışmasından hem de sembolik etkileşimcilikle ilişkili ilk sosyolojik kaygılardan alan bu yeni geleneğe adı verildi.

Yukarıdaki boşluğa aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

a. Heider ve Fesingerın Denge modelleri

b. Birlikte Yönelimin Uçurtma

c. Uyum ve Uyumsuzluk Kuramı

d. Newcomb'un ABX Modeli

e. Westley Ve Maclean'ın İletişim

6) Etkileşim süreci hakkında ilgilerinden dolayı sosyol-psioloji de iletişim olgusunu araştırmaya yönelmiştir.

Yukarıda açıklaması verilen unsur aşağıdakilerden hangisidir?

a) Sosyal Psikolojik Modeller

b) Denge modeli

c) ABX modeli

d) Uyumsuzluk modeli

e) Uyumluluk modeli

7. Model bir üçgen şeklindedir, noktalar iki bireyi A ve B'yi ve ortak çevrelerindeki bir objeyi X'i temsil eder. Her iki birey birbirlerine ve X'e yönelimlidir.

Yukarıda açıklaması verilen unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Sosyal Psikolojik Modeller
- b) Denge modeli
- c) ABX modeli
- d) Uyumsuzluk modeli
- e) Uyumluluk modeli

8. Bu yaklaşımın anahtar özellikleri şöyledir: Kişilerarası iletişim veya gruplar arası iletişim üzerinde odaklanma, yani iki yönlü ve etkileşimli olan iletişim üzerinde durma; herhangi bir çalışmada üç temel ögenin enformasyon kaynakları, iletişimciler ve alıcıların aynı anda yer almasına verilen önem, iletişim durumlarının dinamiğine duyulan ilgi.

Yukarıda açıklaması verilen unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Birlikte Yönelimin Uçurtma (Co-oryantasyon Modeli)
- b) Denge modeli
- c) ABX modeli
- d) Uyumsuzluk modeli
- e) Uyumluluk modeli

9. Denge ve birlikte yönelim kuramının bir uzantısı iki zıt eğilimin sürekli yaşandığı, biri anlaşmaya doğru, diğeri kutuplaşmaya doğru gelişen kamuoyu değişimi hakkındaki çalışmada bulunabilir.

Yukarıda açıklaması verilen unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Birlikte Yönelimin Uçurtma (Co-oryantasyon Modeli)
- b) Denge modeli
- c) ABX modeli

- d) Uyum ve Uyumsuzluk Kuramı
- e) Bir Yakınlaşma Modeli

10. Çoğu iletişim potansiyel anlaşma veya ortak fikirde birleşme ve uyum koşulları altında gerçekleşir ve katılımcılar arasında ortak noktaların artması iletişimin bir tanımı olarak düşünülebilir.

Yukarıda açıklaması verilen unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Birlikte Yönelimin Uçurtma (Co-oryantasyon Modeli)
- b) Denge modeli
- c) ABX modeli
- d) Uyum ve Uyumsuzluk Kuramı
- e) Bir Yakınlaşma Modeli

Cevaplar: 1)d,2)e,3)a,4)c,5)b,6)a,7)c,8)a,9)d,10)e

KAYNAKÇA

Baltas, Z. ve Baltas, A. (2002). Bedenin Dili. Remzi Kitabevi. İstanbul.

Beştav, G. (2007) “Romantik İlişki Doyumu ile Cinsiyet, Bağlanma Stilleri, Rasyonel Olmayan İnançlar ve Aşka İlişkin Tutumlar Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi.” Yüksek Lisans Tezi.Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bilen, M. (2004). Sağlıklı İnsan İlişkileri. Anı Yayıncılık. Ankara.

Bozkurt, S. (2006) “Temas Biçimleriyle Bağlanma Stilleri ve Kişilerarası Şemalar Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” Doktora Tezi.Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Cihangir, Z. (2004). Kişilerarası İletişimde Dinleme Becerisi. Nobel Basımevi.Ankara.

Dökmen, U. (1994). İletişim Çatışmaları ve Empati. Sistem Yayıncılık. İstanbul.

Ersanlı, K., ve Balcı, S. (1998). İletişim Becerileri Envanterinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması. Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, II (10). 7-12.

Ertürk, Y.D. (2010). Davranış Bilimleri, 3. Baskı, Kutup Yıldızı Yayınları, İstanbul.

Görür, D. (2001). Lise Öğrencilerinin İletişim Becerilerini Değerlendirmelerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Tutar, H. ve Yılmaz, M. K. (2003). Genel İletişim. Nobel Basımevi. Ankara.

W.Timothy Coombs’un Kişilerarası iletişim ve Halkla ilişkiler başlıklı makalesinden özetlenmiştir. Eserde sözü geçen kaynaklar aşağıdadır.

Özgün Metin: “Coombs (2001)Interpersonal Communacition end Public Relations”The handbook of Public Relations, Sage Publications: USA, s: 105-114. Tarkçe çeviri Nurşen Aygün

Anderson, R. B. (1995). Cognitive appraisal of performance capability in the prevention of drunken driving: A test of self-efficacy theory. Journal of Public Relations Research 7(3), 205–229.

- Allen,M.W., Cillouet, R.H.(1994) Legitimation efforts:Impression management strategies used by an organization in crisis. *Communication Monographs*, 61,44-62.
- Barnutek,J.,Gordon,J.R.,Weathersby,R.P. (1983) Developing ‘complicated’ understanding in administrators. *Academy of Managament Review*,8,273-284.
- Benoit,W.L (1995). *Account,excuses, and apologies: A theory of image restoration strategies*. Albany:State University of New York Press.
- Bobitt,R.(1995) An Internet primer for Public relations.*Public Relations Quarterly*,40(3),27-32.
- Grunig ,J.E. (1990) Theory and practice of interactive media relations. *Public Relations Quarterly*, (s.19)
- Broom, G.M., Casey,S.Ritchey,J. (1997) Toward a concept and theory of organization public relationships. *Journal of Public Relations Research*, 9, (s.83-98)
- Coombs, W.T. (1995) Choosing the rights words: The development of guideliness fort he selection of the ‘appropriate’ crisis-response strategies. *Management Communication Quarterly*, 8, 447-476.
- Grunig,J.E. (1992) Communication, public relations and effective organizations: An overview of the book, (der). *Excellence in public relations and communication management* (s:1-28).Hillsdale, NJ:Lawrance Erlbaum.
- Baltaş Z.(2007). *Bedenin Dili*, Remzi Kitapevi, İstanbul.
- Bilen, M. (2004). *Sağlıklı İnsan İlişkileri*, Anı Yayıncılık, Ankara.
- Doğan, O, Doğan, S. (1996). *Kişilerarası İlişkiler Ders Kitabı*, Songür Yayıncılık ve Eğitim Hizmetleri Ticaret Limitet Şirketi, Ankara.
- Ertürk, Y.D. (2010). *Davranış Bilimleri*, Kutup Yıldızı Yayıncılık, İstanbul,
- Ersanlı, K., ve Balcı, S. (1998). “İletişim Becerileri Envanterinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması”, *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, II (10). 7-12.

- Gürgen, H., Kirel, Ç. Ve ark.(2003). *Halkla İlişkiler ve İletişim*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Gürgen, H. (1997). *Örgütlerde İletişim Kalitesi*, İstanbul: Der Yayınları,
- Görür, D. (2001). *Lise Öğrencilerinin İletişim Becerilerini Değerlendirmelerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2005). *İnsan ve İnsanlar*, 10. Basım, İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Tabak,R.S. (1999). *Sağlık İletişimi*. Literatür yayınları. İstanbul.
- Tutar, H. ve Yılmaz, M. K. (2003). *Genel İletişim*. Nobel Basımevi. Ankara.
- Zıllıoğlu Merih (1996), *İletişim Nedir*, İstanbul: Cem Yayınevi.
- Burgoon, M; Ruffner, M (1974). *Human Communication*,.Copyright by Holt, Rinehart and Winston , U.S.A.
- Cüceloğlu D. (1991). *İnsan ve Davranışı*, "Psikolojinin Tanımı", Remzi Kitabevi.
- Devito. J.A. ve Reardon K.K. (2002). *Kişilerarası İletişim*. (Çev.Sacide Vural), Bişkek: Kırgızistan, Manas Üniversitesi Yayınları.
- Dökmen, U.(1997). *İletişim Çatışmaları ve Empati..* Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Güney, S, (2006). *Davranış Bilimleri*, Nobel Yayınları.
- Gürüz D. ve Eğinli A. (2008). *İletişim Becerileri*. Nobel Yayınevi, Ankara.
- Jamieson, H (Çev: Ünlü, 1996) *İletişim ve İkna*. Anadolu Ünivreitesi Yayınları, no: 141. Eskişehir.
- Kağıtçıbaşı Ç. (2004). *İnsan ve İnsanlar*. Evrim yayın Dağıtım, İstanbul.
- Morgan, C. (1981). *Psikolojiye Giriş*, Hacettepe üniversitesi Psikoloji Bölümü Yayınları Yayın No 1 (yayın Sorumlusu: Karakaş.S); Ankara.
- Halley, J (çev: Uzunöz , A. 1988). *İletişim. Psikolojik Sorunlar ve Psikoterapi*. Çark kitabevi Yayınları, No: 26, Ankara.
- Schultz, D. P., Schultz, S. E. (2007). *Modern Psikoloji Tarihi*, çev.: Yasemin Aslay, 1. bs., Kaknüs Yayınları, İstanbul.
- Doğan, O, Doğan, S. (1996). *Kişilerarası İlişkiler Ders Kitabı*, Songür Yayıncılık ve Eğitim Hizmetleri Ticaret Limitet Şirketi, Ankara.

- Ertürk, Y.D. (2010). *Davranış Bilimleri*, Kutup Yıldızı Yayıncılık, İstanbul,
- Gürgen, H., Kirel, Ç. Ve ark.(2003). *Halkla İlişkiler ve İletişim*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Gürgen, H. (1997). *Örgütlerde İletişim Kalitesi*, İstanbul: Der Yayınları,
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2005). *İnsan ve İnsanlar*, 10. Basım, İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Tutar, H. ve Yılmaz, M. K. (2003). *Genel İletişim*. Nobel Basımevi. Ankara.
- Usluata, Ayseli. (1991). **İletişim**, İletişim Yayınları, İstanbul
- Cherry, Colin. (1957). **On Human Communication**, Cambridge Mass: MIT Press
- McKay, Matthew; Davis, Martha; Fanning, Patrick. (2010). **İletişim Becerileri**, Hekimler Yayın Birliği, Ankara
- Cüceloğlu. Doğan. (1999). **İçimizdeki Çocuk**, Altın Kitap Yayınları, İstanbul
- Bilişim Terimleri Sözlüğü**.(1981). Aydın Köksalç Ankara:TDK
- Ertürk, Yıldız Dilek. (2010). **Davranış Bilimleri**, Kutup Yıldızı Yayınevi, İstanbul.
- Ana Britanica**. (1988). Ana Yayınları.
- Meydan Larousse**. (1990). Geilişim Yayınları.
- Ertürk, Y.D. (2010). **Davranış Bilimleri**, Kutup Yıldızı Yayıncılık, İstanbul,
- Gürgen, H., Kirel, Ç. Ve ark.(2003). **Halkla İlişkiler ve İletişim**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını
- Gürgen, H. (1997). **Örgütlerde İletişim Kalitesi**, İstanbul: Der Yayınları,
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2005). *İnsan ve İnsanlar*, 10. Basım, İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Kırmemiş, D. (t.y.). “*Genel İletişim*”, <http://www1.gantep.edu.tr/~kirmemis/geniletisim.htm>.
- Tutar, H. ve Yılmaz, M. K. (2003). *Genel İletişim*. Nobel Basımevi. Ankara.
- Yüksel, A. H.(2005). **İkna ve Konuşma**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını, 2005, s.155.

Zıllıoğlu,M. YükselH. ve ark.(2007). **İletişim Bilgisi**, (Edit: Yüksel, N. A.), Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir.

Ertürk, Y.D. (2010). *Davranış Bilimleri*, Kutup Yıldızı Yayıncılık, İstanbul,

Gürgen, H., Kirel, Ç. Ve ark.(2003). *Halkla İlişkiler ve İletişim*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.

Gürgen, H. (1997). *Örgütlerde İletişim Kalitesi*, İstanbul: Der Yayınları,

Kağıtçıbaşı, Ç. (2005). *İnsan ve İnsanlar*, 10. Basım, İstanbul: Evrim Yayınevi.

Kırmemiş, D. (t.y.). “*Genel İletişim*”, <http://www1.gantep.edu.tr/~kirmemis/geniletisim.htm>

Tutar, H. ve Yılmaz, M. K. (2003). *Genel İletişim*. Nobel Basımevi. Ankara.

Yüksel, A. H.(2005). *İkna ve Konuşma*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını, 2005, s.155.

Zıllıoğlu,M. YükselH. ve ark.(2007). **İletişim Bilgisi**, (Edit: Yüksel, N. A.), Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir.

Cüceloğlu D. (1991).**İnsan ve Davranışı**, "Psikolojinin Tanımı", Remzi Kitabevi

Cüceloğlu, D. (2000). **Yeniden İnsan İnsana**, 24. Baskı, Remzi Kitabevi, İstanbul.

DeVito, J. A. (1998).The interpersonal Communication Book, 8. Baskı, United States.

Çev.Vural,S. (2002) **Kişilerarası İletişim**, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Yayınları:27.

Dursun Kırmemiş, “*Genel İletişim*”, <http://www1.gantep.edu.tr/~kirmemis/geniletisim.htm>

Dökmen, Ü. (2004).**İletişim Çatışmaları ve Empati**. 26. baskı, Mayıs, Sistem Yayıncılık.

Ertürk, Y.D. (2010). *Davranış Bilimleri*, Kutup Yıldızı Yayıncılık, İstanbul,

Gürgen, H. (1997). *Örgütlerde İletişim Kalitesi*, İstanbul: Der Yayınları,

Kağıtçıbaşı, Ç. (2005). *İnsan ve İnsanlar*, 10. Basım, İstanbul: Evrim Yayınevi.

Tutar, H. ve Yılmaz, M. K. (2003). *Genel İletişim*. Nobel Basımevi. Ankara.

İnternet Kaynakları

[http:// www.donusumkonagi.net](http://www.donusumkonagi.net) (erişim tarihi: 17 Kasım 2009)

<http://www.psikolojikdestek.com> (erişim tarihi: 9 Nisan 2011)

<http://www.guzelkonusma.net> (erişim tarihi: 12.Mayıs.2011)

<http://www.ilksan.gov.tr/sizden-bize> (erişim tarihi: 22 Kasım 2008)

http://www.kobifinans.com.tr/tr/bilgi_merkezi/02030201/10467 (erişim tarihi: 4 Haziran 2010)

http://edremitmem.dtdns.net/ftp/YararlıKaynaklar/sunular/etkin_sunus_teknikleri.pps (erişim tarihi: 2 Nisan 2009)

<http://www.aof.anadolu.edu.tr/kitap/IOLTP/2272/unite03.pdf s. 51> (erişim tarihi: 22 Kasım 2008)

Cihangir, Z. (2004). *Kişilerarası İletişimde Dinleme Becerisi*. Nobel Yayınevi, Ankara.

Cüceloğlu, D. (2000). *Yeniden İnsan İnsana*, 24. Baskı, Remzi Kitabevi, Cağaloğlu, İstanbul.

Devito. J.A. ve Reardon K.K. (2002). *Kişilerarası İletişim*. (Çev.Sacide Vural),Bişkek: Manas Üniversitesi Yayınları, Kırgızistan.

Dökmen, U. (1997). *İletişim Çatışmaları ve Empati*. Sistem Yayıncılık.

Ertürk, Y.D. (2007). “İletişim Tarzı ve Benlik Oluşumunda, Duygusal Zeka Etkeni: İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme”, *Uluslararası Duygusal Zeka ve İletişim Sempozyumu Bildiri Kitabı*, (ISBN:978-975-483-736-0),(1):453-475, 7-9 Mayıs, İzmir.

Ertürk, Y.D. (2010). *Davranış Bilimleri*, Kutup Yıldızı Yayıncılık, İstanbul.

Gürüz, D., Eğinli, A. (2008). *İletişim Becerileri*. İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım.

Gordon,T. (1997). *Etkili Anababa Eğitimi*. (Çev. :Aksay E.). İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Gordon, T. (1998). *E.S.E. Etkili Liderlik Eğitimi*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Kaya, D. (2001). “*Etkili İletişim ve Sunum Teknikleri ve Beden Dili*”, Harp Akademileri Eğitim Semineri Metinleri, İstanbul.

Robertson, A. K. (2004). *Etkili Dinleme*. (Çev.: Yarmalı E.S.). Hayat Yayınları, İstanbul.

Özer, K. (1995). *İletişimsizlik Becerisi*. İstanbul: Varlık Yayınları.

Zıllıoğlu, Merih. (1996). *İletişim Nedir?* İstanbul, Cem Yayınevi.

Zıllıoğlu,M. YükselH. ve ark.(2007). *İletişim Bilgisi*, (Edit: Yüksel, N. A.), Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir.

Akkoyun, F.(1982). “Empatik Anlayış Üzerine”, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 15:(2):64-69

- Akkoyun, F. (1983). “ [Empatik Olmak, Değeri Anlaşılmamış Bir Varoluş Şeklidir](#)” (Çev:Orjinal makale:Rogers C. R. (1975). Empathic: An Unappreciated Way of Being The Counseling Psychologist, 5:(2), *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 16:103-124
- Altunışık, İ. (2008). *Tüketici Davranışları*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Babadoğan C.(1992) “Hümanistik Eğitim Ve Öğretim Anlayış”, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 25(2):743-753
- Beştav, G. (2009). *Psikoterapi*, www.psikohipnoz.com/psikoterapi.html, (erişim tarihi: 5 Ocak 2009)
- Cooper, R.K ve Sawaf, A. (2000). *Liderlikte Duygusal Zeka (Yönetimde Ve Organizasyonda Duygusal Zeka)*, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Cüceloğlu, D. (2000). *Yeniden İnsan İnsana*, 24. Baskı, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Davis, C. M. (2005). “Empati nedir, empati öğretilir mi?” (Ö. Sezer ve S. Damar, Çev.) *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6 (9), 77-88
- DeVito, J. A. (1998). *The interpersonal Communication Book*, 8. Baskı, United States.
- Çev.Vural,S. (2002) *Kişilerarası İletişim*, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Yayınları:27.
- Dökmen, Ü. (1998). “Empatinin yeni bir modele Dayanılarak ölçülmesi ve psikodrama ile geliştirilmesi”, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 21(1-2):155-190.
- Dökmen, Ü. (2004). *İletişim Çatışmaları ve Empati*. 26. baskı, Mayıs, Sistem Yayıncılık.
- Erdoğan, İ. (2005). *İletişimi Anlamak*. İstanbul: Erk Yayınları.
- Ertürk, Y.D. (2007). “ İletişim Tarzı ve Benlik Oluşumunda, Duygusal Zeka Etkeni: İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme”, *Uluslararası Duygusal Zeka ve İletişim Sempozyumu Bildiri Kitabı*, (ISBN:978-975-483-736-0),(1):453-475, İzmir, 7-9 Mayıs
- Gordon,T. (1997). *Etkili Anababa Eğitimi*. (Çev. :Aksay E.). İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Gordon, T. (1998). *E.S.E. Etkili Liderlik Eğitimi*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Güney, S, (2006). *Davranış Bilimleri*, Nobel Yayınları.
- Gürüz D., Eğinli A. (2008). *İletişim Becerileri:Anlamak, Anlatmak, Anlaşmak*, Nobel Yayınevi, Ankara
- Korkut,F. (2005). “Yetişkinlere Yönelik İletişim Becerileri Eğitimi.” *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 28: 143-149
- Mete, S. ve Gerçek E. (2005). “PDÖ Yöntemiyle Eğitim Gören Hemşirelik Öğrencilerinin Empatik Eğilim ve Becerilerinin İncelenmesi”. *C.Ü. Hemşirelik Yüksek Okulu Dergisi*, Cilt: 9 (2):11-17
- Morgan, C. (1980). *Psikolojiye Giriş*. Ankara, Meteksa
- Navaro L. (2000). *Gerçekten Beni Duyuyor musun?* Remzi Yayınevi, İstanbul.

- Schultz D.P., Schultz S.E. (2007). *Modern Psikoloji Tarihi*. (Çev.:Yasemin Aslay). Kaknüs Yayınları, İstanbul
- Özer, K. (1995). *İletişimsizlik Becerisi*. İstanbul: Varlık Yayınları.
- Ünal, C. (1972) İnsanları Anlama Kabiliyeti, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 3(4):71-93.
- Zıllıoğlu, Merih. (1996). *İletişim Nedir*. İstanbul, Cem Yayınevi.
- Doğan, O, Doğan, S. (1996). *Kişilerarası İlişkiler Ders Kitabı*, Songür Yayıncılık ve Eğitim Hizmetleri Ticaret Limitet Şirketi, Ankara.
- Ertürk, Y.D. (2010). *Davranış Bilimleri*, Kutup Yıldızı Yayıncılık, İstanbul,
- Gürgen, H., Kırel, Ç. Ve ark.(2003). *Halkla İlişkiler ve İletişim*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Gürgen, H. (1997). *Örgütlerde İletişim Kalitesi*, İstanbul: Der Yayınları,
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2005). *İnsan ve İnsanlar*, 10. Basım, İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Tutar, H. ve Yılmaz, M. K. (2003). *Genel İletişim*. Nobel Basımevi. Ankara.
- http://www.donusumkonagi.net/makale.asp?id=2901&baslik=iletisimin_onundeki_engeller_
- Eren, E. (2004). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Ertürk, Y.D. (2007). “Örgütsel Davranış Açısından, halkla ilişkiler ve İnsan Kaynakları Yönetimi İlişisine, Örgüt Psikolojisi Yelpazesinden Bir Bakış” *Halkla İlişkiler Alanına Örgütsel Davranış Yansımaları*, Nobel Yayınevi, Ankara.
- Ertürk, Y.D. (2010). “Etkin Kurumsal İletişim İçin Emniyet Teşkilatında İletişimin Önemi”, *Polis ve Halkla İlişkiler*, Kutup Yıldızı Yayınları, İstanbul.
- Gizir, S. (2002). “Üniversite ve İletişim: Bir Durum Çalışması”. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 30, 219-244.
- Gizir, S. ve Şimşek, H. (2005). *Communication in a Academic Context. Higher Education*, 50, 197-221.
- Gürgen, H.(1997). *Örgütlerde İletişim Kalitesi*, Der Yayınevi, İstanbul.
- Işık, Y.İ. (1996). “Endüstri Psikolojisi’nin Kapsamına Bir Bakış”, *Endüstri ve Örgüt Psikolojisi* (Ed:Tevrüz,S.), Türk Psikologlar Deneği Yayınları, 17.-31, Ankara.

- Hersey,P. ve ark.(1988), *Management of Organizational Behaviour:Utilizing Human Resources*, New Jersey, Prentice Hall Inc., s.306.
- Ivancevich, M.J.; Matteson, T. M. (1990). *Organizational Behaviour and Management*, Richard D. Irwin Inc.
- Jensen, M. T. (2003). Organizational Communication a Review: Research and Development Report. <http://www.agderforskning.no/rapporter/82002046.pdf>. Kaynaktan 11/01/2006 tarihinde alınmıştır (erişim tarihi:25.Aralık.2009)
- Karakoç, N.(1989) “Kurumsal İletişim ve Kurumsal Zaman Arasındaki İlişkiler”, *Anadolu Üniversitesi Yayını*, Sayı:6:83 Haziran,.Eskişehir.
- Kocabaş, F. (2005). “Değişime Uyum Sürecinde İç ve Dış Örgütsel İletişim Çabalarının Entegrasyonu Gerekliliği”. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13, 247-252.
- McAfee, R. B.; Champagne, J.P. (1987). *Organizational Behaviour: A Manager's View*, West Publishing Company.
- Luthans F.(1992). *Organizational Behavior*, Sixth Edition, McGraw Hill Inc., New York, s.7.
- Mumby, D. K. ve Stohl, C. (1996). Dicipining Organizational Communication Studies. *Management Communication Quarterly*, 10, 50-72.
- Neske F.(1977). PR-Management, Gernsbach:Deutscher Betriebswirte Verlag, , s:21
- Öznarlı, N. (1996). “Etkin Örgütsel İletişim Olarak Etkin Kaynak Alışverişi” *Endüstri ve Örgüt Psikolojisi*, (Ed: Tevrüz, S.) Türk Psikologlar Deneği Yayınları, 69-81, Ankara.
- Öznarlı, N. (1998). “Örgütlerde güçlenme” ” *Endüstri ve Örgüt Psikolojisi-II*, (Ed:Tevrüz, S.) Türk Psikologlar Deneği Yayınları, 63-69, Ankara.
- Sabuncuoğlu, Z., Tüz M.(2001). *Örgütsel Psikoloji*, Ezgi Kitapevi, Bursa.

- Tanrikulu B, (2004). “İnsan Kaynakları Yönetiminin Etkinliğinde İletişimin Rolü”,
<http://www.caginpolisi.com.tr/10/10-11-12-13.htm>, (erişim tarihi:10.Mayıs.2005).
- Telman, N.; Ünsal, P.; Adanalı, A. (1998). *Endüstri Psikolojisi*. Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Telman, N. ve Ünsal, P. (2005). *İnsan İlişkilerinde İletişim*. Epsilon Yayıncılık, İstanbul.
- Tevrüz,S (1996). “Endüstri/Örgüt Psikolojisinin Tarihçesi” *Endüstri ve Örgüt Psikolojisi*,
(Ed:Tevrüz,S.), Türk Psikologlar Deneği, 1-17, Ankara.
- Tutar, H. (2003). *Örgütsel İletişim*, Seçkin Yayıncılık, Haziran, Ankara.
- Tutar H. (2005). “Kurumsal Davranışın Yaşam Alanı: Davranış Düzlemi”
<http://www.canaktan.org/yonetim/kurumsal-davranis/duzlem.htm> (erişim tarihi: Ocak,
2010).
- Zıllıoğlu,M. YükselH. ve ark.(2007). *İletişim Bilgisi*, (Edit: Yüksel, N. A.), Anadolu
Üniversitesi Yayını, Eskişehir.
- Denis Mc QUAIL, Sven WINDAHL, Kitle İletişim Çalışmaları İçin İletişim Modelleri,
1994,
- Denis Mc QUAIL, Sven WINDAHL, Kitle İletişim Çalışmaları İçin İletişim Modelleri, 1994.

