

T.C. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ YAYINI NO: 2712

AÇIKÖĞRETİM FAKÜLTESİ YAYINI NO: 1675

İLETİŞİM BİLGİSİ

Yazarlar

Yrd.Doç.Dr. Mestan KÜÇÜK (Ünite 1)

Yrd.Doç.Dr. Ufuk ERİŞ (Ünite 2, 3)

Öğr.Gör. Tarkan OĞUZ (Ünite 4, 6)

Arş.Gör. Anıl DAL (Ünite 5)

Prof.Dr. Cengiz Hakan AYDIN (Ünite 7)

Prof.Dr. E. Nezih ORHON (Ünite 8)

Editörler

Prof.Dr. E. Nezih ORHON

Yrd.Doç.Dr. Ufuk ERİŞ



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Bu kitabın basım, yayım ve satış hakları Anadolu Üniversitesine aittir.
“Uzaktan Öğretim” tekniğine uygun olarak hazırlanan bu kitabın bütün hakları saklıdır.
İlgili kuruluştan izin almadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kayıt
veya başka şekillerde çoğaltılamaz, basılamaz ve dağıtılamaz.

Copyright © 2012 by Anadolu University
All rights reserved

No part of this book may be reproduced or stored in a retrieval system, or transmitted
in any form or by any means mechanical, electronic, photocopy, magnetic tape or otherwise, without
permission in writing from the University.

UZAKTAN ÖĞRETİM TASARIM BİRİMİ

Genel Koordinatör

Doç.Dr. Müjgan Bozkaya

Genel Koordinatör Yardımcısı

Doç.Dr. Hasan Çalışkan

Öğretim Tasarımcıları

Yrd.Doç.Dr. Seçil Banar

Öğr.Gör.Dr. Mediha Tezcan

Grafik Tasarım Yönetmenleri

Prof. Tevfik Fikret Uçar

Öğr.Gör. Cemalettin Yıldız

Öğr.Gör. Nilgün Salur

Kitap Koordinasyon Birimi

Uzm. Nermin Özgür

Kapak Düzeni

Prof. Tevfik Fikret Uçar

Öğr.Gör. Cemalettin Yıldız

Grafikerler

Gülşah Karabulut

Özlem Ceylan

Kenan Çetinkaya

Dizgi

Açıköğretim Fakültesi Dizgi Ekibi

İletişim Bilgisi

ISBN

978-975-06-1377-7

1. Baskı

Bu kitap ANADOLU ÜNİVERSİTESİ Web-Ofset Tesislerinde 50.000 adet basılmıştır.
ESKİŞEHİR, Eylül 2012

İçindekiler

Önsöz.....	iv
1. İletişim Kavramı ve İletişim Süreci.....	2
2. Sözel İletişim.....	20
3. Sözsüz İletişim.....	46
4. Bireylerarası İletişim.....	72
5. Grup İletişimi ve Örgüt İçi İletişim.....	94
6. Kitle İletişimi.....	116
7. Çevrimiçi İletişim.....	138
8. Uluslararası ve Kültürlerarası İletişim.....	156

Önsöz

İletişim, hayatımızın her alanında yaşamsal öneme sahip bir olgudur. İnsanların doğada yalnız kalamazlıklarını aşmalarında, birlikte durup, birlikte üretebilmelerinde, kültürler oluşturmalarında, medeniyetler kurmalarında iletişimin payı göz ardı edilemeyecek denli büyüktür.

İnsanlar iletişim ile birbirlerine duygularını, bilgilerini aktarabilmiş, biriktirebilmiş ve insanlığın gelişmesi ivmelenerek artmıştır. Bilim üretmiş, şiir yazmış, şarkılar söylemiş insanlık iletişim ile karşılıklı bir varoluşsal ilişki içindedir.

Bireysel yaşamlarımızda da iletişimin önemini açıkça hissederiz. İçsel duygusal yaşantılarımızdan tutun da, özel yaşamımıza, çalışma hayatımızdan tutun da siyasal yaşama kadar birçok alanda iletişimin önemli ve belirleyici bir olgu haline geldiği zamanlarda yaşamaktayız.

Teknoloji ile aracılanan ilk iletişim biçimi olarak yazıdan günümüzün yeni iletişim teknolojileri ile gönderip aldığımız mesajlara kadar iletişim gittikçe artan önemi ile bireysel ve toplumsal yaşamda mutlu ve başarılı bireyler için vazgeçilmez bir yeti olarak değerlendirilmektedir. Hatta iletişim günümüze gelindikçe yalnızca doğal bir insan yetisi olmanın ötesine geçmiş profesyonel bir sektör halinde insanların hayatlarını kazandıkları bir iş kolu olmuştur.

İletişim tek boyutlu bir olgu değildir. Birçok düzey ve boyutta gözlemlenebilir. Bu karmaşık ve çok boyutlu yapıyı belirli bir düzen içerisinde ele aldığımız bu kitapta öncelikle iletişimin temel tanımlarını ve önemini konu edindik. Daha sonra iletişimin iki önemli boyutunu sözlü ve sözsüz iletişimi değerlendirdik. Sözlü iletişim ile, paylaştığımız simgelerle soyutlayıp sınıflandıran, düşünen, yazan, konuşan insanın iletişim davranışlarına eğildik. Sözsüz iletişim ise en az sözlü iletişim kadar çok anlam paylaşmamıza olanak tanıyan çok geniş bir iletişim kanalı olarak ele alındı. Daha sonra ise iletişime belli düzeylerde yaklaştık. Bunlar bireylerarası iletişim, grup iletişimi çevrimiçi iletişim, ve kitle iletişimidir. Son konumuzda küreselleşen dünyamızdaki önemli bir iletişim düzeyi olan uluslararası ve kültürlerarası iletişime yer verdik.

İletişimin tümünü ele almaya çalıştığımız bu çok boyutlu yapısı da göstermektedir ki, tüm yaşamımızda iletişimin dışında bir alan bulmak neredeyse imkansız hale gelmiştir. Bu da iletişimin vazgeçilmez önemini ortaya koymaktadır.

Böyle değerlendirildiğinde iletişim hakkında bilgi sahibi olmak, iletişim becerilerimizi geliştirmek de bireysel ve toplumsal yaşamda başarılı ve mutlu bireyler olmanın ön koşullarından biri haline gelmektedir.

Bu noktadan hareketle İletişim Bilgisi kitabı Açık Öğretim Fakültesi öğrencileri ve konu ile ilgili tüm kişilere iletişim ile ilgili bilgileri sağlamak ve bu alanda kendilerini geliştirmek için ihtiyaç duydukları konuları sunmak açısından belirli bir sorumluluğu taşımaktadır.

Bu sorumluluğun bilinciyle değerli öğretim elemanlarımızca içeriği hazırlanan ve öğretim tasarımı ve grafik tasarım ekiplerince düzenlenen bu kitabın gerçekleşmesinde payı olan herkese teşekkür eder ve öğrencilerimize çalışmalarında başarılar dileriz.

Editörler






Prof.Dr. E. Nezh ORHON

Yrd.Doç.Dr. Ufuk ERİŞ

1



Amaçlarımız

Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

-  İletişim kavramını tanımlayabilecek,
-  İletişimin önemini açıklayabilecek,
-  İletişim sürecinin öğelerini açıklayabilecek,
-  İletişim bağlamını oluşturan boyutları ve iletişimin amaçlarını örneklendirebilecek,
-  İletişim ilkelerini ifade edebilecek

bilgi ve becerilere sahip olabilirsiniz.

Anahtar Kavramlar

- | | |
|--|--|
|  İletişim |  Geri-Bildirim |
|  Kaynak |  Kodlama-Kod Açma |
|  İleti |  Süreç |
|  Alıcı |  Bağlam |
|  Kanal |  Gürültü |

İçindekiler

- ❖ Giriş
- ❖ İletişim Kavramı
- ❖ İletişimin Önemi
- ❖ İletişimin Amaçları
- ❖ İletişim Süreci ve Öğeleri
- ❖ İletişim İlkeleri
- ❖ İletişim Bağlamı

İletişim Kavramı ve İletişim Süreci

GİRİŞ

İletişim her ne şekilde gerçekleşirse gerçekleşsin insanoğlu için vazgeçilmez bir olgudur. Toplumsal hayatın her alanında bireylerin, toplumun diğer üyeleriyle ilişkilerini düzenlemede, iş ortamındaki başarısını, aile ve sosyal ortamındaki mutluluğunu ya da mutsuzluğunu belirlemede önemli bir etkiye sahiptir. Yetmişli yılların sonunda bir kütüphanede yapılmış aşağıda okuyacağınız araştırma iletişimin aslında insanların hayatı algılayışlarını nasıl etkilediğine çok güzel bir örnek oluşturmaktadır. Bu araştırmada, kütüphane görevlilerinden, kitap alan kişilere mümkün olduğu kadar az ilgi göstermeleri, tepkisiz olmaları, gülümsememeleri, onlarla göz temasından kaçınmaları, selamlaşmamaları ve hiçbir şekilde onlara dokunmamaları istenmiştir, bu an gerçekleşirken kütüphaneden çıkan insanların, kitapları kontrol için kütüphane görevlisine uzatırken, gizli kamerayla fotoğrafları çekilmiştir. Kitap alan kişilere çıkışta kütüphane hakkındaki izlenimleri sorulmuştur. Hepsi hizmetin çok kötü olduğunu belirtmişlerdir. Beklenen sonuç da zaten budur ancak araştırmacıları şaşırtan şey, hizmetten şikâyet ederken çok az sayıda insanın görevlilerden söz etmesidir. Bu insanlar, kötü ışıklandırma ve zor bir kodlama sistemi yüzünden olumsuz izlenimler edindiklerini düşünmektedirler. Birkaçı da istedikleri kitapları bulamamaktan yakınmıştır.

Deneyin ikinci bölümünde görevlilerden şunları yapmaları istenmiştir. Kitap alan kişinin gözlerine bakın. Onlara isimleriyle hitap edin (kartta yazılıdır). Kartı verirken kitapların üstünden tesadüfmiş gibi dokununuz. Bu an gerçekleşirken kitap alanların aynı kamerayla yine fotoğrafları çekilmiştir ve kütüphaneden çıkarken görüşleri sorulmuştur. Bu kez tepkiler çok farklı olmuştur. Hemen hemen hepsi kütüphanenin hizmetinden memnun kalmışlardır. Diğerinde olduğu gibi, burada yine çok az kişi görevlilerin olumlu tavırlarından söz etmiştir. Gerçekte değişen tek şey ise odur aslında. Çoğu olumlu izlenimlerin iyi ışıklandırma, düzgün kodlama ve katalog sisteminden kaynaklandığını düşünmüşlerdir. Oysa değişen tek şey görevlilerin kütüphaneye gelenlerle kurdukları sözlü ve sözsüz iletişim tarzıdır.

İnsanlar hayatlarının her anında iletişimin farklı boyutlarını deneyimlemektedirler. İnsanların gerek kendi kendilerine gerçekleştirdikleri iç konuşmaları gerekse diğer insanlarla kurdukları etkileşimler iletişimin bir parçasıdır. Bu ünite, farkında olsak da olmasak da hayatımızda çok önemli bir yere sahip olan iletişim kavramından, iletişimin öneminden, iletişimin temel amaçlarından iletişim sürecinden ve bu süreci oluşturan öğelerden, iletişim ilkelerinden ve iletişim bağlamından bahsedilecektir.

İLETİŞİM KAVRAMI

İnsan sosyal bir varlıktır ve yaşamını sürdürebilmesi için çevresiyle sürekli iletişim kurma ihtiyacı içerisinde. İnsanın biyolojik bir varlıktan sosyal bir varlığa dönüşmesini sağlayan en önemli unsurun iletişim olduğunu söylemek mümkündür. İnsan anlamak ve anlaşılma ihtiyacındadır. Hele anlaşılma en çok olması istenen durumdur. Ne yazık ki bu özlem çoğu zaman bir ömür boyu sürebilir. Bu nedenle Hegel "Beni hayatta bir kişi anladı o da yanlış anladı" der. İnsanoğlu çevresinde olup bitenleri anlamak ve kendini çevresindekilere anlatabilmek için sürekli iletiler alır ve sürekli iletiler yollar. Onun her davranışı, konuşması, susması, duruşu, yüz ifadeleri, oturuş biçimi kendini anlatma çabasıdır. Sessizliği seçen insan, beden diliyle çevresine bir şeyler iletmeye çalışır ya da kendi ile kurduğu iç iletişimde kendisiyle hesaplaşır. Bu hesaplaşmada, olaylar ve durumlar üzerinde düşünür, o anki duygu ve düşüncelerini değerlendirir ve aldığı kararlar doğrultusunda davranışlarına ve hayatına yön verir.

İnsanların iletişim kurmadan yaşaması daha doğrusu herhangi bir iletişim aktivitesi içinde olmadan yaşaması zor görünmektedir. Gazete okumak, televizyon haberlerini dinlemek, yoldaki trafik işareti, reklam panoları ve benzeri diğer unsurlara maruz kalmamız aslında iletişimin bir parçası olarak görülebilir. Bu noktada iletişim kavramı olarak içerisinde paylaşım ve etkileşim edimlerini içermektedir (Güngör, 2011: 37). Tüm bunlar insanın iletişim kurmadan yaşayamacağına göstergesidir.

İletişim karşılıklı konuşmak, iki kişinin sohbet etmesi, ilişkileri iyi tutma becerisi, söylenenleri anlayabilme ve uygun tepkiler üretebilme gibi tanımlamalardan daha ötesini içermektedir. Aslında iletişimin insanla başlayıp devam eden ve insan oldukça farklılaşsa da devam edecek bir süreç olduğunu söylemek gerekir. İnsan varoluşundan itibaren sürekli olarak hem doğa ile etkileşimde bulunmak, hem de doğa koşullarının acımasızlığı ve çevredeki uyaranları anlamlı kılmak adına diğer insanlarla işbirliği içinde olmak durumunda kalmıştır. Bu süreçte bilginin paylaşılması, ortak anlamlar üretme çabaları iletişim kurma zorunluluğunu beraberinde getirmiştir. İnsanların bilgileri paylaşmak, kendilerini ifade etmek için çıkardıkları sesler, bu seslere eşlik eden vücut hareketleri, mağara duvarlarına çizilenler zaman içerisinde daha da anlamlı ve sistemli ortak yapılar haline gelmeye başlamıştır (Güngör, 2011: 36). Böylece farklı coğrafyalarda farklı diller ortaya çıkmış ve dildeki sözcüklerin, duyguların, düşüncelerin belli işaretlerle; kağıda, taşta, toprağa, tahtaya,...vb. dökülmesi ile yazı doğmuştur. Tüm bunlar insanın anlamak ve anlaşılacak için gösterdiği çabanın bir ürünüdür ve iletişimin insan için ne kadar vazgeçilmez bir olgu olduğunu kanıtlar.

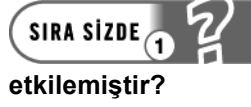
İletişim sözcüğü batı dillerindeki “communication” sözcüğünün karşılığı olarak dilimizde kullanılmaktadır. Communication sözcüğünün kökeninde Latince *communis* sözcüğü bulunmakta ve bu kavramda birçok kişiye ve nesneye ait ortaklaşa gerçekleştirilen anlamında kullanılmaktadır. Bu noktadan yola çıkarak iletişimin köken olarak sadece iletileri aktarmaktan ziyade, toplumsal olarak da bir etkileşimi içerdiğini söylemek mümkündür (Zillioğlu, 2007: 22).

İletişim kavramı çok farklı alanlarda kullanıldığı için iletişim kavramına her alana özgü anlamlar yüklenmektedir. Bu nedenle iletişim kavramının herkes tarafından kabul edilen bir tanımını yapmak neredeyse olanaksızdır, ancak iletişim denince akla genellikle insanlar arası iletişim ve bu amaçla kullanılan araçlar gelmektedir. Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğüne göre iletişim, duygu ve düşüncelerin, akla uygun şekilde başkalarına aktarılması, bildirim ve haberleşme olarak tanımlanmaktadır. Buna ek olarak iletişimle ilgili diğer tanımlar aşağıdaki gibi sıralanabilir.

- İletişim bir organizmanın bir uyarıcıyla gösterdiği ayırıcı tepkidir (Aktaran: Trenholm, 2008: 20).
- İnsanın olduğu her yerde kişiler, gruplar ve türler arasında karşılıklı gerçekleşen, mesajların değiş-tokuşu sürecidir (Cemalcılar, 1988: 305).
- Duygu, düşünce, fikir, bilgi ve kültürü kapsayan anlamların semboller yardımıyla aktarıldığı bir süreçtir (Tutar, 2003: 34).
- Anlamları itibarıyla uzlaşmış semboller yoluyla değişik zaman ve mekan boyutlarında gerçekleşen bilgi, düşünce ve duyguların aktarılması ve alış-verişidir (Zillioğlu, 2007: 22).
- Bilgi, düşünce, duygu, tutum ve kanılarla, davranış biçimlerinin kaynak ile alıcı arasındaki bir ilişki yoluyla bir insan ya da insanlardan diğerine bazı kanallar kullanılarak, anlam olarak üzerinde uzlaşılan semboller aracılığıyla değişimi ve aktarılması sürecidir (Yüksel, 2010: 11).

Tanımlara dikkatlice bakıldığında ilk tanımın çok geniş kapsamlı bir iletişim tanımı olduğu görülebilir. Bu tanım makinelerin kurduğu iletişim hariç tüm canlı varlıkların davranışlarını iletişim kavramı tanımı içinde değerlendirmektedir. Canlılar içinde ileti alış-verişi anlamında iletişim kurma becerisine sahip tek tür insan değildir. İletişim alanında çalışan bazı uzmanlar çok genel bir tanım tercih ederlerken diğerleride doğrudan insan davranışları üzerine odaklanmaktadır. İnsan, hayvan ve makine arasındaki temel farklılıkları gözönünde bulundurarak iletişimin benzersiz bir insan davranışı olduğunu savunmaktadır ve tanımlarını bu doğrultuda yapmaktadır. Çünkü canlılar içinde yalnız insan simge yaratma becerisine sahiptir. Bu özelliği ile insan duygularını, düşüncelerini, bilgi birikimini biriktirip kendinden sonraki nesillere aktarabilmektedir. Bu da insanın iletişim becerisinin toplumun değişiminde

ve gelişmesinde çok önemli bir rol oynadığını göstermektedir. İşte bu ilgi birikimi sayesinde iletişim, önceleri mağaralarda bulunan sembolik çizimler aracılığı ile gerçekleşirken günümüzde televizyon, radyo, bilgisayar, cep telefonu, internet gibi iletişim teknolojileri ile daha etkin ve katılımlı bir şekilde gerçekleşebilmektedir.



Simge yaratma becerisi insanlık tarihinin gelişimini size nasıl etkilemiştir?

İLETİŞİMİN ÖNEMİ

Her insanın iletişim konusunda temel düzeyde de olsa bilgi sahibi olması gerekmektedir çünkü iletişim yaşamımızın merkezinde yer alan önemli öğelerden bir tanesidir. Etkili iletişim insanların mesleki yaşamlarında sorunları çözmelerine yardımcı olurken kişisel yaşamlarında da ilişkilerini iyileştirmelerine ve sürdürmelerine yardımcı olur. İletişim uzmanları zayıf iletişimin birçok sorunun temelinde yer aldığını ve etkili iletişimin de bunun tek çözümü olduğunu düşünmektedirler.

İletişim kuramlarını, araştırmalarını ve uygulamalarını anlamak hayatınızda anlamlı değişikliklere neden olacaktır. İletişim ilkeleri ve pratikleri arkadaşlar, aile ve hatta uluslararası sürtüşmeleri çözebilir. Tabii ki bunun için öncelikle doğru olarak algılanmaları gerekir. Tüm bunlar iletişimi iyi öğrenmenin ve uygulamada kullanmanın dünyayı sorunsuz bir yer haline getireceği anlamına gelmez, iletişimi sihirli bir değnek olarak düşünmek yanlış olabilir ancak iyi iletişimin birçok sorunun oluşmasına engel olacağı ve birçok sorunun çözümüne katkı sağlayacağı aşikardır.

İletişim her yerde ve her zaman vardır. Hayatımızın tüm aşamalarında da önemli bir rol oynamaktadır. İlgileriniz ve hedefleriniz ne olursa olsun, etkili iletişim kurma becerisi hayatınızı iyileştirir ve zenginlik katar. İletişim konusunda çalışmak size aşağıda sıralanan faydaları sağlar.

1. İletişim çalışmak kendi kendinize bakışınızı geliştirir: İnsanların kendisi hakkındaki bilgisi iletişim deneyimleri sonucu olgunlaşır. İnsanların kendilerine ilişkin algıları, farkındalıkları, öz-yeterlikleri, vb. iletişim sürecindeki deneyimleri ile gelişir ve olgunlaşır.
2. İletişim çalışmak diğer insanların size bakışını iyileştirir: İletişim konusunda çalışarak ya da okuma yaparak nasıl etkili iletişim kuracağınızı öğrenirsiniz. Diğer insanlar üzerinde olumlu bakış açısı elde etmenizi sağlayacak davranışların belirli düzeylerde nasıl kontrol edilebileceğini öğrenir ve bu olumlu izlenimleri sürdürerek hedefinize ulaşırsınız. Genellikle insanlar zaten iyi iletişim kuran insanlarla iletişim kurmaktan hoşlanırlar.
3. İletişim çalışmak insan ilişkileri hakkında bildiklerinizin artmasını sağlar: İletişim alanı insanların birbirleriyle nasıl ilişki kurduklarını ve verili duruma uygun iletişim biçiminin ne olacağı hakkındaki bilgileri öğrenmemizi sağlar.
4. İletişim çalışarak önemli yaşam becerilerini öğrenebiliriz: İletişim çalışmak, herkesin hayatının belirli bir noktasında kullanacağı önemli becerileri öğrenmeyi sağlar. Bu becerilere eleştirel düşünme, sorun çözme, karar verme, çatışmaları çözme, medya okuryazarlığı, konuşma becerileri gibi birçok beceri örnek olarak verilebilir.
5. İletişim çalışmak mesleki yaşantınızda başarılı olmanıza yardımcı olur: Alanda birçok farklı iş dalında çalışan uzmanlar iletişim becerilerinin iş yaşamında ne kadar önemli olduğunu vurgulayan ifadeler kullanmakta ve yazılar yazmaktadırlar. Hatta isim yapmış okullardaki öğrencileri istihdam eden şirketlerin adaylarda aradığı ayırt edici özellik onların fizik ya da finanstaki sıkı bilgileri değil, onların sahip oldukları iletişim becerileridir. Yöneticilere yapılmış düzinelerce anket göstermektedir ki, yöneticilerin üniversite öğrencilerinde aradıkları en önemli beceri sözlü ve yazılı iletişimle ilgilidir.
6. İletişim çalışmak gittikçe farklılaşan dünyada dolaşabilmenize yardımcı olur: Temel iletişim kavramları konusunda bir kavrayış geliştirmeniz ve bu kavramların günlük etkileşimlerde nasıl uygulandığını öğrenmeniz dile ve kültüre bağlı engelleri aşmanıza ve dünyanın her yerinde iletişim konusunda donanımlı olmanıza yardımcı olur.

İLETİŞİMİN AMAÇLARI

İnsanlar iletişim kurarken bilinçli ya da bilinçsiz, farkında olarak ya da olmadan belirli amaçlar doğrultusunda hareket ederler. Bu amaçlar; keşfetmek, ilişki kurmak, yardım etmek, ikna etmek, eğlenmek şeklinde sıralanabilir.

İletişimin başlıca amaçlardan bir tanesi bireysel keşfetme ile ilgilidir. Başka bir insan ile iletişim kurarken, o insan hakkında bir şeyler öğrenirken aslında kendimiz hakkında da bir şeyleri öğreniriz. Aslında kendimize ilişkin algılarımız çoğunlukla iletişim süresince (özellikle bireylerarası iletişimde) diğer insanlardan kendimiz hakkında ne öğrendiğimizin sonucudur. İletişim ayrıca dış dünyayı keşfetmemize de yardımcı olur. İletişim dünya ve insanlar hakkında aklımızda ortaya çıkan belirsizlikleri azaltmamıza yardımcı olur. Belirsizliklerin azalması da daha etkili bir şekilde iletişim kurmamıza yardımcı olur.

İnsanlar genellikle zamanlarının ve enerjilerinin çoğunu sosyal ilişkiler kurmaya ve bu ilişkileri sürdürmeye harcarlar. Yakın arkadaşlarımızla, ailemizle ve sevdiklerimizle bulunduğumuz ortam neresi olursa olsun iletişim kurmaya çalışırız. Telefon ya da İnternet gibi iletişim teknolojilerinin gelişmesinin ve bu kadar yaygın bir şekilde kullanılmasının nedenlerinden biri de budur denebilir.

İletişimin yardım etme amacını ise yapıcı bir şekilde birini eleştirirken, empatik iletişim kurarken, bir grupla bir sorunu çözmeye çalışırken, bir konuşmacıyı dikkatli ve destekleyici bir şekilde dinlerken yerine getiririz. İnsanların İnternet'i kullanmalarının ana nedenleri arasında ve İnternet üzerinden kurulan iletişimin ana işlevleri arasında yardım almanın ve yardım etmenin olması da bu nedenle çok şaşırtıcı bir sonuç değildir (Meier, 2002).

Bireylerarası ve grup içinde gerçekleştirdiğimiz günlük iletişimlerimizde sıklıkla diğerlerinin tutum ve davranışlarını değiştirmek için onları bazı konularda ikna etmeye çalışırız. Belli bir kişiye ya da partiye oy vermeleri, yeni bir diyete başlamaları, belirli bir ürünü almaları, bir filmi görmeleri, bir web sayfasını ziyaret etmeleri, özel bir ders almaları, sizinle bir yere gelmeleri, bir şeyin doğru ya da yanlış olduğuna inanmaları, ve benzeri bir çok konuda çevremizdekileri ikna etmeye uğraşırız. Bazı araştırmacılar kurduğumuz tüm iletişimlerin aslında ikna etmek için olduğunu iddia etmektedir (Canary, Cody, & Manusov, 2000).

Eğlence amacıyla kurulan iletişim keyif, kaçış ve rahatlama güdülerini içinde barındırır. Şaka yaptığımızda, zekice bir şey söyleyip bunu bize keyif veren öykülerle birleştirdiğimizde, kendimizde oluşan ve karşımızdakinde uyandırdığımız duygular iletişimin eğlence amacına örnek gösterilebilir. Benzer şekilde, insanlar baskı ve sorumluluklardan uzaklaşmak ve rahatlamak için iletişim kurabilirler.



İnsan iletişiminin amaçları doğrultusunda düşünüldüğünde sosyal medyanın yaygın olarak kullanılmasını nasıl açıklarsınız?

İLETİŞİM SÜRECİ VE ÖĞELERİ

Hayatımızın büyük bir bölümünü okumak dinlemek, yazmak, konuşmak gibi faaliyetlere ayırarak geçirmekteyiz. Yapılan araştırmalar da, iletişimin, iş yaşamında ve günlük yaşamda zamanımızın büyük bir kısmını aldığını ortaya koymaktadır. Tablo 1.1'de de görülebileceği gibi bir insanın günün 2/3' ü iletişim temelli etkinliklerle geçmektedir. Sözlü ve yazılı iletişimin yanında vücut hareketlerimiz, yüz ifadelerimiz, sesimizin tonu, diğer insanlarla olan etkileşimlerimizde araya koyduğumuz mesafe, giydiklerimiz, içinde bulunduğumuz mekanları düzenleme şeklimiz de, ayrıca bir iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. İçinde bulunduğumuz duygu durumuna ilişkin sesimizin tonu, söylenilenin içeriğinden çok, ipucunu içinde barındırabilmekte ve iletinin niteliğini farklılaştırabilmektedir (Tuna, 2012: 6).

Tablo 1.1

İletişim Türü (Oransal Olarak)	İletişim Türü (Saat Olarak)
• Yazma % 9	• Yazma 1,5 saat
• Okuma % 16	• Okuma 3 saat
• Konuşma % 30	• Konuşma 4.5 saat
• Dinleme % 45	• Dinleme 7 saat

Kaynak: Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi, İletişim Modülü, 2009

İletişimi durağan değil, sürekli gelişmeleri içerisinde barındıran ve bu gelişmelerin başka bir duruma dönüşmesini içeren bir süreç olarak ele almak gerekir. Süreç, bir olayın düzenli olarak ve birbirini izleyen değişimlerle gelişmesi, başka bir olaya dönüşmesidir. Süreç kavramı, sürekliliği, değişimi ve gelişimi içerir. İletişim süreci; diğer insanları ikna etmek, bilgilendirmek, yönetmek, eğlendirmek, bilgilenmek ve bilgilendirmek gibi amaçları içerebilir. İletişim çabası sonunda elde edilen ödül; ulaşılmak istenilen bir bilgi, takdir edilmek, övülmek şeklinde de olabilmektedir. Yeni doğan bir bebeğin çevresini araştırmak için sorular sorarak bilgilenme isteğinden başlayarak hayatımızda çevremizi şekillendirme, onu daha iyi anlayabilme ile ilgili tüm durumlar iletişim yaşantıları ve süreci olarak tanımlanabilir. Aslında iletişimi sadece iletiyi gönderen ve alan arasındaki etki sürecine indirgemek, iletişimin önemini hafife almaktır. Hangi düzeyde gerçekleşirse gerçekleşsin, iletişiminin her düzeyinde temel olan ortaklaşma ve paylaşmadır (Lazar, 2001:49).

İletişim bireyin biyolojik gelişimine, kültürel ve toplumsal çevresindeki ilişki ve etkileşimlerine koşut olarak sürekli gelişen, değişen ve buna karşılık bireyi de değiştiren bir olgudur. Bunun yanında iletişim toplumsal ve kültürel değişim ve gelişim süreçleriyle bağlantılı, onların hem sonucu hem de nedeni olan bir süreçtir.

Birey açısından düşünüldüğünde de iletişim bir süreçtir. Herhangi bir anda ve durumda iletişimde bulunduğumuzda, hem geçmişteki yaşantılarımız, birikimlerimiz, başarılarımız, yanlışlarımız, hem gelecekte beklenenlerimiz, umutlarımız devreye girer. Belli durumlarda ve konularda belli bir biçimde, düşünmeye, konuşmaya ve davranmaya alışmışızdır; bunlara aldığımız ya da alamadığımız karşılıklar, tepkiler sonraki iletişimimizin temelini oluşturur. Kısaca, iletişim bilgi edinmesini ve buna göre tepki geliştirmesini sağlayan bir süreçtir.

Kuşkusuz her iletişim durumu aynı değildir ancak insanın değişik durumlarda gerçekleştirdiği tüm iletişimlerin –okuduğu, seyrettiği ya da dinlediği herşey, katıldığı ya da tanık olduğu her konuşma, uyandırdığı olumlu/olumsuz duygu ve düşüncelerle, içinde gerçekleştikleri koşullarla- her biri hem bir süreç gibi işler, hem de genel iletişim sürecinin bir aşamasını oluşturur.

İletişim kuramları, iletişim sürecinin ve bu süreçte yer alan öğelerine ayrılabilceği, bu öğelerin ve bunlar arasındaki ilişkilerin incelenerek, işleyiş düzeninin kavranabileceği varsayımına dayanır. Bu doğrultuda düşünüldüğünde iletişim sürecinde yer alan öğeler; kaynak, ileti, kodlama-kod açma, kanal, alıcı, geri-bildirim ve gürültü şeklinde sıralanabilir.

Kaynak

İletişim sürecinde mesajı gönderen ve iletişim sürecini başlatan öğedir. Kaynak, algılama, seçme, düşünme, yorumlama süreçlerinde ürettiği anlamlı iletileri simgeler aracılığı ile gönderendir. İletişim sürecinin başlangıcında kaynak iletmek istediğini, kendi ve alıcının anlayabileceği şekilde kodlar. Kaynak iletiyi alıcıya gönderen kişi, grup ya da kurum olabilir. Kaynak konumundakiler her ortamda konuşma, yazma yoluyla aktardıkları duygu ve düşüncelerle alıcı/alıcıları belli davranışları göstermeleri için yönlendirmeye çalışmaktadırlar. Mesaj bir kez kodlanıp alıcıya gönderildiğinde, mesajın yapacağı şeyleri önleyip, değiştirmek kaynağın gücü dışında kalmaktadır. Bu nedenle mesajların süreci etkileyecek tüm değişkenler düşünülerek kodlanması gerekmektedir. Bu da etkili iletişim kurabilmek için kaynağın bazı niteliklere sahip olması gerektiği anlamına gelmektedir. Kaynağın iletişim becerileri (etkili konuşma, dinleme, yazma ve beden dilini etkili kullanma) konuştuğu konu hakkındaki bilgi düzeyi ve deneyimi kurulan iletişimin niteliğini belirler.

İleti (Mesaj)

Bir kişinin diğerk kişiye ya da bir grup insana iletmek istediğı fikir, düşünce ya da duygunun sözlü ya da sözsüz biçimidir. İletişim sürecinde kaynaktan gönderilen; bilgi, görüş ve davranışların kaynak tarafından ortak sembollere bağılı kalarak kodlanması durumu olarak da tanımlanmaktadır (Odabaşı ve Oyman, 2002:17). Bunlara ek olarak kaynağın duygu ve düşüncelerini konuşarak, yazarak jest ve mimikler eşliğinde aktardığı sözel, görsel bir ürün olarak da tanımlanabilir. İletişim olması için öncelikle uygun bir iletinin oluşması gerekmektedir. Mesaj ya da ileti, kaynak tarafından aktarılanların sembolik bir ifadesidir. Dil ve konuşma yoluyla ortaya konulanlar, yazıda kullanılan, kalemle kâğıda dökülenler, bir gülümseme, bir cep telefonu mesajı, bir gazete haber başlığı, sosyal paylaşım sitesindeki bir gülümseme işareti, iletiye örnek olarak gösterilebilir. Yazı olarak ortaya konulan harflerden oluşan örutüntüler, sözlü olarak anlatılanlar sırasında bu anlatımlara eşlik eden el, yüz, göz, kol, vücut hareketleri yanında jest ve mimikler de iletidir.

Mesajların dikkat çekici olması için sözel ve görsel unsurları içinde barındırması önem taşımaktadır. Görsel unsurların daha çok ilgi çektiğini söylemek mümkündür. Yapılan bir araştırmaya göre, bir mesajda sözcükler yüzde 5, ses tonu yüzde 25, sözel olmayan unsurlar ise yüzde 65 etki uyandırabilmektedir (Burnett ve Moriarty, 1998:256).

Kaynağın üretmiş olduğu sözel, görsel işitsel tüm iletiler yapı ve içerik olmak üzere iki kısımdan oluşmaktadır (Zillioğlu, 2007). İçerik anlamla, yapı ise simgeler ve kodlarla ilgilidir. Anlam iletişimin anahtarı, iletişim sürecinin odak noktasıdır. Başkalarının iletilerindeki saklı anlamları anlamaya, bizimkinde ise seçtiğimiz dışında bir anlamın oluşmasına engel olmaya çalışırız. Kişiler arasındaki iletişimde sorunlar önce anlam uzlaşmazlığından kaynaklanır. Biz anlatmak istediğimizi biliriz, karşı taraf anlamak istediğini duyar. Anlamın hem toplumsal yaşantılarla ilgili kültürel bir boyutu hem de bireysel yaşantılarla ilgili öznel bir boyutu vardır.

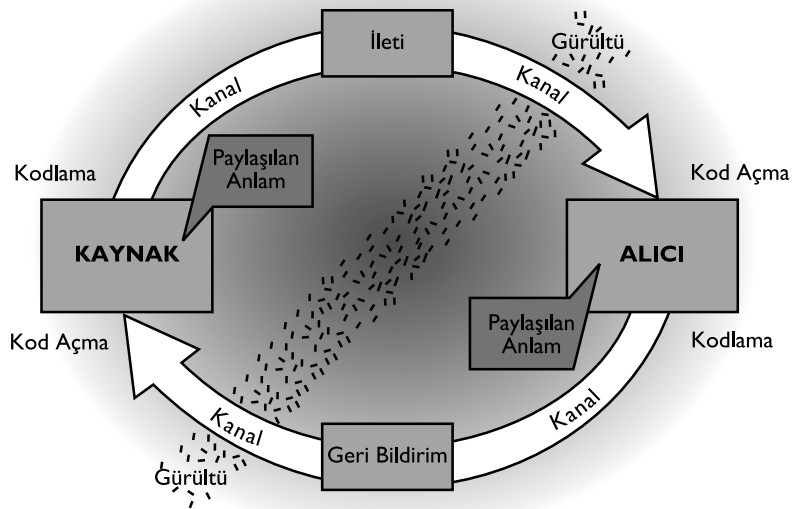
İçeriğın yapı kısmı ise; simgeler, göstergeler ve kodlardan meydana gelmektedir. Simgeler, göstergeler ve kodlar insanların çok sık olarak kullandıkları aslında kestirme yollardır. Kod, diğerk kişi ya da kişilerin zihinlerinde anlam yaratmak için kullanılan sembollerin sistematik olarak düzenlenmesidir. Bilgisayarlar mesajları iki bileşenli (0 ve 1 sayısal değerleri vererek) şekilde kodlayarak fiber kablolar ya da kablolar aracılığıyla aktarırlarken insanlar da dil olarak adlandırılan kodlar sistemini kullanarak iletilerini aktarmaktadırlar. İletişimde sözlü ve sözsüz olmak üzere iki tür kod kullanılmaktadır. Sözlü kodlar sembolleri ve onların dilbilgisi kurallarıyla düzenlenmesinden oluşmaktadır. Sözsüz kodlar ise kelimeler dışındaki tüm sembollerden (beden hareketleri, zaman, mekan ve mesafenin kullanımı, giyim,... gibi) oluşur.

Göstergeler duyularımız yoluyla kavradığımız, kullanıcıların kabulüne bağılı, kendisinden farklı bir duruma gönderme yapmaktadır. Erkman'a göre (1987), göstergeleri de görüntüsel göstergeler (ikon), belirtisel göstergeler ve simgeler olmak üzere üç kısımda incelemek mümkündür (Aktaran Zillioğlu: 2007:6):

- Görüntüsel göstergeler: Haritaları, heykelleri, karikatürleri, fotoğrafları görüntüsel göstergeler olarak sıralamak mümkündür. Tuvalet kapılarında kadını ve erkeğı simgeleyen figürler sıkça görülmektedir. Bunlar, gerçek nesnenin yerini tutan ve anlam olarak onu çağrıştıran bir pipo, ayakkabı, bir erkek ya da kadın silueti şeklinde de olabilir. Aynı şekilde gerçek hayattan esinlenilerek oluşturulmuş bir oyuncak, örneğın, oyuncak makyaj malzemeleri gerçek hayattaki nesnenin yerini tutan görüntüsel göstergelerdir.
- Belirtisel göstergeler: Gerçek hayattaki nesne ile varoluşsal bağlantısı olan göstergelere işaret etmektedir. Haber amaçlı kullanılan tamtam sesi, ya da ders zilinın çalması belirtisel gösterge olarak gösterilebilir. Termometredeki değişimler de birer belirtisel göstergedir. Çünkü gerçek hayattaki durumlardaki değişimlerle ilişki içersindedir.
- Nedensiz gösterge (simge): Nesneyle uzlaşmalı, anlaşmalı ve kurallara bağılı bir ilişki içersindedir. Örneğın kalem dediğimizde kalem ile gerçek dünyada bizim nesne olarak algıladığımız ilişki, sadece dil ve kültüre özgü anlaşma ve kurallar sonucu oluşmuştur. Aslında kalem dediğimizde aklımıza nesne olarak kalemin gelmesi, yıllara ve yaşanmışlıklara dayalı bir

anlamı barındırır. Kişiler, işte belirtilen tüm bu simge ve göstergeleri kullanarak iletişim kurarlar. Simge ve göstergelerin paylaşılması, kaynak ve alıcıda benzer anlamların oluşmasıyla iletişim gerçekleşmiş olur. Simge aslında görüntü ile nesne arasındaki anlamsal ya da yerleşik ilişkiyi kapsamaktadır (Lazar, 2001) Örneğin, bir okula ait üniforma özel bir grubun ve ait olduğu eğitim grubuyla ilgili anlamı ifade etmektedir. Tüm bu semgesel ifadelerin iletişim yoluyla paylaşıldığını ve paylaşılarak çoğaldığını söylemek mümkündür.

İnsanlar diğer insanlarla kurdukları yüzyüze iletişimin yanında, resimlerle fotoğraflarla ve trafik işareti gibi diğer unsurlarla da iletişim kurarlar. Tüm bunlar göstergelerin oluşturduğu sistemlerdir. İletinin kodlanırken ve ileti oluşturulurken açık ve net bir şekilde, alıcının nitelikleri doğrultusunda şekillendirilmesi önemlidir. İletilerin seçilmesi, alıcıya uygun ve onun anlayacağı bir biçimde açık bir şekilde ifade edilmesi, iletişim sürecinin kalitesi ve işleyişi adına önemlidir. Bu noktada iletinin iyi bir şekilde tasarlanması gerekmektedir. İletiler aslında birtakım şekiller, figürler, sesler, görsel unsurlardır. Burada kaynak ve alıcı tarafından bu sembollerin ortak anlamlara dönüşmesi, iletişim sürecinin temel hedefidir.



Şekil 1.1: İletişim Sürecinin Öğeleri

Kodlama ve Kod Açma

İletişim, kodların kullanımını içerdiğine göre anlamların paylaşımını sağlayabilmek için iletişim sürecinde kodlamanın ve kod açmanın olması gerekmektedir. Kodlama bilgilerin, düşüncelerin ve duyguların alıcı tarafından anlaşılmasına olanak tanıyacak şekilde iletme uygun hazır bir mesaja dönüştürülmesidir. Başka bir ifade ile iletişim sisteminin işleyiş süreci, kaynağın merkezi sinir sisteminde oluşan düşünceleri (anlamları) başkaları tarafından algılanabilir ve anlaşılabilir örgütlenmiş simge sistemlerine (kodlara) dönüştürmesi işlemine dayanmaktadır (Zillioğlu, 2007:199). Örneğin, kişi zihnindeki düşüncelerini, duygularını ya da herhangi bir bilgiyi sözlü ifade etmek için harflerden oluşan kelimeleri içeren kodları ileti haline getirmek durumundadır. Bu noktada kullanılan dil, toplumsal deneyim ve bilgi birikimini de içinde barındırır. Kodlamada uygun ortamın kullanılması yanında, ortama uygun bir kodlamanın yapılması önem taşımaktadır. İletilmek istenenin alıcıya ulaşması için, kişi iletiyi uygun bir dille ifade etmelidir. Örneğin, resmi bir toplantıda iletilerin kodlanması ile günlük bir konuşma sırasında yapılan kodlama farklı olacaktır.

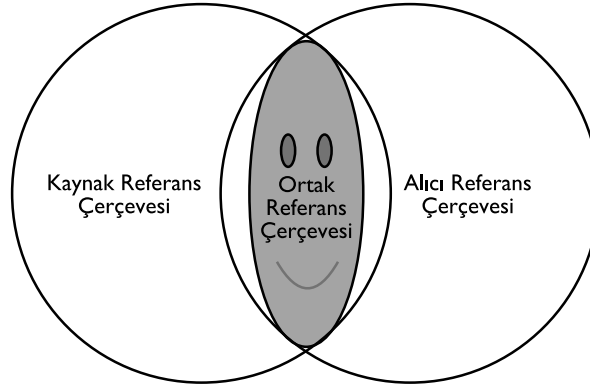
Kod açma ise kaynak tarafından gönderilen mesajların, alıcı tarafından anlamlandırılması; eş deyişle, iletiye yüklenen anlamın çözümlenmesi işlemidir. Kaynak tarafından gönderilen iletiler anlamsız işaretler ve sembollerden, anlamlı bir yapıya dönüşür. Kod açma işleminin başarılı olması için kodlama işleminin yapıldığı kaynak ve kod açma işleminin yapıldığı alıcının ortak deneyimlerde buluşması gerekir. Bu

noktada ortak deneyimlerin kesişmesi, anlamların paylaşılması için önemlidir. Kod açma işleminde dinleme ve algılar önemli bir yer tutar. Dinleme, sözlü ve/veya sözsüz iletileri alma, (kavrama, yorumlama ve değerlendirme işlemlerinden sonra) onlardan bir anlam oluşturma ve onlara tepkide bulunma sürecidir. Dinleme çoğu zaman iletişimin unutulmuş bir parçasıdır, ancak iletişime ilgili en temel ve en önemli becerilerden biridir. Dinleme pasif bir eylem değil bilinçli bir etkinliktir. İnsanlar seçici algıyı işe koşarak seçici bir şekilde dinlerler. Bu nedenle aynı ortamda bulunan iki birey bilgiyi aynı şekilde algılamaz ve aynı şekilde işlemezler. İnsanlar önemli olduklarını düşündükleri şeylere, kendi altyapıları ve deneyimleriyle ilgili bilgilere dikkat ederler.

Kaynak tarafından kodlanan ve seçilen kanallar (oluk) aracılığıyla hedefe gönderilen iletinin, hedefte istenilen biçimde karşılık bulabilmesi, diğer bir deyişle, iletinin kaynağın anlamlandırdığı biçimde hedefte de aynı anlamı taşıması ve aynı biçimde çözümlenmesi kimi zaman mümkün olamamaktadır. İletişim sürecinde bu istenilen durum; diğer bir deyişle, kişilerin iletilere ilişkin farklı anlamlar üretmelerinin sebebi, referans çerçevelerinin farklılığından kaynaklanmaktadır. Referans çerçevesi (izafet-bağıntı çerçevesi, ortak deneyim alanı) kişinin gerçekleri algılama ve değerlendirme şeklidir. Bu kavram belli bir anda bir olayın kendine has özelliklerini (algı, yargı, duyarlılık gibi) belirlemek üzere işleyen ve birbirleriyle (şimdi ve geçmişte) ilişkili ve etkileşim içinde olan tüm etkenleri içerir.

SIRA SİZDE 3 ? İnsanlar önemli olduklarını düşündükleri şeylere, kendi altyapıları ve deneyimleriyle ilgili bilgilere dikkat ettiklerine göre kaynak, alıcının dikkatini çekmek için iletilerini düzenlerken sizce nelere dikkat etmeli ve nasıl davranmalıdır?

Aynı istasyonda olmak gibi tanımlanabilecek; bireylerin, yaşam deneyimlerinin ortak referans çerçevelerinin kesiştiği alanın genişliği, iletişimde uyumu sağlamaktadır. Aynı şekilde iletişimde iletiyi gönderen kaynak ile iletiyi alacak, iletinin önerdiği tutum değişikliğini benimseyecek olan hedefin uyum içinde olmaları önemlidir. Bu durum radyoda istediği kanalı dinlemek isteyen bir kişinin radyonun kanal arama düğmesini istediği konuma getirmesi gibi bir durumdur (Oskay, 1992:23). İletişim sürecinde aynı dili bilmeyen iki kişinin iletişim kuramaması da bu duruma örnek olarak verilebilir.



Şekil 1.2: Ortak Referans Çerçevesi

Kaynağın aktardığı bilginin alıcıya istenen şekilde ulaşması ve beklenen davranışın ortaya çıkması, iletinin doğru kodlanmasına ve bu kodun doğru çözümlenmesine bağlıdır. Alıcı ve kaynak arasındaki ileti alışverişinde ortak olmayan noktalardan yollanan iletiler karşılık bulamayacaktır. Örneğin; alıcının Çince bilmesi kaynağın ise İngilizce bilmesi ve dolayısıyla ortak alanda buluşamamaları, sürecin daha en başında sağlıklı bir iletişimin gerçekleşemeyeceğini göstermektedir. Şekil 1.2’de görüldüğü üzere iletişimde taraf olan kişilerin referans çerçevelerinin kesiştikleri nokta, kaynağın ve alıcının yaşam deneyimlerinin ortak noktası olan ortak referans çerçevesini oluşturmaktadır.

Her insanın gerçeğe ilişkin görüşleri toplumsal ve kültürel çevresi içinde yaşadığı etkileşimler ve deneyimler ile biçimlenir. Bu bağlamda düşünüldüğünde, kişinin referans çerçevesini belirleyen iki ana

yapıdan söz etmek mümkündür: Bunlar kişinin *denem alanı* adı verilen iç etkenler ve *iletişim ortamını* ilgilendiren dış etkenlerdir (Zıllıoğlu, 2007:196):

- *Denem alanı*, kişinin geçmiş yaşantılarını, inanç ve tutumlarını, gereksinimlerini içinde barındırmaktadır. Birey için iletilerin anlamlı hale gelmesinde, bireyin temel fizyolojik ihtiyaçlarının yanında güven, güç başarı, bağlılık gibi gereksinimleri kaynak kişi ile ilgili düşünceler ve önyargıları içeren tutumlar, toplumsal değerler doğrultusunda benimsenen doğrular denem alanını oluşturur.
- *İletişim ortamı* ile ilgili dış etkenler olarak, kaynağın bulunduğu ortamlar ile ilgili fizyolojik ve çevresel etkileri betimler. Işık miktarı, insan sayısı, kaynak-hedef arasındaki fiziksel mesafe gibi unsurlar bu bağlamda ele alınabilir. Öte yandan kılık kıyafet, roller, toplumsal statüyle ilişkin davranış beklentileri ve davranış kuralları da referans çerçevesini şekillendirir.

Kaynaktan hedefe doğru akış tamamlandıktan sonra, aynı süreç geriye bilgi akışı şeklinde devam etmektedir. Geri besleme yoluyla ileti aynı süreçleri izleyerek kaynağa geri döner. Geri besleme sürecinde hedef ve kaynak rolleri değişir.

Kanal (Oluk)

İletinin kodlandıktan sonra, kod açma sürecinin gerçekleştiği ana kadar izlediği yol kanal olarak adlandırılmaktadır. Bir başka ifade ile kanalı; bilgi, duygu, düşüncelerin kaynak ve alıcı tarafından paylaşımının gerçekleşmesi sürecinde, iletilerin üzerine yüklendiği araçlar şeklinde tanımlamak mümkündür (Demiray, 1994: 15). İletişimde kanal dendiğinde, ışık dalgaları, radyo dalgaları, ses dalgaları, telefon kabloları, sinir sistemi gibi iletiyi taşıyan ortamlar kastedilmektedir. Bunlar duyu organlarını uyurabilecek ve belli fiziksel özellikleri olan araçlardır ve onları uyardıkları duyarlar açısından işitsel, görsel, koklamayla, dokunmayla, tad almaya ilgili kanallar olarak sınıflandırabiliriz. İletinin alıcıya ulaşması için mutlaka bir yol olmalıdır. Bu yolda kullanılan ortamlar iletişim gerçekleşme biçimine göre farklılaşabilmektedir. Örneğin; sözlü iletişimde kanal havadır, telefon görüşmelerinde ise telefon hatları, kanal rolü görür. İnsanların duyu organlarının sağlıklı olması halinde bunların her biri beyne giden iletişim kanallarıdır. Bu nedenle ileti ne kadar çok duyuya hitap ederse etkililiği de o oranda artmaktadır.

İletişimin gerçekleşebilmesi ve etkili olabilmesinde kanal seçiminin çok büyük önemi vardır. İletişimde ulaşılmak istenen amaç(lar), hedefin özellikleri, zaman ve mekan sınırlılıkları ya da olanakları kanalın seçiminde temel bir rol oynar. Başka bir deyişle kime, ne için, neyi iletmek istediğimizle kullanacağımız kanal arasında sıkı bir ilişki vardır. Örneğin; görme engelli bir hedef için görsel kanalları kullanamayız. Kanal seçimi beraberinde araç seçimini de getirir. İletişim araçları, iletileri kanal boyunca aktarılabilir işaretlere dönüştüren fizik ya da teknik araçlardır. Başka şekilde tanımlarsak iletişim aracı, içinde kanallar bulunduran ve kanallar yoluyla iletiyi alan, gönderen, yayan belirli yapısal özelliklere sahip ortam ve nesnelere. Ses, yüz, beden, telefon, kitap, resim, televizyon, radyo, gazete, vb. iletişim araçlarına örnek olarak verebiliriz. İletişimde seçilen kanallar, araçların seçiminde etkili olduğu gibi, kanalların ve araçların özellikleri de kullanılacak kodların ve iletişim sistemlerinin seçimini belirler.

Kanalın kapasitesi de iletişimin etkililiği ile ilgilidir. Gerçekten bir su oluğu gibi geniş kapsamlı bir oluk karşı tarafa daha çok suyu, bir başka ifadeyle bilgi ve sembolü aktaracaktır. Doğal olarak bu süreçte karşı tarafta bu suyu depolayacak ya da onu konumlandırılacak alanın olması da gerekmektedir. Bir insanın konuşma hızı yüksek olabilir ve böylelikle daha kısa bir sürede birçok bilgiyi alıcıya aktarabilir. Yalnız, söyledikleri alıcının kapasitesi ya da söylenenlerin anlaşılabilirliği doğrultusunda sıkıntı yaratıyorsa, bu durumda etkili bir iletişimden söz etmek mümkün olmayacaktır. Kitle iletişimde televizyon ve radyo ile günümüzde ise facebook, twitter gibi sosyal medya kanallarını kullanarak geniş oluk hacminden yararlanarak az zamanda çok sayıda kişilere iletiler aktarılabilir. Tek bir kanalla tek bir bilgi birden çok kişiye, binlerce hatta milyonlarca kişiye aynı anda, eş zamanlı ve eşzamansız olarak ulaşabilmektedir.

Alıcı (Hedef)

Kaynağın gönderdiği iletilerin hedefidir. Alıcı, konum itibarıyla tek bir kişi, kişiler, kurum ya da bir örgüt olabilmektedir. Alıcı iletiyi oluşturan kodları algılayıp anlamlandırır ve kendisi de bir ileti göndererek kaynak konumuna geçer. Kişiler arası iletişimde alıcının etkinliği ve iletişime katılım düzeyi yüksekken, televizyon gibi kitle iletişim araçları aracılığıyla gerçekleştirilen iletişimde, örneğin televizyon izlerken alıcının daha pasif olduğu söylenebilir. İletişimi etkili kılmak için gerek bir sınıf ortamında, gerekse televizyon başında, kodların alıcının anlamlandıracağı biçimde, alıcı odaklı olması gerekir. İletinin çok detaylı ya da kapsamlı olmasından ziyade, alıcıyı dikkate alarak kodlamanın oluşturulması, iletişimi daha anlaşılır kılacaktır.

Geri-Bildirim (Yansıma)

Alıcının algıladığı ve yorumladığı iletilere, sözlü ve/veya sözsüz tepki verme sürecidir. Kaynak ve hedef arasındaki geriye bilgi akışı olarak tanımlanabilecek geri bildirim, mesajın alıcı tarafından anlaşılıp anlaşılmadığı, ne şekilde anlaşıldığı ve yorumlandığının kaynak tarafından bilinmesine olanak sağlar. Geri-bildirimi iletişimde bir çeşit kontrol mekanizması olarak görmek de mümkündür. Alıcıdan alınan tepkilerle, eş deyişle, geri-bildirim sayesinde bu kez alıcı ve kaynak rolleri değişerek, alıcı kaynak, kaynak ise alıcı konumuna geçmektedir. Bu durum da, iletişimin sürekli bir döngüyü içinde barındırdığının göstergesidir. Geri-bildirim aracılığıyla kaynak, aldığı cevaplar doğrultusunda iletilerini yeniden düzenleme fırsatı bulur. Birine söylediğiniz bir söz sonrası yüzünde oluşan kızgınlık ifadesi, aslında sözsüz bir geri-bildirimdir. Bu iletişim sürecinde kaynak olarak eğer tasarladığınız, karşınızdaki kişide bu hissi uyandırmak değilse, aldığınız geri-bildirim aracılığıyla iletinizi tekrar düzenleme olanağına sahip olursunuz.

Geri-bildirim kavramı beş farklı boyutta incelenebilir. Bunlar sırasıyla, olumlu-olumsuz, kişi odaklı-mesaj odaklı, anında-gecikmeli, kontrollü-kontROLSÜZ, destekleyici-eleştirel geri-bildirim şeklinde sıralanabilir. Olumlu geri-bildirim kaynağın iletilerinin iyi algılandığının ve iletişimi bu şekilde sürdürebileceğinin göstergesidir. Olumsuz geri-bildirim ise bazı şeylerin yanlış gittiğinin ve yeni düzenlemelerin yapılması gerektiğinin göstergesidir. Gülme ve alkışlama olumlu geri-bildirime, oflamalar, puflamalar ve rahatsızlığı ifade eden sözsüz iletişim öğeleride olumsuz geri-bildirime örnek olarak verilebilir. Geri-bildirim kişiyi ya da mesajı odak noktası yapabilir. Ne kadar güzel gözlerin var derken kişiyi, telefon numarasını bir daha söylemişsin derken mesajı merkeze alırız. Yüzyüze iletişimde kaynak, hedeften anında geri-bildirim alma imkânına sahiptir. Televizyon, gazete, internet gibi kitlesel iletişim araçları yoluyla gönderilen iletilere ilişkin geri-bildirim alınması daha gecikmeli olmaktadır. Bu noktada yüzyüze iletişim, gerek sözlü gerekse sözsüz ipuçlarıyla geri-bildirim sağlanması açısından üstünlüklere sahiptir denebilir. Bazen geri-bildirim kendiliğinden ve dürüstçe gösterilen doğal tepkiler (kontROLSÜZ) şeklinde olabileceği gibi bazen de belirli bir amaca hizmet etmek için dikkatlice yapılandırılır (kontrollü). Örneğin arkadaş ortamında iletilere gayet doğal ve kendiliğinden ortaya çıkan tepkiler verebilirsiniz, ancak patronunuz size işiniz hakkında ne düşündüğünüzü sorduğunda burada daha dikkatli bir şekilde tepki verirsiniz. Destekleyici geribildirim ise kişinin kendisinin ya da söylediklerinin değerinin onayladığı geri-bildirimdir. Birini avutmaya çalışmanız ya da birini konuşmak için cesaretlendirmeniz bu geri-bildirim türüne örnek olarak verilebilir. Diğer taraftan eleştirel geri-bildirimde değerlendirme vardır. Eleştirel geri-bildirim verilirken birinin performansı hakkında yargıda bulunulur.

Gürültü

İletinin anlaşılması ya da iletilmesini engelleyen her şey gürültü olarak değerlendirilmektedir. Gürültü tüm iletişim sürecinin işlemlerini engeller. (Kreitner, Kinicki ve Buelens, 2002:297). İletişim sürecinde mesajın niteliğini etkileyen; eş deyişle, doğru ve etkin bir biçimde karşı tarafa aktarılmasını engelleyen unsurların tümü gürültü kavramı altında ele alınmaktadır. Alıcının hazır konumda olması, iletişimi etkili kılmak için önemlidir. Gürültü, alıcının hazır konumda olmasını sıkıntıya sokmaktadır. Bu bağlamda gürültü dikkat dağıtıcı, görüntü ve uzaklık gibi çevresel faktörlerden olduğu kadar algılama, kişisel merak, istek azlığı gibi kişiye özgü niteliklerden oluşabilir (Odabaşı ve Oyman, 2002:18).

İletişim sembollerine olan eklenti veya bu sembollerin kodlanma hataları gönderilen ileti ile algılanan ileti arasında farklılaşmaya neden olabilmektedir. Bu farklılaşmaya, gürültüye neden olan kaynakları dört ana grupta sınıflandırmak mümkündür (Zıllıoğlu, 2007:13):

- Televizyonda oluşan görüntü ve ses kayıpları parazitler, kitaptaki silinmiş yazılar, konuşmayı engelleyen yol çalışması, uçak sesi gibi fiziksel gürültü kaynakları.
- İşitme görme ile ilgili engeller, konuşma bozuklukları açlık ve susuzluk, yorgunluk gibi algılamayı etkileyecek durumlara ilişkin fizyo-nörolojik gürültü kaynakları.
- İçinde bulunulan sevinç, üzüntü, şiddetli heyecan ve hedefle ilgili olumsuz önyargılar, tutumları içeren psikolojik gürültü kaynakları.
- Kültürel çevre, hedef ve kaynağın bilgi düzeyleri, yaşantı ve statü farklılıklarını ilgilendiren toplumsal-kültürel gürültü kaynakları.

Yüksek sesli müzik olan bir ortamda ne dediğinizi ya da söylenenleri anlamada güçlük çekebilirsiniz. Bunun tek yolu ya müziği kısmak ya da ortamdaki uzaklaşmaktır. Bunun yanında önyargılar ve tutumlar gibi diğer gürültü kaynaklarını, fiziksel gürültü kaynaklarında olduğu üzere kolayca bertaraf etmek mümkün değildir. Önyargı ve tutumlar, kodlama ve kod açma süreçlerinde iletinin algılanması ve yorumlanmasının yönünü değiştirebilmektedir.

İLETİŞİM İLKELERİ

İletişimi sadece tanım düzeyinde açıklamak iletişimin doğasını tam olarak anlamada yetersiz kalabilir. İletişimi daha detaylı olarak açıklayabilmek için iletişimi anlamamıza rehberlik edecek bazı ilkeleri göz önünde bulundurmak gerekmektedir.

İletişim kendinizde başlar: Kendinizi nasıl gördüğünüz, nasıl iletişim kurduğunuzu belirler. Birey olarak dünyaya ilişkin kavrayışımız onunla ilgili deneyimlerimizle sınırlıdır. Her birey, kendilerinin merkezinde oldukları ve sürekli olarak değişen birçok deneyimle birlikte yaşamaktadır. İletişim konusunda çalışan birçok bilim adamı ve sosyal bilimci, insanların, diğerlerinin onlara nasıl davrandığının ve onlara hangi mesajları gönderdiğinin bir ürünü olarak şekillendiklerine inanmaktadırlar. Her gün iletişim kurarken kendimizin merkezinde olduğu birçok şey deneyimleriz. İletişim sürecinin bir katılımcısı olarak duruma ve olaya ilişkin kendi görüşümüz ya da bakış açımızla sınırlı bir şekilde iletişimi değerlendiririz. Örneğin; bir öğrenci öğretmeni ile yaşadığı bir çatışmayı adil olamayan bir durum olarak tanımlayabilir: “Öğretmenim kendisiyle aynı fikirde olmadığım için bana düşük not verdi” diyebilir. Tam tersine öğretmen de “Dönem sonu notunu belirleyen tüm görevleri öğrencim yerine getirmediği için düşük not aldı” diyebilir. Burada her iki kişi de haklı olduklarına inanmakta ve diğerinin olaya yaklaşımının yanlış olduğunu düşünmektedir. İletişim kavramını tam olarak özümsemek bu gibi çatışmalı durumları nasıl yöneteceğimizi öğrenmemize yardımcı olacaktır.

İletişim diğerlerini içerir: Filozof George Herbert Mead (1967) kişilerin kurdukları iletişimle var olduklarını söylemektedir. Bir çocuk diğer insanların beklentileri doğrultusunda, sözlü ve sözsüz semboller aracılığıyla rollerini onaylamayı öğrenir. Kişi kendi öz saygısını ve nasıl bir insan olduğuna ilişkin inancını tabii ki kendisi belirler, ancak bunun yanında diğer insanların sizi sınıflandırdığı da bir gerçektir. Diğer insanlardan aldığımız olumlu, olumsuz ya da tarafsız iletiler kim olduğunuzu belirlemede önemli bir rol oynarlar.

İletişimin hem bir içeriği hem de bir ilişkili boyutu vardır: Tüm iletilerin bir içeriği bir de ilişkili boyutu vardır. Yani her iletinin bir düz anlamı bir de yan anlamı vardır diyebiliriz. İletiler gerçek davranışın ne olması gerektiğini belirtir ve iletişim kuranlar arasında bir ilişki durumunu ortaya koyar. Bunlar her iletinin içinde yer alan iki önemli öğedir. İletin içeriği beklenen davranışı tasvir ederken, ilişkili boyut ise nasıl yorumlanması gerektiğini anlatır. Bu anlamda iletişim kişiler arasındaki anlamların değiş-tokuşu olarak ele alınmaktadır. Örneğin; Size “Otur” dendiğinde bu kısa iletin içeriği sizden oturmanız istendiğini söylemektedir. İlişkili olarak da size bu iletiyi aktaran buraya oturmanız gerektiğini söyleyen bir otorite olduğunu size söylemektedir. “Otur!” ve “Buraya oturabilirsiniz” ya da “Lütfen

şöyle oturun” iletileri arasındaki ifade farkını göz önünde bulundurduğumuzda içeriğin özünde aynı olduğunu ancak ilişkili boyutun çok farklı olduğunu görebiliriz.

İletişim karmaşık bir süreçtir: Bazılarına göre iletişim basitçe bir kaynaktan diğerine bilginin aktarılmasıdır. Bu mantıkla iletişim tanımlandığında herhangi bir zamanda bir web sayfasındaki bilgiye eriştiğinizde iletişim gerçekleşmiştir denebilir. Ancak bildiğiniz gibi bu temel durumda iletişim gerektiği gibi gerçekleşmemektedir. Örneğin bilmediğiniz bir dilde yazılmış bir web sayfasına eriştiğinizde, hiçbir iletişim gerçekleşmez. Eğer okuduğunuz yazı çok karmaşıkta orada aktarılmak istenen mesaj tam olarak anlaşılabilir. Basitçe birinin size söylediği bir şeyi tekrar edebilirsiniz, ancak mesajın içeriğini ve niyetini tam olarak anlayamayabilirsiniz.

Tüm bunlar iletişimin basit bilgi aktarımının ötesinde bir olgu olduğunu göstermektedir. İletişim mesaja ilişkin birçok farklı boyut hakkındaki seçenekleri (sözlü, sözsüz ve davranış boyutları; kullanılan iletme kanallarını çevreleyen seçenekler; konuşan kişinin karakteristik özellikleri; konuşmacı ve dinleyici arasındaki ilişki, dinleyicinin karakteristik özellikleri; iletişimin gerçekleştiği durum) içinde barındırır. Bu değişkenlerin bir tanesinde meydana gelen bir değişiklik tüm iletişim sürecini etkiler.

İletişimin niceliği, iletişimin niteliğini arttırmaz: Kurduğumuz iletişimin miktarının artması daha doğru, daha iyi ve anlamları paylaşabildiğimiz etkili bir iletişim kurduğumuzun göstergesi olamaz. Fazla bilgi yanlış anlamalara neden olabilir, dinleme ve empati becerilerini işe koşmayı zorlaştırabilir. İletişim laf kalabalığına dönüştüğünde olumlu sonuçlara götürmez. Bu nedenle kurulan iletişimin niteliği daha önemlidir.

İletişim kaçınılmazdır, geriye döndürülemez ve tekrar edilemez: İletişim hayatımızın hemen hemen her anında gerçekleşmektedir. Hiç kimseyle iletişim kurmadığımız anlarda bile kendi kendimizle iç iletişim kurar, düşünür, hayal kurar, planlar yapar ve bizi çevreleyen dünyaya tepkiler veririz. Sessiz kaldığımız kendimizle iletişim kurmadığımız zamanlarda bile çevremizdeki diğer insanları gözlemler ve onların davranışlarından çıkarsamalar yaparız. Diğer insanlar bize bir mesaj aktarma çabası içinde olmasalar dahi gözlemlerimizden topladığımız bilgilerle bazı sonuçlara ulaşırız.

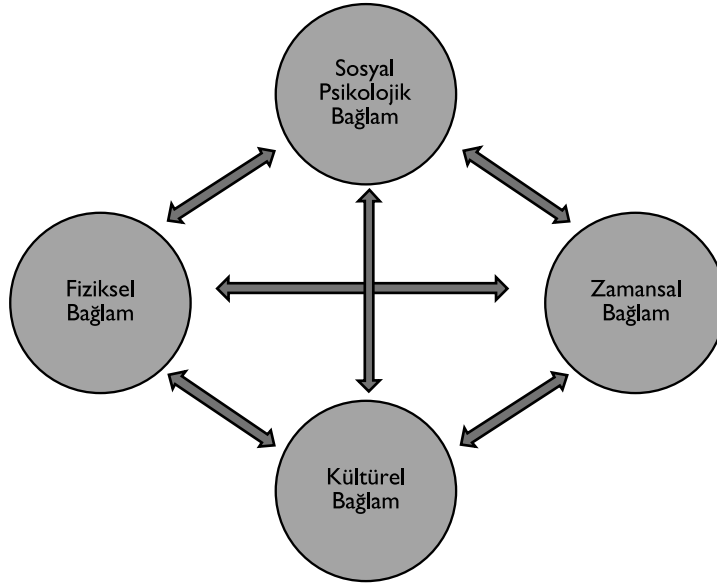
Hiç bir insanı istemeyerek de olsa aşağıladınız mı? Bunu yaptıktan sonra böyle bir amacınız olmadığını söylemeniz ve özür dileyeniz de yaptığımız yorumun etkisi hem kendi aklınızda hem de aşağıladığınız insanın aklında yer eder ve kolay kolayda geçmez. O anda kurduğunuz iletişimi gerçekte tersine döndüremezsiniz. Zamanda geri gidip diğer insanlara aktardığımız mesajları söylemeyiz. Bu nedenle iletişim kurarken çok dikkatli olmalıyız. İki düşünüp bir konuşmalıyız.

Geçmişte yaptığımız ve çok hoşumuza giden bir anı, durumu ya da etkinliği, tekrar gerçekleştirmeye çalışsak da önceden yapılanla birebir aynı olmayacağı kesindir. Aynı havayı, aynı ortamı, aynı sohbeti yeniden yaratamayız. Aynı deneyimi yeniden yaşamayacağımız için aynı iletişimi de tekrar edemeyiz. İletişim gerçekleştiği an itibarı ile benzersizdir.

İLETİŞİM BAĞLAMI

İnsanların gerçekleştirdiği tüm iletişimler bir bağlam içinde meydana gelir ve bu bağlamlar birbirleriyle etkileşim içerisindedir. Bağlam bir şey meydana gelirken içinde bulunduğu ilişkili koşullardır. Başka bir deyişle bağlam, bir söz ya da davranışın içinde geliştiği ve ona anlam kazandıran çevre olarak da tanımlanmaktadır. Aslında bu tanım içinde geçen ilişkili koşullar ifadesinden bağlamın karmaşık faktörlerin bir araya gelmesi sonucunda oluştuğu ortaya çıkmaktadır. Tüm bunlar düşünüldüğünde bağlamın karmaşık, çeşitli boyutları olan ve kapsayıcı bir kavram olduğu görülebilir. İletişim bağlamı iletişimi etkileyen çeşitli bağlamların bir araya gelmesiyle oluşur. İletişimin içinde geliştiği bağlam genellikle dört boyutla açıklanmaktadır. Bunlar sırasıyla fiziksel, sosyal-psikolojik, zamansal ve kültürel bağlamlardır.

Fiziksel bağlam, iletişimin meydana geldiği elle tutulur, gözle görülür somut çevredir. İçinde bulunduğunuz oda, koridor, park ya da toplantı salonu fiziksel bağlama örnek olarak verilebilir. Fiziksel bağlamın mesajınızın içeriği (ne söylediğiniz) ve biçimi (nasıl söylediğiniz) üzerinde bazı etkileri olur.



Şekil 1.3: İletişim Bağlamı

Sosyal-psikolojik bağlam, katılımcılar arasındaki statü ilişkileri, roller ve insanların içinde iletişim kurdukları toplumun kültürel kuralları gibi öğeleri içerir. Ayrıca, belli bir durum içinde dostluğu ya da düşmanlığı, resmi olmayı ya da olmamayı ve ciddiyeti ya da şakacılığı da içerir. Örneğin; bir mezuniyet partisinde gerçekleşen iletişimin bir cenaze töreninde gerçekleşmesi düşünülemez.

Zamansal bağlam, iletişimin gerçekleştiği bir günü içerdiği kadar tarihide içerir. Örneğin bir çok insan için sabahları iletişim kurmak için uygun bir zaman değilken diğerleri için çok ideal bir zaman olabilir. Kısmen mesajın etkisi ve uygunluğu iletildiği zamana bağlıdır, bu da tarihsel bağlamın önemli olduğunu göstermektedir. Örneğin; ırkla, cinsiyetle, dinle ilgili tutum ve değerlere ilişkin mesajların tarihsel süreç içerisinde nasıl farklı şekillerde dile getirildiğini ve bunlara nasıl farklı şekillerde tepkide bulunduğunu düşündüğümüzde zamanın mesajın etkisi ve uygunluğu üzerindeki etkisini daha iyi anlayabiliriz. Belirli bir zaman içerisinde gerçekleşen iletişim olaylarının sırası ve mesajların bu sırada denk geldikleri yerde zaman bağlamına ilişkin diğer bir bakışı göstermektedir. Örneğin; bir arkadaşınıza yapacağınız basit bir övgünün nasıl farklı anlamlar barındırabileceğini düşünelim. Eğer arkadaşınız size bir övgüde bulunduktan hemen sonra sizde ona bir övgüde bulunuyorsanız bu övgüye farklı bir anlam yükler, ancak arkadaşınızdan bir iyilik istemeden önce ya da bir tartışmadan sonra ona bir övgüde bulunuyorsanız bu da övgüye farklı bir anlam yükler.

Kültür ilgili her şey *kültürel bağlamı* oluşturur. Kültür, bir toplumun tarihsel süreç içinde ürettiği ve kuşaktan kuşağa aktardığı her türlü maddi ve manevi özelliklerin bütünüdür. Kültürel faktörler tüm etkileşimlerimizi, ne söylediğimizi ve nasıl söylediğimizi etkiler. Kullanılan iletişim stratejileri bir kültürde işe yararken başka bir kültürde işe yaramayabilir. Araştırmalar farklı kültürlerin üyeleri arasında gerçekleşen iletişimde aktarılan bilginin yaklaşık %50'sinin kaybolduğunu göstermektedir (Li, 1999). Bu kültürün iletişim için neden bu kadar önemli olduğunun bir göstergesidir.



Yukarıda açıklanan bu dört bağlamın birbirleriyle nasıl etkileşim içinde olduklarına bir örnek veriniz?

Özet

İletişim her ne şekilde gerçekleşirse gerçekleşsin insanoğlu için vazgeçilmez bir olgudur. Toplumsal hayatın her alanında bireylerin, toplumun diğer üyeleriyle ilişkilerini düzenlemede, iş ortamındaki başarısını, aile ve sosyal ortamındaki mutluluğunu ya da mutsuzluğunu belirlemede önemli bir etkiye sahiptir.

İnsan anlamak ve anlaşılma ihtiyacıdır. İnsanların iletişim kurmadan yaşaması daha doğrusu herhangi bir iletişim aktivitesi içinde olmadan yaşaması zor görünmektedir.

İletişim alanında çalışan bazı uzmanlar çok genel bir tanımla tercih ederlerken diğerleride doğrudan insan davranışları üzerine odaklanmaktadır. İnsan, hayvan ve makine arasındaki temel farklılıkları gözönünde bulundurarak iletişim benzersiz bir insan davranışı olduğunu savunmaktadır ve tanımlarını bu doğrultuda yapmaktadır çünkü canlılar içinde yalnız insan simge yaratma becerisine sahiptir. Bu özelliği ile insan duygularını, düşüncelerini, bilgi birikimi biriktirip kendinden sonraki nesillere aktarabilmektedir.

Her insanın iletişim konusunda temel düzeyde de olsa bilgi sahibi olması gerekmektedir. Çünkü iletişim yaşamımızın merkezinde yer alan önemli öğelerden bir tanesidir. Etkili iletişim insanların mesleki yaşamlarında sorunları çözmelerine yardımcı olurken kişisel yaşamlarında da ilişkilerini iyileştirmelerine ve sürdürmelerine yardımcı olur. İletişim kendi kendinize bakışınızı geliştirir, diğer insanların size bakışını iyileştirir, insan ilişkileri hakkında bildiklerinizin artmasını sağlar, önemli yaşam becerilerini öğrenmenize yardımcı olur, mesleki yaşantınızda başarılı olmanıza olanak tanır ve farklılaşan dünyada dolaşabilmenizi sağlar.

İnsanlar iletişim kurarken bilinçli ya da bilinçsiz, farkında olarak ya da olmadan belirli amaçlar doğrultusunda hareket ederler. Bu amaçlar; keşfetmek, ilişki kurmak, yardım etmek, ikna etmek, eğlenmek şeklinde sıralanabilir.

İletişim sürecinde yer alan öğeler; kaynak, ileti, kodlama-kod açma, kanal, alıcı, geri-bildirim ve gürültü şeklinde sıralanabilir. Kaynak, algılama, seçme, düşünme, yorumlama süreçlerinde ürettiği anlamlı iletileri simgeler aracılığı ile gönderendir.

İleti, kaynağın kişiye ya da bir grup insana iletmek istediği fikir, düşünce ya da duygunun sözlü ya da sözsüz biçimidir. İleti, kodların sistematik olarak bir araya gelmesi sonucunda oluşur. İletişim, kodların kullanımını içerdiğine göre anlamların paylaşımını sağlayabilmek için iletişim sürecinde kodlamanın ve kod açmanın olması gerekmektedir. İletinin kodlandıktan sonra, kod açma sürecinin gerçekleştiği ana kadar izlediği yol kanal olarak adlandırılmaktadır. Alıcı ise kaynağın gönderdiği iletilerin hedefidir. Alıcının algıladığı ve yorumladığı iletilere, sözlü ve/veya sözsüz tepki verme süreci ise geri-bildirim olarak adlandırılır.

İletişimi sadece tanım düzeyinde açıklamak iletişimin doğasını tam olarak anlamada yetersiz kalabilir. İletişimi daha detaylı olarak açıklayabilmek için iletişimi anlamamıza rehberlik edecek bazı ilkeleri göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Bu ilkeler; iletişim kendinizde başlar; iletişim diğerlerini içerir; iletişimin hem bir içeriği hem de bir ilişkili boyutu vardır; iletişim karmaşık bir süreçtir; iletişimin niceliği, iletişimin niteliğini arttırmaz; iletişim kaçınılmazdır, geriye döndürülemez ve tekrar edilemez şeklinde sıralanabilir.

İnsanların gerçekleştirdiği tüm iletişimler bir bağlam içinde meydana gelir. İletişimin içinde geliştiği bağlam genellikle dört boyutla açıklanmaktadır. Bunlar sırasıyla fiziksel, sosyal-psikolojik, zamansal ve kültürel bağlamlardır. Bu bağlar bağlam birbirleri ile etkileşim içerisinde dirler.

Kendimizi Sınavalım

1. Aşağıdakilerden hangisi iletişim sürecindeki öğelerden biri **değildir**?

- a. Kanal
- b. Alıcı
- c. Kaynak
- d. Geri besleme
- e. Referans çerçevesi

2. Aşağıdakilerden hangisi bir bilginin, duygunun ya da düşüncenin kaynak tarafından kodlanmış halidir?

- a. Hedef
- b. Kanal
- c. İleti
- d. Geri besleme
- e. Kod açma

3. Sözlü ve/veya sözsüz iletileri alma, onlardan bir anlam oluşturma ve onlara tepkide bulunma sürecine ne ad verilir?

- a. İleti
- b. Dinleme
- c. Kodlama
- d. Kod açma
- e. Geri besleme

4. Kişinin gerçekleri algılama ve değerlendirmesini belirleyen alana ne ad verilir?

- a. Oluk
- b. Mekan
- c. İletişim ortamı
- d. Referans çerçevesi
- e. Ortak referans çerçevesi

5. Aşağıdakilerden hangisi toplumun üyeleri tarafından ortak bir şekilde kullanılan anlam sistemidir?

- a. Kod
- b. Ortak referans çerçevesi
- c. Denem alanı
- d. Yansıma
- e. Bağlam

6. Aşağıdakilerden hangisi psikolojik gürültü kaynaklarına ilişkin verilebilecek bir örnek **olamaz**?

- a. Üzüntü
- b. Heyecan
- c. Önyargı
- d. Yorgunluk
- e. Sevinç

7. Gerçek hayattaki nesne ile varoluşsal bağlantısı olan göstergelere ne ad verilir?

- a. Görüntüsel göstergeler
- b. İşlevsel göstergeler
- c. Nedensiz göstergeler
- d. Niteliksel göstergeler
- e. Belirtisel göstergeler

8. Aşağıdakilerin hangisi iletişim ilkelerinden biri **değildir**?

- a. İletişim karmaşık bir süreçtir.
- b. İletişimin niceliği niteliğini arttırmaz.
- c. İletişim durağan bir olgudur.
- d. İletişim kaçınılmazdır.
- e. İletişim tekrar edilemez.

9. Aşağıdakilerden hangisi iletişimin içinde geliştiği dört bağlamdan biri **değildir**?

- a. Fiziksel bağlam
- b. Durumsal bağlam
- c. Zamansal bağlam
- d. Sosyal-Psikolojik bağlam
- e. Kültürel bağlam

10. Aşağıdakilerden hangisi insan iletişimin amaçlarından biri **değildir**?

- a. İlişki kurmak
- b. Yardım etmel
- c. Gezme
- d. İkna etmek
- e. Eğlenmek

Kendimizi Sınavalım Yanıt Anahtarı

1. **e** Yanıtınız yanlış ise “İletişim Süreci ve Öğeleri” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

2. **c** Yanıtınız yanlış ise “İletişim Süreci ve Öğeleri” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

3. **b** Yanıtınız yanlış ise “İletişim Süreci ve Öğeleri” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

4. **d** Yanıtınız yanlış ise “İletişim Süreci ve Öğeleri” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

5. **a** Yanıtınız yanlış ise “İletişim Süreci ve Öğeleri” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

6. **d** Yanıtınız yanlış ise “İletişim Süreci ve Öğeleri” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

7. **e** Yanıtınız yanlış ise “İletişim Süreci ve Öğeleri” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

8. **c** Yanıtınız yanlış ise “İletişim İlkeleri” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

9. **b** Yanıtınız yanlış ise “İletişim Bağlamı” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

10. **c** Yanıtınız yanlış ise “İletişimin Amacı” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Bu soruyu çok detaylı ve kapsamlı bir şekilde yanıtlamak mümkündür ancak kısaca şu şekilde yanıtlanabilir. Simge yaratma becerisi sayesinde insanlar yazıyı geliştirmiş, duygularını, düşüncelerini ve bilgi birikimi kaydedip, biriktirerek kendinden sonraki nesillere aktarabilmiştir. Pek çok bilim insanı da insanlık tarihinin en önemli icadı ve dönüm noktası olarak yazıyı göstermektedir. İnsanoğlunun yaşayarak elde ettiği bilgiler kulaktan kulağa değişerek yayılırken, bilgilerin yazılı bir şekilde saklanmaya başlanması, bilginin doğru biçimde ve uzun yıllar saklanır olmasına olanak sağlamıştır. Yazının düşünceyi ortaya koymada, yaymada ve iletmedeki üstünlüğü sayesinde,

düşünce ve sanat ürünleri birikimli olarak gelecek nesillere aktarılabilmiştir. Bilginin birikimli bir şekilde artması ise farklı uyagarlıkların ve dolayısıyla insanlığın gelişmesiyle sonuçlanmıştır.

Sıra Sizde 2

İnsanların keşfetmek, ilişki kurmak, yardım etmek, ikna etmek, eğlenmek amacıyla iletişim kurduklarını yukarıda açıklamıştık. Sosyal medya (facebook, twitter,...gibi) olarak adlandırılan ortamlarda aslında insanların bu ihtiyaçlarını daha etkili ve kolay bir şekilde gerçekleştirmelerine olanak tanıdığı için insanlar tarafından yaygın bir şekilde kullanıldığını söyleyebiliriz. Tabii ki bu, sosyal medyanın yaygın olarak kullanılmaya başlamasının tek nedeni budur, bundan başka bir neden yoktur anlamına gelmez.

Sıra Sizde 3

Herhangi bir iletişim durumunda konuşacağımız hedef kitle (kişi/kişiler) hakkında bilgi sahibiysek iletelerimizi ona göre düzenleyebiliriz. Alıcı/alıcıların değerlerini, tutumlarını, ihtiyaçlarını ve ilgilerini biliyorsak aslında onlar için neyin önemli olduğu hakkında bir fikrimiz olabilir ve onların referans çerçevesine nasıl hitap edebileceğimizi bilebiliriz. İnsanlara sizi dinleyerek ne kazanacaklarını aktarırsanız sizi daha dikkatli dinlerler. Onların altyapı ve deneyimlerine hitap edecek şekilde iletelerinizi oluşturursanız kendilerini konuya dahil hissederler. Bunların yanında, herkes tarafından bilinen kelimelerin kullanılması, izlenmesi kolay söz dizimine uygun cümleler kurmak da yani kısaca basit ve anlaşılır konuşmak da kaynağın dinlenmesine yardımcı olur.

Sıra Sizde 4

İnsanların gerçekleştirdiği tüm iletişim bir bağlam içinde meydana gelir ve bu bağlamlar birbirleriyle etkileşim içerisindedir. Bu etkileşimin nasıl gerçekleştiği söyle bir örnekle açıklanabilir. Bir buluşmaya ya da davete geç kalmak (zamansal bağlam) kültürel bir kuralın ihlal edilmesine ve bu da sosyal-psikolojik bağlamda belki de gerginliğin oluşmasına neden olabilir. Bu durum aslında fiziksel bağlamı da etkileyebilir. Örneğin akşam yemeği yemek için buluşulacaksa davet edenin daha az samimi bir yer seçmesine neden olabilir.





Yararlanılan Kaynaklar

- Burnett, J., & Moriarty, S. (1998). **Introduction to marketing Communication: An Integrated Approach**. New Jersey: Prentice –Hall, Inc.
- Canary, D.J., Cody, M.J., & Manıspv, V.L. (2000). **Interpersonal Communication: A Goals Based Approach (2nd ed.)**. Boston: Bedford/St. Martins.
- Cemalcılar, İ. (1988). **Pazarlama Kavramlar ve İlkeler**. İstanbul: Beta Yayınevi
- Demiray, U. (1994). **İletişimötesi İletişim**. Eskişehir: Turkuaz Kitabevi.
- Devito, J.A. (2009). **Human Communication (11th ed.)**. Boston: Pearson.
- Erkman, F. (1987). **Göstergebilime Giriş**. İstanbul: Alan Yayınları
- Güngör, N. (2011). **İletişim Kuramlar, Yaklaşımlar**. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Kreitner, R., Kinicki, A., & Buelens, M. (2002). **Organizational Behaviour**. Mcg- raw Hill Publishing.
- Lazar, J. (2001). **İletişim Bilimi**. Çev: Cengiz Arık, Ankara: Vadi Yayınları, yayın No: 155.
- Li, H.Z. (1999). Communicating Information in Conversation: A Cross Cultural Comparison. **International Jaournal of Intercultural Relations**, 23, 387-409.
- Mead, G.H. (1967). **Mind, Self and Society from The Standpoint of a Social Behaviorist**. Charles W. Morris (Ed.). Chicago: Universty of Chicago Press.
- Meier, A. (2002). An Online Stress Management Support Group for Social Workers. **Journal of Technology in Human Services**, 20, 107-132.
- MEGEP (2009). **İletişim**. Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi Ankara.
- Odabaşı, Y., & Oyman, M. (2002) **Pazarlama İletişimi Yönetimi**. İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Oskay, Ü., (2005). **İletişimin ABC'si**. İstanbul: Simav Yayınları.
- Pearson, J., Nelson, P., Titsworth, S., & Harter. L. (2008). **Human Communication (3rd ed.)**. Boston: McGraw-Hill.
- Trenholm, S. (2008). **Communication (11th ed.)**. Boston: Pearson.
- Tuna, Y. (2012). İletişim Kavramı ve İletişim Süreci (Ed: İzlem Vural). **İletişim**. Ankara: Pegem Yayınları.
- Tutar, H., & Yılmaz, M. K. (2003). **Genel İletişim**. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Yüksel, A. H. (2011). İletişimin Tanımı ve Temel Bileşenleri (Ed:Uğur Demiray). **Etkili İletişim**. Ankara: Pegem Yayınları.
- Zıllıoğlu, M. (2007). İletişim Bilgisi ve Tanımı (Ed: Aysun Yüksel). **İletişim Bilgisi**. Eskişehir: Açıköğretim yayınları.
- Zıllıoğlu, M. (2007). **İletişim Nedir?** İstanbul: Cem Yayınevi.







2

Amaçlarımız

Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

-  Konuşmayı tanımlayabilecek
-  Konuşmanın doğuşu ile ilgili değerlendirmeleri ifade edebilecek
-  İyi bir konuşmacının sahip olması gereken özellikler hakkında bilgi sahibi olacak
-  Sahne korkusunu tanımlayabilecek ve aşma konusunda bilgi sahibi olacaksınız.

Anahtar Kavramlar

- | | |
|---|--|
|  Dil |  Sözel İletişim |
|  Konuşma |  Konuşmanın Tarihi |
|  Topluluk Önünde Konuşma |  Konuşma Stratejisi |

İçindekiler

- ❖ Giriş
- ❖ Konuşmanın Tanımı ve Önemi
- ❖ Konuşmanın Doğuşu
- ❖ Konuşma, Kültür ve Toplum
- ❖ İyi Bir Konuşmacının Sahip Olması Gereken Özellikler
- ❖ İyi Bir Konuşmanın Stratejisi
- ❖ Sahne Korkusu

Sözel İletişim

GİRİŞ

İnsan iletişiminin önemli bir boyutu da sözel iletişimdir. Aristo insan için konuşan hayvandır ibaresini kullanmış olsa da insanı hayvanlardan ayıran en önemli özelliği sembollerle iletişim kurabiliyor olması ve geliştirdiği karmaşık dil sistemidir.

İnsanlar dil sayesinde ki duygularını düşüncelerini ve birikimlerini birbirlerine aktarabilmektedirler. Dilin doğuşu ile ilgili birçok değerlendirme olsa da sosyal bir varlık olarak nitelenen insanın doğada yalnız kalamazlığını aşması için bir arada durabilmesini, eşgüdümlü işleyebilmesini ve en önemlisi anlaşabilmesini, uzlaşabilmesini sağlayan yetisidir dil.

Bir dil sistemini doğumumuzla hazır bulur onun içinde dünyayı anlamlandırır ve biz de dili kendimizce zenginleştirir, değiştirir ve dönüştürürüz. Dil toplumsal olarak bir arada kalabilmemizin önemli olanaklarını yaratsa da aynı zamanda dünyayı anlama, kavrama şeklimizi de belirleyen sınırlar getirir. Böylece dünyayı belirli bir hiyerarşi ve düzen içinde algılarız. Bu da içine doğduğumuz kültür, ideoloji ve sistemin getirdiği bir biçimde algılamayı ve ifade etmeyi beraberinde getirir. Fakat insan dili yalnızca kullanmaz onu aynı zamanda değiştirir, dönüştürür, zenginleştirir. Her nesil kendisini ifade edebilmek için yeni dönüşümler, değişimlerle dili farklılaştırır.

Sözel iletişimin birkaç boyutundan biri de konuşmadır. Konuşma yalnızca insanın sahip olduğu bir yeti olarak tüm yaşantımızda önemli bir rol oynar.

Konuşabilme yetisi yalnızca insanda bulunmasına rağmen her zaman bu yetimizi etkin biçimde kullanamayabiliriz. Konuşma da ayrı bir uzmanlık alanıdır. İster bir pazarlama ortamında, ister bir tartışmanın içinde, ister bir topluluk önündeki söylevde olsun, hemen tüm iletişim süreçlerinde aynı zamanda bir ikna süreci de ortaya çıkar. Doğru ve etkili bir konuşma yapmak aynı zamanda bir ikna sürecinin başarısını da beraberinde getirir.

Konuşma insanlar arasındaki ilişkileri de düzenler, belirler. Konuşma yetimizi geliştirmek daha değerli, çok ve düzgün toplumsal ilişkiler kurmamıza da yardımcı olacaktır. İyi bir konuşmacı isteklerini daha doğru ve etkin bir biçimde dile getirecek, insanlarla olan iletişiminde daha sağlıklı ve etkili ilişkilere sahip olacaktır.

Konuşma yetimizi geliştirdiğimizde ayrıca kendimizi daha doğru ve etkili biçimde ifade edebilir hale geliriz. Bu da yaşantımızdaki en önemli iki kavramı, anlamak ve anlatmayı daha kolay kılacak, toplumda üreten, paylaşan, doğru anlayan ve anlatan bir insan olmamıza destek verecektir.

KONUŞMANIN TANIMI VE ÖNEMİ

Konuşma sözel iletişimin birkaç boyutundan biridir. İnsanı hayvandan ayıran en önemli özelliklerden biri olan konuşma ile insanlar doğadaki yalnız kalamazlıklarını aşmışlardır. İnsan soyutlayabilen, semboller üretebilen, bu semboller üzerinde uzlaşarak, duygu, düşünce ve birikimlerini paylaşarak birlikte yaşayabilen sosyal bir varlıktır.

Bireysel düzeyde konuşma kendimizi ifade edebilmemizin önemli bir yoludur. Düşünmenin aracıdır. Bunun yanı sıra kendimizi diğerlerine ifade etmemizi, sosyal ilişkiler kurmamızı, uzlaşabilmemizi, anlaşabilmemizi de sağlar.

Toplumsal düzeyde ise, insanların doğada yalnız kalamazlıklarını aşmalarını sağlayan konuşma aynı zamanda üretilen bilginin sonraki nesillere aktarılmasında da önemli bir rol üstlenmektedir. Bu sayede insanın gelişmesi ilerlemesi ivme kazanmıştır.

Fakat, konuşmayı nasıl tanımlayabiliriz. Konuşmayı nasıl değerlendirebiliriz? Hangi boyutlarda ele alabiliriz?

Konuşmanın neliğini değerlendirirken bize fayda sağlayabilecek dört boyutu burada sıralamakta fayda var(Taşer, 2004):

- Fiziksel
- Fizyolojik
- Psikolojik
- Sosyolojik

Bunları konuşmanın ne olduğunu tanımlamaya çalışırken bakacağımız ve bize konuşmanın farklı değerlendirilme biçimlerini gösteren boyutlar olarak düşünebilirsiniz.

Konuşmanın fizik olarak değerlendirilmesi ses dalgalarının oluşturulması taşınması ve kulak aracılığıyla algılanması süreci olarak tanımlanabilir. En basit düzeyde fiziksel varlığını ifade eder. Öyle ya, bir konuşmanın öncelikle duyulması gerekir.

Konuşmanın fizyolojik değerlendirilmesi insan vücudu ve onun yaşamsal işlevleri ile ilgilidir. Soluk alıp verme sistemimizden tutun da, beyin zarımızın elektriksel işlemlerine, sinir sistemimizden kan basıncımıza, kaslarımızın uygun biçimde hareket etmesine kadar birçok açıdan konuşma bir araştırma alanı olarak değerlendirilir.

Bir fizyolojiste göre konuşma, yeme, içme, soluk alma, yutkunma gibi birincil önemdeki biyolojik hareketlerin yanında ikincil bir eylem olarak değerlendirilir. İkincil eylem derken birincil eylemin üstüne yüklenmiş bir eylem anlaşılmalıdır. İnsan vücudunda konuşma organlarından bahsetmenin doğru olmadığı ifade edilmektedir. Bir işlev için özelleşmiş kaslar ve organlar yerine birincil biyolojik işlevlerinin üzerine yüklenen bir eylem için özel kullanımları olan kaslar ve organlardan bahsetmek daha doğru olacaktır.

Elbette konuşmada ciğerlerimizi, burnumuzu, dilimizi, dişlerimizi, dudaklarımızı kullanırız. Fakat örneğin ciğerlerimizin birincil görevi nefes alıp vermemizi sağlayarak kandaki oksijeni tedarik etmektir. Burnumuz nefes aldığımız yerimizdir ve hayatta kalmak için alınan havayı hem temizleme hem de belirli bir sıcaklığa getirme gibi birincil bir işlevi vardır. Dilimiz bizim tad alma organımızdır, dişlerimiz yiyecekleri ezmek parçalamak gibi birincil bir işleve sahiptir vb. Konuşma organları olarak da adlandırılan bu organların birincil işlevleri bunlardır. Konuşma ancak bu işlevler üstüne yüklenmiş bir ikincil işlev olarak değerlendirilebilir. Tersine bir düşünce ellerimizin el sıkışmak için ya da ayaklarımızın futbol topuna vurmaya için yaratılmış oldukları sonucuna götürebilir bizi.

Kısaca, fizyolojik görüşe göre konuşma organlarının birincil işlevleri yaşamsal biyolojik işlevlerdir. Konuşma daha sonra onların özel kullanımıyla yüklenen bir ikincil eylem olarak değerlendirilebilir.

Konuşmayı değerlendirdiğimiz bir başka boyut olan psikolojik boyut, uyarma ve tepki odağında değerlendirilir. Konuşmayı bu boyutuyla anlamamıza anlambilim destek vermektedir. Dil bir soyutlama ve sembolleştirme sürecidir. Anlambilim de simge ve anlam arasındaki ilişkiyi ve simgelerin doğru ve etkin kullanımındaki sorunları kendisine araştırma alanı olarak belirlemiştir.

Fizik bir dünyada yaşamaktayız. Etrafımızdaki şeyler ile onları ifade etmek için kullandığımız simgeler aynı şeyler değildir. İnsanlar ancak şeylerin kendileri üstünde değil bu şeylere ilişkin kendi deneyimlerimiz üstüne düşünüp konuşabilirler. Dolayısıyla konuştuğumuzda biz dış dünyadaki şeylerin kendileri üstüne değil, bu şeyleri deneyimlemelerimiz ve onlara yüklediğimiz simgeler ile ilgili konuşuruz.

Bu kitabın birinci bölümünde de ele alınan referans çerçevesi kavramı burada önemli bir konuya ışık tutmaktadır. Belli bir andaki tüm bilgi yükümüz olarak değerlendirilebilecek olan referans çerçevesi, dış dünyayı, oradan gelen uyarıları algılamamızda bize referans olur. Bir çerçeve dahilinde algılamamızı sağlar. Demek ki insanlar algılamak için belirli referanslar üzerinden, belirli bir çerçeve ve süzgeçler ile algılamaktadırlar.

Bu süzgeçlerin benzer olması gönderilen uyarıların doğru algılanmasını beraberinde getirecektir. Bu yüzdendir ki iletişim referans çerçevelerinin kesiştiği alanda ortaya çıkar denilmektedir. Birbiriyle yüzde yüz kesişen referans çerçeveleri mümkün değildir. Hatta bir şair, olmayacak şey iki insanın birbirini anlaması demiştir. Fakat yine de referans çerçevesini konuşmamız sırasında hatırlamak ya da hesaba katmak bizi dinleyenlerin dış dünyayı ve dış dünyanın bir parçası olarak bizim konuşmamızı da nasıl anlamlandırdığını, nasıl bir süzgeçten geçirdiğini tahmin etmemize olanak tanır. Bu sayede de konuşmamızı bu minvalde daha etkili olacak biçimde düzenleyebiliriz.

Bu boyutta son olarak geri bildirimden bahsetmek yararlı olacaktır. Geri bildirim deyince psikolojik boyutta hareket uyandıran bir uyarandan bahsedilir. Konuşurken kendi sesimizi de duyarız ve bu öncelikle sesletimin yapıp yapılmadığı bilgisini, doğru olup olmadığı bilgisini vererek bir sonraki söze geçmemiz için bizi tetikler. Duyma gücü çeken ya da doğuştan duyma özürü olan çocuklarda konuşmanın duyanlara oranla daha az gelişmesinin temel açıklamasını böyle yapmak da mümkündür.

Konuşmanın anlamını değerlendirebileceğimiz bir başka boyut da toplumsal boyuttur. Daha önce de belirtildiği gibi dil sayesinde insanlar doğadaki yalnız kalamazlıklarından kurtulmuş ve böylece insan sosyal bir varlıktır tanımını taşır olmuşlardır.

İnsanlar çevrelerindeki diğer insanlarla ilişki kurmak için konuşmaya ihtiyaç duyar. Diğer insanlardan soyutlanmış bir insanın konuşmaya ihtiyaç duymayacağı apaçık bir gerçektir. Kendi kendimize konuştuğumuzda bile içimizde bir konuşan ve bir de dinleyen olduğunu hissederiz. Konuşma eylemi en az iki kişiyi gerektirir. Dolayısıyla aslında bir kişiye konuşmak ile topluluk önünde konuşmak açısından mutlaka bir konuşmacı ve dinleyici yada dinleyiciler olması açısından büyük bir fark yoktur denebilir.

Bir başka açıdan insanlar bir arada durabilmek ve birlikte eyleyebilmek için anlaşabilmeye ihtiyaç duyarlar. Soyutlama ve sembolleştirme yetileri sayesinde ürettikleri simgeler üzerinde uzlaşan insanlar ortaklaşmış referans çerçeveleri sayesinde birbirleri ile iletişim kurabilir ve eylemlerinde eşgüdüm sağlayabilir, birlikte uzlaşabilir ve toplumlarının varlığını sürdürebilirler.

İnsan konuşma yetisiyle doğsa da bunu daha sonra toplumda geliştirir. Ünlü düşünür Wittgenstein, dilimin sınırları dünyanın sınırları derken dilin sınırlandırıcı yapısından da bahsetmiştir. Dil ile dış dünyayı anlamlandırırız ve bu anlamlandırma sırasında da içinde bulunduğumuz toplumun değer yargılarını ve kültürünü paylaşıp, bütünleşir, yeniden üretir ve toplumun bir üyesi olarak varlığımızı devam ettiririz.

Konuşmanın anlamını bu dört boyutuyla ele aldıktan sonra bir adım daha ilerleyip şu soruyu sorabiliriz: Peki ama insanlık tarihinde konuşma nasıl başladı? Dillerin ve konuşmanın kökeni nedir? Tüm diller tek bir dilden mi çoğaldı yoksa en başından itibaren bu denli çok dil mi vardı? Konuşma insanda en başından beri var olan bir yetenek miydi sonra mı edinildi? Bu sorular üzerinde birçok düşünce adamı kafa yormuş ve birçok açıklama getirmişlerdir. Bu açıklamaları da bazı kamplarda toplamak mümkündür. Bu konuyu ayrı bir başlık altında ele almak daha doğru olacaktır.



Sözlü iletişim ile insanın varoluşu arasında nasıl bir ilişki vardır?

KONUŞMANIN DOĞUŞU

Dilin ve konuşmanın ne olduğu ve kökeni hakkında uzun zamandır farklı görüşler ortaya atılmıştır. Hatta günümüzde dilbilimciler, psikologlar ve felsefeciler görüş birliğine varmış da değillerdir. Bu görüşleri şimdi kısaca değerlendirelim.

İlkel insanın dünyasında dile sistematik bir yaklaşım içinde olan tartışmaların olması beklenmez. Bu mitolojik öykülere baktığımızda dilin ve konuşmanın doğa üstü güç ya da güçlerce insana verilmiş ya da öğretilmiş bir özellik olduğu ile karşılaşırız.

Konuşma ve dil ile ilgili ilk sistematik görüşleri Eski Yunan felsefesinde bulmaktayız. Örneğin, Herakleitos, akıl ve söz anlamında kullandığı “logos”u tüm evrenin ve insan bilgisinin temel ilkesi olarak

değerlendirmiştir. Bu yaklaşıma göre insan dünyasında konuşma yetisi her şeyin odak noktasıdır. Evreni anlamak ve kavramak için konuşmayı kavramak gerekmektedir.

Bir başka yaklaşım Sofistlerin yaklaşımıdır. Sofistler konuya dilbilimsel ve dilbilgisel açıdan yaklaşmışlardır. Asıl üzerinde durdukları konu ise dilin günlük toplumsal ve siyasal yaşamda nasıl kullanılacağıdır. Sofistlere göre bir dil kuramının asıl işlevi konuşma ya da hitabet sanatının geliştirilmesi olmalıdır. Sofistlere göre sözler şeylerin doğasını dile getirmek ya da onları tanımlamak için değil, insanlarda duygular uyandırmak ve onları belli ve istedik yönde davranış değişikliğine yönlendirmek için kullanılmalıydı(Zıllıoğlu, 1993).

Konuşmanın ve dilin kökeni ile ilgili daha bilimsel ve sistematik yaklaşımları 19. Yy da bulmak mümkündür. Bu yaklaşımları da belli kamplarda toplayabiliriz(Taşer, 2004):

- Ünlem kuramı
- Yansıtma kuramı
- İş şarkısı kuramı
- Jest kuramı
- Toplumsal denetim kuramı

Şimdi bu kuramları sırasıyla tek tek ele alalım.

Ünlem kuramı hayvanlardaki iletişim örneklerinden yola çıkarak ilkel insanların da coşkusal tepkilerini dile getirdikleri ünlemlerle konuşmanın başlamış olabileceği görüşünü paylaşanların değerlendirdikleri bir kuramdır. İkel insanın duygularının bilinçsiz anlatımları olarak da değerlendirilebilecek bu ünlemler insan konuşmasının korku, sevinç gibi duygularını açıklamak için kullanılmaktadır. Darwin, dile gelen seslerin biyolojik gereksinmelerden kaynaklandığını ileri sürmüştür. Fakat çığlıktan boğumlanan yani telaffuz edilen bir dile geçiş arasında boşluk bulunmaktadır. Bazı düşünürler de dilin ve konuşmanın ancak ünlemden bildirişime geçildikten sonra ortaya çıktığı görüşündedirler. Bu değişimin nedeni ise halen karanlıktır. Ancak bunun dışlaştırma sürecinin yani öznel nesnele geçiş sürecinin bir sonucu olabileceği öngörülmektedir. Coşkusal, duygusal anlatımlar hayvanlarda da karşılaşılan bir özelliktir ancak insan bu ifadelerin sınırını aşmış ve yalnızca duygularını değil nesnelere, yaşantılarına ve soyut şeylere ilişkin iletişimde bulunmayı da başarmıştır.

Yansıtma kuramı insanın ilk önce doğadaki sesleri yansıtması ile konuşmanın ortaya çıktığını söylemektedir. Örneğin, çatır çatır, şıkır şıkır, gümbür gümbür gibi sözcükler doğadaki seslerin insanlarca yansıtılması sonucu ortaya çıkmış olabilir. Bu sözler temelinde dilin geliştiği düşüncesi dildeki bazı sözcükleri için doğru olsa bile dildeki, örneğin soyut nesnelere ilgili sözler için bir açıklama getirmemektedir.

İş şarkısı kuramı ise konuşmanın ortaya çıkışını ilkel insanın birlikte çalışmasına bağlamaktadırlar. Birlikte çalışan ilkel insanlar, çalışan grubun fiziksel gücünü arttırmak, onları gayrete getirmek ya da bu birlikte çalışma ortamını düzenlemek için ritmik sesler çıkartırlar işte dilin ve konuşmanın kökenini bu birlikte çalışmayı düzenleyen sesletimlere bağlayan iş şarkısı kuramı da yine dilin diğer sözcüklerini ya da boğumlamalı bir dile nasıl geçildiğini açıklamaktan uzaktır.

Jest kuramı bedensel hareketler olan jestleri coşkuların ve duyguların dile geldiği içgüdüsel hareketler olarak ele almaktadır. Jestler çocukların konuşmayı öğrenmelerinde ilk gözlenen davranışlardır. İkel kabilelerin dillerinde de yaygınlık göstermektedirler. Ayrıca modern insan da konuşmasında jestlere sık sık başvurduğuna göre konuşmanın ortaya çıkışında jestler bulunabilir. Bunun yanı sıra ilkel kabilelerin dilleri üzerine yapılan gözlemlerde jestler ile dilleri arasında açık bir yakınlık tespit edilmiştir. Fakat bu diller soyut olmaktan çok somut ve harekete dayalı dillerdir.

Düşünülere göre ilkel insanın konuşmasında görsel işaretler işitsel işaretlerden önce gelmektedir. Fakat yakın zamanlara kadar jestten işitsel işaretlere geçiş konusu karanlıkta kalmıştır. Bu konuya bir açıklama şu yöndedir: İnsanı konuşmaya yönlendiren şey elleriyle yeterince konuşamamak olamazdı bu işi vücut hareketleriyle de doğal olarak halletmesi mümkündür. Araç gereç geliştirdikten sonradır ki

sürekli bu araçları kullanmak zorunda kalmak yüzünden daha önce elle yapılan jestler yerini giderek ağzın dilin dudakların hareketlerine bırakmıştır. Bir yandan ellerini kullanırken diğer yandan uğraştığı işe dikkat çekmek için sesler çıkarmaya başlayan ilkel insanlar daha sonra ağız, dudak ve geniz boşluğundaki havayı da kullanarak seslenmeye ve konuşmayı elde etmeye başlamışlardır.

Toplumsal denetim kuramı diğer dört kuramda olmayan bir kavramı içerir. Bu kavram toplumsal denetim dürtüsüdür. Bu kurama göre konuşma ilkel insanın coşkusal duygusal deneysel yaşamı ile ilgili rastgele eyleminden ortaya çıkmıştır. Bu eylem simgesel bir biçimde diğer bireylerin davranışlarında denetim sağlamak ve kendi kişisel beklenti ve gereksinimlerini doyumak amacına yönelik olarak gelişmiştir. Bu görüş konuşmanın gelişimini anlamamızda anahtar rol oynayabilir. Düşünürler, konuşmanın ilkel insanda da çocukta da konuşmanın çevresini denetim altına almak güdüsü ile rastgele görsel ve işitsel davranışlarla başladığı görüşünde birleşmektedirler.

Bu kuramı daha iyi anlamak için çocukta konuşmanın gelişim evrelerine bakmakta da fayda vardır. Çocukta konuşmanın gelişim evrelerini şu şekilde sıralamak mümkündür(Taşer, 2004):

- Doyumsuzluk evresi
- Jest evresi
- Dil öncesi seslenme evresi
- Telaffuz edilen dil evresi

Doyumsuzluk evresinde çocuk rastgele jestler ve sesler çıkarır. Çocuk renkli, hareketli ve karmaşık bir dünyaya doğar. Hem dış dünyadan hem de vücudunun içinden bir uyarıcı bombardımanına maruz kalır. Başlangıçta çocuğun bu uyarıcılara olan tepkileri rastgeledir. Tekmeleme, dönme, kollarını sallama ya da solunum kaslarını gelişi güzel büzme gibi. Hatta bu gelişi güzel büzme gırtlaktaki belli durumlara denk gelirse birtakım sesler de çıkarabilir. Fakat bu bunlar tamamen gelişigüzel ve denetimden uzak olduğu için bunlara gelişigüzel sesler denir.

Rastgele davranışlar gittikçe amacı gereksinimleri doyumak olan tepkileri ortaya çıkarır. Bebekler fizyolojik olarak rahat etmek amacıyla çevresiyle bu biçimde bir ilişkiye geçer. Rahatını bozan, acı veren uyarıcılardan kaçınıp yiyecek, sıcaklık, rahatlık gibi uyarıcılardan yararlanma yönelimindedir. Bu evredeki konuşmaya gerçek konuşma demek mümkün değildir. Daha çok konuşmanın temellerini atacak davranışlar olarak değerlendirilebilir. Bebeğin gereksinimlerini doyumak amacıyla giriştiği bu davranışlarında çevresini değiştirme çabasında bir toplumsal denetim ögesinin bulunduğu varsayılmaktadır.

Jest evresinde de toplumsal denetim dürtüsü önem taşımaktadır. Jestler biyolojik ihtiyaçların giderilmesine yardımcı hareketler olarak ortaya çıkarlar. Hayvanlarda da jestler görmek mümkündür ama onların jestlerinde karşı tarafta bir denetim amacı gütmeyen gelişi güzel davranışlar gözlenmektedir. İnsan yavrusunda ise el kol hareketlerinin ya da yüz ifadelerinin kendisine bakan kişilerin eylemlerini etkilediğini anlayan bebek bu hareketleri ihtiyaçlarını gidermek amacıyla çevresini düzenleyerek, çevresindeki kişilerin davranışlarında değişiklikler yaratmaya yaradığını fark ettiğinde, bu jestler artık belli bir amaç doğrultusunda yapılmaya başlar. Bir kişinin istekleri başka bir kişinin tepkileri ile doyurulduğunda yani simgesel eylemleri yerine getirildiğinde ise artık konuşmanın temel ilkelerinin varlığından söz edilebilir.

Bir başka görüşe göre de dil ve jest empatik tepkilerden doğmuştur. Empati bir insanın kendi duyguları ve düşüncelerini, zihinsel eylemlerini başkasının duygu, düşünce ve zihinsel eylemlerine katmasıdır. Jest konusundaki empatik ilişki, yüz ifadelerinden, hareket, duruş öğelerinden, kas gerilimlerinden oluşur. Bunlar da bebek için dil dışı diyebileceğimiz simgelerle bir sistem sağlar.

Bebeğin jestleri daha önce bu jestleri deneyimlemiş kişilerce empati kurularak rahatça kavranır. Yaşamın ilk yıllarında canlı ve tam olan jestler ilerledikçe bir ima haline gelir, bir ipucu ögesi olarak değerlendirilir. Fakat ilksel deneyimler sebebiyle algılayan kişide anlamı uyandırmak için bu ilkel jestlerin küçük bir parçası bile yeterlidir.

Dil öncesi seslenme evresi ile jest evresi arasında yakın bir ilişki vardır. Bebek toplumsal denetim kurma amacıyla jestleri öğrenirken bir yandan da daha sonra kullanacağı dilin simgeleri için gerekli konuşma seslerini toplayıp biriktirme çabası içindedir.

Jest nasıl kasların rastgele hareketleriyle ortaya çıkıyorsa sesleme de bu biçimde ortaya çıkar. Bebek açken, rahatsızken ya da tam tersi mutluyken önceleri halini rastgele sesler ve hareketlerle ifade eder. Sonraları ise ses kodu ses şifreleri dizgesini edinmeye başlar. Jest dilinden sonra ses kodu edinme evresine konuşmanın en ilkel ve temel evresi denir.

Telaffuz edilen dil evresi çocukta dilin gelişmesinde dördüncü ve son evredir. Bebeklerin rastgele seslemeleri ünlüler dediğimiz açık seslerle başlar ve dilin, dudakların, üst damağın engellemeleriyle de sessizler yani ünsüzler üretilir. Bu dönemde toplumsal denetimden uzak adeta bir oyun biçimi dönemidir.

Bu dönemin önemi hece sesleriyle onların telaffuzu arasında döner tepkeler kurma çabasında ortaya çıkar. Bebek bir ses çıkardığında iki uyarın alır birincisi kassal hareketlerinden kaynaklı uyarı ikincisi ise çıkardığı sesi kendisinin duymasından kaynaklı işitsel bir uyarıdır. Bebek çıkardığı sesle aynı zamanda kendini uyarır. İşitsel uyarı bebeği bu sesleri çıkarmaya iten duygunun yerini alır ve böylece koşullu tepki ortaya çıkar. Doğuştan duyma özürü olan çocuklar bu dönemden mahrum kalırlar. Bu yüzden de kulak sesi tepkilerine biçim verme yeteneğinden yoksun olurlar. Duyma özürü olan bir bebek en başta diğer çocuklar gibi sesler çıkarsa da daha sonra çıkardığı sesleri duyamadığından sözcüğü oluşturan sesin ortaya çıkmasıyla bir uyarın olduğu evreye ulaşamaz. Doğuştan özürü çocuklara işitsel yol ile değil de görsel ya da dokunsal yollarla telaffuzlu konuşmayı öğretmek imkanı vardır.

İnsanda konuşmanın ortaya çıkması bahsedilen evrelerden geçerek ortaya çıkmaktadır. İlkel insanın da aynı süreçlerden geçmiş olabileceği savı ile bu evreler konuşmanın ilk nasıl doğduğu konusuna da ışık tutması açısından önemlidir.

Görüldüğü gibi dilin ve konuşmanın ortaya çıkışındaki görüşlerde tam bir uzlaşma sağlanmış değildir. Fakat fizyolojik, psikolojik, biyolojik ve en önemlisi toplumsal faktörlerin önemli olduğu açıktır. İnsanlar çalışan ve üreten çevrelerini dönüştürüp değiştiren canlılardır. Bu açıdan çalışma ve iş konuşmanın ortaya çıkışında önemli olmalıdır. Ayrıca insanlar toplum halinde yaşayan canlılar olduğuna göre konuşmanın toplum ile de doğrudan bir ilişkisi vardır.

Konuşma ve dil toplumu bir arada tutan, aidiyet duygusunu oluşturan ve o toplumun değer yargılarına, görüşlerine, bakış açılarına göre biçimlenmiş süzgeçlerle dünyayı anlamlandırmamıza da olanak tanıyan hem özgürleştirici hem de sınırlandırıcı bir sistemdir. Bu açıdan dünyayı algılamamızda ve bu yönde tepkiler geliştirmemizde de dilin ve konuşmanın toplumla olan ilişkisi son derece önemlidir. Dolayısıyla dil ve konuşma toplum ile karşılıklı varoluşsal bir ilişki içindedir.

İnsanlar artık ikinci doğa da diyebileceğimiz ve doğaya karşı insanların doğada yaptıkları herşeyi içeren kültürün de dil ile ilişkisi kaçınılmazdır. Kültür dediğimizde dil ile karşılıklı ilişkisi olan bir organik ve sürekli değişen yapıdan bahsedebiliriz. Toplumların kültürleri ve dilleri arasında da doğrudan bir ilişki vardır. Konuşma, toplum ve kültür arasındaki bu ilişkileri ayrı bir bölümde ele almak daha doğru olacaktır.



Eski Yunan felsefesinin dil ve konuşma konusuna yaklaşımları nasıldır?

KONUŞMA TOPLUM VE KÜLTÜR

Dil yalnızca duygu ve düşünceleri aktaran bir araç olarak değerlendirilemez. Aynı zamanda bireyin düşüncelerini oluşturmasının da bir aracı, rehberidir. Dil kişinin çevresi ve kendisi arasında bir yorum perdesi gibidir. Dış dünyayı bu yorum perdesi aracılığı ile değerlendirir. Böylece kişi gerçekliği belirli bir biçimde algılar ve bu aynı zamanda kişinin değişik algılama yönlerini görmesini de engelleyebilir.

Çocuk dünyaya geliğinde belli bir dil yetisi ile doğar ama kendisi bir dil yaratmaz. Hazır bir dilin içine doğar ve o dili öğrenir, değiştirir dönüştürür ve bu dil sayesinde dünyayı belli bir biçimde algılar. Dilin yalnızca insanlar arasında bildirişimden kaynaklı bir bağ kurmanın da ötesinde bireyin dünyayı

algılama, düşünme ve kavramasında yönlendirici bir rolü vardır. Sözcük dağarcığı, gramer vb öğelerle dil kavranan şeye belli bir biçim ve anlam verir.

Dış dünya tekilerden oluşmuş bir kaostur. İnsanlar dil sayesinde bir çevrelerini bir kozmos yani bir düzen şeklinde algırlar. Dilin temeli soyutlama ve sınıflandırmadır. Sözcükler nesnelere kendileri değil onları temsil eden soyutlamalardır. İnsanlar bu soyutlamayı yaparken nesnelere, olayların, kişilerin belli benzerliklerini kullanarak onları sınıflandırır. Böylece dil bir tanımlama aracı olduğu kadar sınıflandırma aracıdır da.

Bahsedilen sınıflandırmalar dış dünyayı bir düzen biçiminde algılamamızı sağlar. Bu düzen kişiden kişiye toplumdan topluma ve zamandan zamana da değişebilir. Fakat dil sayesinde sınıflandırılmış belli bir düzen şeklinde algıladığımız dış dünya aynı zamanda bir değerlendirmeye bağlı hiyerarşiyi de beraberinde getirir. Sınıflandırmalar belli değerlendirmeler taşırlar. Sözcüklerin çoğu bu değerlendirme yüzünden kültürel anlamlarla yüküdürler. Bu kültürel anlamlar bizim davranışlarımızı ve duygularımızı yönlendirirler. Sözcükler yalnızca tanımlayıcılar değildir. Aynı zamanda toplumun tüm değer yargılarını da yansıtırlar. Birey de dil içinde konuşurken toplumun bu değer yargılarına göre çevresini algılamayı ve anlamlandırmayı sürdürür.

Sözcükler ile toplum arasındaki ilişki nereden kaynak bulmaktadır? Farklı toplumların farklı sözcükleri vardır. Bu farkı ortaya çıkaran elbette o iki toplumu farklı kılan üretme, yaşama, kültür biçimleridir. Her toplum kendi düzenine göre, kendi koşullarına göre sözcükler yapıp kullanmaktadır. Sözcük dağarcığı ve dilin yapısı dille kültür arasındaki ilişkinin anlaşılmasında temel öğeler olarak anlaşılabilir. Bir dildeki belli bir sözcük dağarcığı o dile sahip olan toplumun kültür yaşamı ile doğrudan ilgilidir. Örneğin avcı toplayıcı bir toplumun dilindeki sözcükler ile bir tarım toplumunun sözcükleri birbirinden farklı olacaktır. Bu toplumlarda sözcük gelişimi sanayi toplumunun gerektirdiği kelimeleri bulamayabiliriz. Türkçe’de kar sözcüğü için yalnızca bir sözcük kullanılırken Eskimo dilinde karın özel biçim ve rengiyle ilgili 18 sözcük kullanılmaktadır(Zıllıoğlu, 1993).

Her toplumun, kendi çevresine, gereksinimlerine ve bunları gidermek için gerçekleştirdiği etkinliklere uygun bir sözcük dağarcığı vardır. Eskimoların dilinde Türkçe’ye göre kar daha fazla sözcükle ifade ediliyorsa bu onların yaşam çevrelerinin buzullar olmasından ve kar ile yaşam etkinliklerinin çok daha fazla bütünleşmiş bir kültürde yaşamalarından kaynaklanmaktadır.

Toplumlar çevrelerini nasıl anlamlandırıp değerlendiriyorsa dünya görüşleri de bu yönde oluşmaktadır. Diller arasındaki gerçek ayrım ise seslerde veya göstergelerde değil işte bu dünya görüşleri arasında olmaktadır.

Yalnızca sözcükler değil dilin yapısı da bireyin dünyayı algılayış ve değerlendirişinde etkili olmaktadır. Her insanın zihninde kendi anadilinin yapısı yerleşiktir. Örneğin Almanca’da ve Latin kökenli dillerde adların önünde dişil ve eril artikeller bulunur. Türkçe’de ise bu böyle değildir. Türkçe’de “o” kelimesi İngilizce’de eril ve dişil olarak “he” ve “she” olarak söylenir. Dünyayı kavramada dilin yapısının önemini gösteren bu biçimdeki örnekler çoğaltılabilir.

Açlık gibi, cinsellik gibi, acı gibi temel biyolojik yaşantıların ifadeleri tüm dillerde kolayca anlaşılırlar. Fakat kendi yaşantılarına, çevrelerine ve kültürlerine göre bazı toplumların dilleri daha farklı yaşantıları anlatmakta diğer topluma göre farklılık gösterebilir. Örneğin Amazonlarda yaşayan yerlilerin konuşmalarında bizim şehirliler olarak kullandığımızdan kat be kat fazla bitki ve hayvan ismi yer alacaktır. Bir başka örnek vermek gerekirse doğa ile daha uyumlu bir kültür olarak kabul edilen Japon kültüründe bizim kültürümüzdeki 4 mevsim 24 mevsime bölünmüş ve her birinin adı doğada gözlemlenen olaylara göre belirlenmiştir(Zıllıoğlu, 1993).

Dil algılarımızı, yorumlarımızı, yargılarımızı ve bilgilerimizi üretmemizde temel bir etkidir. Dış dünyayı algılamamızı ve örgütlememizi, yine dış dünya hakkında düşünmemizi ve ona anlam vermemizi sağlar. Hatta hiç varolmamış ve olmayacak şeyleri de düşünebilmemize olanak tanır. Dili ve konuşmayı yalnızca bir adlandırma ya da şeyleri temsil eden simgeleri yan yana dizme işlemi olarak göremeyiz. Dil ve konuşma anlam yaratma ve paylaşmayı sağlayan simgesel bir etkinliktir. Bu açıdan dilin ve konuşmanın insan yaşamındaki anlamının anlaşılması insanın yaşayış ve dünyayı algılayış biçiminin anlaşılmasına da olanak verecektir.

Şu da akılda tutulmalıdır ki dil değişmeyen sabit bir yapı değildir. İlk boyutuyla dil kültüre göre değişebilir. İnsanların doğayla olan etkileşim biçimleri onların üretim tarzlarını da belirler. Bu üretim tarzları doğrultusunda belli bir toplumsal yapıya kavuşurlar. Bu toplumsal yapıya göre de kültürler biçimlenir. İşte insanların doğa ile girdikleri bu etkileşim biçimlerinin değişmesi temelde kültür de değişir ve bu yönüyle dil ve sözcükler de değişecektir. Daha önce de bahsedildiği gibi doğayla girdikleri etkileşim biçimi yani üretim biçimi tarım olan bir topluluğun dilinde tarım ile ilgili kelimeler hem daha fazla olacak hem de bunların kullanım oranı daha yüksek olacaktır. Bunun yanında bu üretim biçiminin getirdiği bir yaşam tarzı olarak büyük aileler dolayısıyla aile ile ilgili kavram ve değerler de daha fazla önem taşıyor olacaktır. Örneğin, Orhun yazıtlarında 1388 sözcüğün yalnızca ikisi tarım ürünleriyle ilgilidir. Bununla beraber kullanılan sözcüklerin çoğu av araçları ve silahlara aittir. Bu da yaşam biçimi kültür ve toplum ile ilgili olarak bize bir anlayış sunmaktadır(Zıllıoğlu, 1993).

Bir başka açıdan değerlendirdiğimizde hiçbir toplum dünyada yalnız değildir. Toplamlar ve elbette kültürler de sürekli birbirleri ile bir etkileşim içindedirler. Bu etkileşim onların birbirlerinin kültürlerinden de etkilenmelerine neden olmaktadır. Komşuluk, göç ve savaşlar gibi olaylarla kültürler birbirlerinden etkilenirler. Bu yüzden bir dili en saf haliyle tanımak ve belirlemek hiç kolay değildir.

Günümüzde ise yalnızca göçler, savaşlar, komşuluk gibi olayların dışında kitle iletişim araçları da dillerin kültürün, konuşma biçiminin değişmesinde önemli bir etken olarak değerlendirilmektedir. İnsanların kitle toplumu içinde atomik bir yaşam sürdükleri göz önüne alındığında televizyon gibi kitle iletişim araçlarına maruz kalma süreleri neredeyse birbirlerinin konuşmalarına maruz kalma sürelerinden daha fazla bir zaman almaktadır. Burada kullanılan dil ve sözcükler, konuşma biçimleri halk içinde ve özellikle gençler arasında popüler hale gelebilmekte ve dil ve konuşma bu yönde farklılaşmakta değişmektedir.

Teknolojinin gelişmesi de dil ve sözcüklerin değişmesine neden olmaktadır. Ortaya çıkan yeni teknolojiler yeni kelimeler gerektirdikleri gibi, eski kelimelerin anlamlarını da farklılaştırmaktadırlar. Telgrafın bulunuşundan önce yaşamış bir bireyin özgürlük anlayışı ile cep telefonundan internete giren bir neslin bireyinin özgürlük anlayışı birbirinden elbette farklı olacaktır. Bunun yanında teknolojinin getirdiği yeni eylemlerin adlandırılması da bir başka konudur. Kopyalamak ve yapıştırmak sanırım bilgisayara aşına olmayan insanlara çok farklı şeyler ifade etmektedir.

Küreselleşmenin etkilerini her alanda gözlemleyebildiğimiz gibi, dil ve konuşma alanında da bu etkileri rahatlıkla gözlemleyebiliriz. Kültürler dünya tarihinde hiç görülmemiş bir hız ve yakınlıkla birbirleriyle karşılaşmamışlardır denebilir. Yeni iletişim teknolojileri, kitle iletişimi ve küreselleşme ile bir yandan tüm kültürler birbirlerinden daha fazla haberdar olmakta ve etkileşime geçmekte bir yandan da hakim kültüre daha fazla maruz kalmaktadırlar. İşte dil, söz ve konuşma konusundaki değişimin bir başka boyutu da küreselleşme ve yeni iletişim teknolojilerinin de hız verdiği bu etkileşimdir. Hem politik, hem ekonomik hem de kültürel olarak hakim ve ana akım kültüre çok fazla maruz kalan toplumlar bunlardan etkilenmekte kültürleri ve dilleri hatta konuşma ve dolayısıyla düşünme biçimleri de bu yönde dönüşümler sergilemektedir.

Yukarıda bahsedilen durumun olumsuz etkilerinden kurtulmak için kimi toplumlar yasakçı bir anlayışı benimsemektedirler. Bu yasakçı anlayış ile küresel dünyadaki iletişimden uzak tutulmak bir çözüm gibi görünmemektedir. Dil ve kültür bir toplumun benliğinin önemli parçaları olduğu için onu zenginleştirmek yasaklarla değil ancak onu şiirle, edebiyatla ve daha çok ve daha güzel konuşarak mümkün olabilir.



Dilin ve konuşmanın dünyayı algılamada nasıl bir etkisi vardır?

İYİ BİR KONUŞMACININ SAHİP OLMASI GEREKEN ÖZELLİKLER

Retorik ya da hitabet sanatı içerisinde iletişim mesajlarını düzenlediğimiz birer strateji olarak da kullanılan etos, patos ve logos kavramlarını, iyi bir konuşmacının sahip olması gereken özellikler olarak değerlendirerek başlayıp daha sonra konuşmacının sahip olması gereken nitelikleri ele almak konuyu daha anlaşılır kılacaktır.

Etos, iyi bir konuşmacının sahip olması gereken bir özellik olarak, konuşmacının söyledikleri ile yaptıklarının, içiyle dışının ya da kişiliğinin çelişmemesi demektir. Konuşmacının kişiliği, iyi bir konuşmacının sahip olması gereken niteliklerde de göreceğimiz gibi önemli bir konudur. Kişilik, dinleyicileri etkileyen önemli noktalardan biridir. Söylemek tek bir bireyin yaptığı bir eylemken, konuşmak işdeş bir fiil olarak birlikte yapılan bir eylemdir. Dolayısıyla bir konuşmada dinleyicileri göz ardı etmek doğru olmaz. Dinleyicilerin bu kişiliği algılamaları için de elbette doğru sergilenmesi gerekir.

Fakat isterseniz bu içi dışı bir olmak konusunu kişilik kavramı ile başlatalım. Öyle ya kişinin dış görünüşü ile içini, kişiliğini karşılaştırmak için önce varolan bir kişilikten bahsetmek gerekir. Kişilik kişiye doğuştan bazı eğilimler verilmiş olsa da hazır bulunan bir şey olarak değerlendirilemez. Kişinin kişiliğini kazanması gerekir. Yolun sonunda edinilecek bir ödül olarak düşünürsek, ödül biz yoldayken oluşur diyebiliriz. Yani yola adım atmazsak ortada ödül falan da olmayacaktır. Bu yola çıkmaya kişiliğin oluşmasının başlangıcına sorgulama diyelim.

Sorgulamaya başlamadan sorgulamanın sonunda bulacağımız bir otantik kişilik de olmayacaktır. Öyleyse kişinin kendi durumundan memnun halinden sıyrılıp kendi kendisini eleştirebilir, sorgulayabilir olması birincil önem taşımaktadır. Bu sorgulamaya başlamayan bireyler kültür endüstrisinin onlara sunduğu hazır kimlik ve kişilikleri tercih edebilir, satın alarak elde edeceklerini düşünebilirler. Fakat bu durumda o kişilikler asla otantik yani kendine has olmayacaktır. Aynı üzerinizdeki gömlek gibi binlerce aynısının içinde bir başka aynı olacaklardır.

Patos, duygularla ilgilidir. Dinleyicilerin duygularını anlayabilme ve yönlendirebilme yetisi olarak düşünülebilir. Patos sahibi bir konuşmacının iletişimin ilk öğelerinden olan referans çerçevesi kavramına oldukça aşina olması gerekir. Dış dünya bir kaostur ve bu kaosu biz bir kozmoz yani bir düzen olarak algılarız. Bunu bilgisayar masaüstünüzde birçok müzik, yazı, resim dosyasının karmakarışık durduğu bir durum olarak algılayabilirsiniz. Daha sonra birer klasör açarak bu dosyaları klasörlere yerleştirerek sınıflandırırsanız artık daha düzenli bir masaüstünüz olur. İşte insanlar da dış dünyadaki kaosu algımlarken anlamlandırıp sınıflandırarak bir düzen biçiminde algırlarlar. O onların dünyası olur.

Bu dünyada farklı referans çerçeveleri dolayısıyla farklı sınıflandırma ve algılama biçimleri yani farklı dünyalar olduğunun bilincinde olmak konuşmacının konuşmasını düzenlerken dinleyicilerinin dış dünyayı ve dış dünyanın bir parçası olarak kendisini ve konuşmasını nasıl değerlendireceğini tahmin etmesinin yani empati kurmasının birinci aşaması olacaktır.

Köylerde bir tavuğun hasta olduğunu vurgulamak için bu tavuk çok düşünüyor denir. Bu durumdan habersiz biri için köylülerin tavuğu nasıl değerlendirdiğini anlamak mümkün olmayacaktır. Unutmayalım ki iletişim referans çerçevelerinin kesiştiği noktada ortaya çıkar. Referans çerçevesinin daha fazla insanla kesişmesi için öncelikle açık fikirli olmamız gerekir. Farklılıkları kabul etmeli ve buna göre mesajlarımızı düzenlemeliyiz. Karşımızdakilerin konuşmamızdan bizim kast ettiklerimizi anlayıp anlamadığını sürekli değerlendirmeliyiz. Onların konuşmamızdan nasıl etkilendiklerini de gözlemlemeliyiz. Peşin hükümlü olmadan ve dinleyenlerin anlamadıkları iddiasında bulunmadan önce kendimize neden anlatamadım sorusunu sormayı ihmal etmemeliyiz.

Konuşma sırasında dinleyicilerin duygu ve coşkularını anlamak ve yönlendirebilmek için elbette ilk nokta anlamaktır. Anlamakta da onların referans çerçevelerini yani dünyayı nasıl algıladıklarını tahmin etmek çok önemlidir. Böylece konuşmanın işdeş bir fiil olması yani birlikte yapılan bir eylem olmasının hakkını verebiliriz. Daha fazla insanla referans çerçevelerimizi kesiştirebilmek için iyi bir gözlemci olmalıyız. İnsanlar farklı yerlerden, farklı yaşam biçimlerinden, farklı eğitim düzeylerinden, farklı yaşantılardan gelirler. Her birini deneyimleyerek anlamamız da mümkün değildir. Bunun yerine bu deneyimleri çok yetkin biçimde anlatan sanat eserleri bizlere daha fazla yardımcı olabilir. Bir fotoğraf, bir roman, bir film, bir şiir bize o deneyimi ve tabii ki o deneyime sahip birinin nasıl düşüneceğini dünyayı nasıl algılayacağını anlatabilir.

Logos sahibi bir konuşmacı bilgilidir. Konuştuğu konu hakkında bilgi sahibidir. Fakat burada bilgi diye kast ettiğimiz nedir? Bunun üzerinde biraz durmak gerekir. Bilgi hiyerarşik düzeylerden oluşur. Konuşmacı bu düzeyler arasında belli bir seviyede olmalıdır ki konusuna hakim olsun. Bilgi hiyerarşisindeki bu düzeyleri şöyle sıralayabiliriz:

- Veri (data)
- Malumat, enformasyon(information)
- Bilgi (knowledge)
- Anlayış, kavrayış (understanding)
- Bilgelik (wisdom)

Şimdi bilgi hiyerarşisindeki bu düzeyleri tek tek açarak ele alabiliriz. Veri, işlenmemiştir. Diyelim ki kan testlerinin sayımları gibi. Hamdır üzerinde bir işlem yapılmamıştır. Malumat ya da enformasyon bu ham veri üzerinde işlem yapıldıktan sonra elde ettiğimiz şeydir. Örneğin kan testlerinde alt asd değerimizin 100 bulunmuş olması gibi. Bir işlem yapılmıştır ama hala bir şey eksiktir. Anlam. Bu bilgi diğer bilgilerle bir etkileşim içine sokulmamıştır. Alt veya Asd değerlerinin karaciğer ile ilgili değerler olduğunu bile bilmeyen ve bu değer skalası konusunda da fikri olmayan bir birey için bu bir malumattır ama bir anlamı yoktur. Bir diğer deyişle işe koşulabilir bir halde değildir. Evet değer 100'dür bunu biliriz ama bu iyi midir, kötü müdür, az mıdır, çok mudur?

Enformasyona anlam verildiğinde ve işe koşulabilir hale getirildiğinde bilgi halini alır. Yani normal seviyenin 14 ya da 15 olduğu ifade edilirse artık karaciğer değerlerimizin yüksek olduğunu biliriz ve bu yönde de bir çaba gösterebiliriz.

Bir sonraki düzey olan anlayış, kavrayış düzeyi soyutlama ile ilgilidir. Bu bilgileri soyutlayarak bir anlayışa varırız. Örneğin, bir öğretim ortamındaki kız öğrencileri saydık 10 sayısına ulaştık burada elimizde bir veri vardır. Bu sayının erkek öğrencilerin sayısının yarısı olduğunu bilirsek bu da bize enformasyonu verir. Kadın, erkek eşitliğini göz önünde bulundurarak bu durumda birşeyler yapmak gerektiğini düşündüğümüzde artık o konuda bir bilgi sahibiyizdir.

Bu ölçümümüzü birçok yerde yaparak, kızların okula daha az gönderildiği anlayışına kavuşabiliriz. Son düzeyde ise bu bilgi düzeylerinden prensiplere ulaşırız. Bu prensipler ise döngüsel bir biçimde bizim verileri bilgi haline getirmemizde bize yardımcı olacaklardır. İşte iyi bir konuşmacı bu düzeyler içerisinde en az bilgi düzeyinde logos sahibi olmalıdır. Böylece hem dinleyicilerine güven verir hem de etkili ve doğru bir konuşma sunabilir.

Şimdi de, iyi bir konuşmacının sahip olması gereken nitelikleri değerlendirelim. İyi bir konuşmacı yukarıda daha genel olarak bahsedilen özelliklerin dışında, bazı niteliklere de sahip olması beklenen biridir. Unutulmamalıdır ki bunlar yetenek ile bazıları karşılaşırsa da öğrenilebilir ve geliştirilebilir niteliklerdir. Bu nitelikleri sıralayarak açıklayalım(Taşer, 2004):

İyi bir konuşmacı gözlem gücünü geliştirmiştir: İyi bir konuşmacı dış dünyaya açıktır. Duyuları ve algısı açık bir biçimde yaşamı gözlemler. İlginç kişileri, yazıları, fotoğrafları, resimleri, durumları kaçırmaz. Tüm duyularıyla iyi bir dinleyicidir. Tüm yaşamı çok iyi dinler. Şu insan nasıl yemek yemektedir? Nereden gelmiş olabilir? Şivesi nasıldır? En çok hangi diziler seyredilmektedir televizyonda? Gündemde hangi haber vardır? Daha diğer insanların paylaştıkları birçok bilgiye aşinadır. Böylece dinleyicilerinin ilgisini çekecek örnekleri bulabilir ya da onlarla empati kurabilir. En azından onlara tanıdık gelecek yaşantıları konuşmasında kullanarak ilgilerini çekebilir. Demek ki, iyi bir konuşmacı tüm yaşamı gözlemleyen ve daha önemlisi de anlayan iyi bir gözlemcidir. Her zaman görmek ya da dinlemek anlamak anlamına gelmez. Bakmanın görmek anlamına gelmediği gibi. Bu sebeple bu gözlem gücüne bir de anlayış kabiliyetini de katmak gerekir.

*İyi bir konuşmacı, seçtiği konuşma alanlarında geniş bir bilgi birikiminin desteğinden yararlanır:*Yukarıda değerlendirdiğimiz kavramlardan logos sahibi olmalıdır iyi bir konuşmacı. Bir konuşma hazırlarken yalnızca coşkusal, duygusal tepkilerimizi aktarmak insanlarda fazla bir etki bırakmayacağı gibi güvenilir bir izlenim de yaratmayacaktır. Konuşma konusu hakkında bilgi toplayacağımız kaynaklar yeni iletişim ve bilgi teknolojilerinin bu denli geliştiği bir dünyada daha da kolaylaşmıştır. Gazeteler, dergiler, televizyon, kütüphaneler ve internet bize bu bilgileri sağlayabilir. Elbette buralarda doğru bilgilere ulaşmak hem bir etik hem de deneyim sorunudur. Örneğin konunuzla ilgili istatistik bilgilere internette ulaşabilirsiniz ya da bu konuyla ilgili gazetelerde çıkmış makaleleri tarayabilirsiniz, konunuz üzerine yazılmış kitapları edinebilirsiniz. Bu edindiğiniz kaynaklardan da yukarıda bahsedilen bilgi düzeylerinden en az bilgi (knowledge) düzeyine ulaşmaya çalışabilirsiniz.

İyi bir konuşmacı, amacına uygun yönde ve mantıklı bir akış içinde düşünme yeteneğini geliştirmiştir: Yeterli bilgi birikimine sahip olmak da her zaman tamamlanmış bir süreci işaret etmez. Bu bilgileri düzgün biçimde aktarmadığınız sürece anlattıklarınız karşı tarafın anladıkları hatta anlayamadıkları ile sınırlı kalır. Elbette aktarmadan önce kendi zihninizde düşüncelerinizi belli bir sıraya ve hiyerarşiye sokmalı, anlaşılır ve tutarlı bir yapı haline getirmelisiniz. Karmaşık bir hal, dinleyicilerin de anlatılmak isteneni anlayamamasına kafalarında düzenli bir biçimde yeniden oluşturamamasına neden olur. Bu açıdan iyi bir konuşmacı anlatacağı konudaki düşüncelerini belli bir mantık çerçevesi içerisinde iyi örgütlemeli tutarlı bir bütün haline getirerek sunmalıdır.

İyi bir konuşmacı kendi yeteneklerini değerlendirmeyi, sınırlarını saptamayı bilir: Burada daha genel olarak bahsedilen patos konusuna da bir gönderme yapabiliriz. İyi bir konuşmacı kendisinin bilincindedir. Dinleyicilerin ve hatta dünyadaki diğer insanların kendisinden farklı, yaşam, eğitim ve yaşantılardan geldiğinin farkındadır. Bu açıdan kendi önyargılarının, inançlarının ve bakışının da konuşmasını etkileyeceğinin bilincindedir. Diğer insanları yok saymamak için konuşmasında kesin yargılardan, katı kalıplardan kaçınarak, “bence”, “bana öyle geliyor ki”, “benim düşünceme göre” gibi anlatımlara daha fazla başvurur. Böylece dinleyicilerini de kendi görüşleri doğrultusunda baskı altına almamış olumsuz bir etki yaratmamış da olur.

İyi bir konuşmacı dinleyicisini yakından tanır: Daha önce de sık sık vurguladığımız gibi konuşma ile söyleme aynı şey değildir. Söylemekte bir tek yanlılık vardır ama konuşmak işdeş bir eylemdir. O takdirde ancak iki tarafın varlığı ile mümkündür yani konuşmacı konuşması için dinleyicilerin varoluşsal bir önemi olduğunun farkında olmalıdır. Dinleyiciler orada yokmuş gibi, kendin kendine konuşmuş gibi davranan bir konuşmacı elbette itici olacaktır. Bir başka açıdan da dinleyicilerin varlığını tanımanın ötesinde konuşmacı dinleyicilerini iyi tanımalıdır. Konuşma yapacağı topluluk hakkında, eğitim düzeyleri, yaşantıları, sosyal statüleri, beklentileri gibi konularda mümkün olduğunca bilgi toplamalı ve konuşmasını da bu yönde referans çerçevesini dinleyicileriyle kesiştirecek biçimde düzenlemelidir.

İyi bir konuşmacı, iletişimde ve konuşmada kişiliğin önemini göz önünde bulundurur: Kişilik ile konuşma arasındaki ilişki etos konusunda derinlemesine ayrıca gözlemlenebilir. Kişiliğin dinleyicileri etkilemede büyük önemi vardır. Elbette herşeyden önce bir kişiliğinin olması beklenir. Bu kişiliğin ise hazır yapım bir kişilik olmak yerine kendiliğinden, doğal ve kendine has olması konuşmacıyı diğer benzerlerinden farklı yapacaktır. Kişilik edinmek mağazadan gidip satın almak kadar kolay değildir elbette. Bunun için bahsedildiği gibi sıkı bir sorgulama süreci ve arayış süreci gerekir. Bu arayış sürecinde kişinin karşılaştığı durumlara verdiği tepkiler de yavaş yavaş onun kişiliğini oluşturacaktır. Kahramana dayalı filmlerin birer yolculuk hikayesi de olduğundan bahsedilir. Bu kahramanın kendi gerçek kişiliğini bulma yolculuğudur. Her karşılaştığı olay sanki onun kişiliğinin içinde bulunduğu yumurtanın kabuğunu çatlatan birer darbedir. Sonuçta yumurta kırılır ve kahramanın gerçek kişiliği ortaya çıkar. İyi bir konuşmacı yaşantısındaki her olayı da, bu olaylara verdiği tepkileri de işte kişiliğinin ortaya çıkması için bir fırsat olarak düşünebilir.

İyi bir konuşmacı, konuşma eylemini oluşturan fiziksel öğelerin önemini bilir: Konuşmanın öncelikle duyulması gerekir. Ses aygıtımızın özelliklerine sözsüz iletişim bölümünde değineceğiz. Fakat şu bilinmelidir ki, yalnızca değerli fikirlere sahip olmak pek bir şey ifade etmez. Onları aktarabilmek, paylaşabilmek de önemlidir. Yalnızca sözel içerik etkili bir konuşmayı beraberinde getirmez. Ne söylendiğinin anlamı nasıl söylendiği ile de doğrudan ilişkilidir. Ses yüksekliği, tonu, frekansı, jestler, bakış, duruş, yüz ifadesi gibi anlamın oluşmasına katkıda bulunan diğer iletişim öğelerine de vakıf olan konuşmacı mutlaka daha iyi bir konuşma sergileyecektir. Anlam, fırtınalı bir denizde fındık kabuğu gibi salınan bir sandala benzer, bu sandalı sözsüz öğelerle belli bir yere demirleyebiliriz. Böylece yanlış anlamaların da önüne geçmiş ve aktarmak istediğimizin en fazlasını aktarma fırsatı da bulmuş oluruz.

İyi bir konuşmacı kendi kendisinin titiz bir eleştiricisidir: İyi bir konuşmacının konuşmasını kendisinin de dinlemesi gerekmektedir. Kendi konuşmasını tüm öğeleriyle ve önyargısız bir biçimde eleştirebilmelidir ki yanlışlarını hatalarını görebilsin. Eleştiri bize doğruya yaklaşmamız için bir fırsat olarak değerlendirilmelidir. Bu hem konuşmacının kendisinden hem de dinleyicilerinden gelebilir. Dinleyicilerden gelen eleştirileri yalnızca sözle ifade ettikleri eleştiriler olarak algılamak doğru olmaz. Sözsüz kodlarla, yüz ifadeleriyle, bakışlarıyla da sizin konuşmanızın nasıl sürmekte olduğu konusunda

dinleyiciler eğitilmiş bir göz için bir çok ipucu sunarlar. Konuşmacı kendisini eleştirebilmelidir. Bunun için kendisini gözlemleyebilmelidir. Kendi konuşmasını videoya çekirmek ya da en azından ses kaydı almak iyi bir başlangıç sayılabilir. Böyle bir kayıta kendimizi seyrettiğimizde algıladığımız ben ile orada görünen arasında bazı farklar olduğunun da ayırırına varabiliriz. Böylece kendimizi eleştirebilir ve bu eleştiriyiyle daha iyi bir konuşmacı olmaya bir adım daha yaklaşabiliriz.

İyi bir konuşmacı ahlaksal sorumluluğu bulunduğunu hatırlıdan çıkarmaz: Konuşmacı konuşmada hünerli iyi bir insan olmalıdır. Ahlaklıtan yoksun bir konuşmacı hayatın tüm alanlarında olduğu gibi bu alanda da başarısız olacaktır. Konuşma eğitiminin amacı iyi bir demagog yetiştirmek değildir. Kişilerin sorunlarını anlamak, çözümler önermek ve paylaşmak eğiliminde olmalıdır. Kişilik sahibi olmak, kendi kendini sorgulamak ve eleştirel olmak bunun için vazgeçilmezdir. İnsan yaşamının tüm alanlarında aynı önemde geçerli olan dürüstlük, doğruluk, vb. değerler konuşmacı için de vazgeçilmezdir. Böylece hem kendisine saygısını muhafaza edebilir hem de dinleyicilerinin güvenini ve saygısını kazanabilir(Taşer, 2004).



İyi bir konuşmacının logos sahibi olması ne ifade eder?

İYİ BİR KONUŞMANIN STRATEJİSİ

Bir konu belirleyip, bunun üstüne beyin fırtınası yaparak anahtar noktalarımızı da belirledikten sonra bu yönde bilgiler de toplamışsanız artık konuşacak birşeyleriniz de var demektir. Konuşmanızı öncelikle yazmak hem fikirlerinizi belli bir düzen içinde görmenize hem de bir ön kontrol sürecine olanak tanır. Konuşmamızı nasıl en etkili hale getireceğimizi belirleyeceğimiz sürece gelmiş oluruz.

Fikirlerimizi sadece aklınıza geldikleri gibi rastgele ardarda sıralayıp bir konudan diğerine atlayarak tartışabilir ya da konuşabilirsiniz ama bu durum dinleyicilerinizde yalnızca kafa karışıklığı ve gerilime neden olacaktır. Bu yüzden konuşmayı önceden yazmak ve bilgilerimizi, anlatmak istediklerimizi düzenli bir sıraya koyarak açık hale getirmek dinleyicilerin de bunu anlamlandırmasını kolaylaştıracaktır. Bu sebeple önce elimizdeki bilgileri nasıl bir düzen içinde, ne tarzda sunacağımıza karar vermemiz için gerekli zamanı da ayırmak gerekir.

Düşüncelerinizi açıklıkla sunmaktan öte dinleyicilerinizin üzerinde bir etki yaratmak ya da onlara ilham vermek, onları harekete geçirmek, ikna etmek, kalıcı biçimde bilgiler aktarmak da istiyor olabilirsiniz. İşte böylesine etkili bir konuşma için stratejik açıdan konuşmanızı düşünmeniz gerekir.

Bir konuşmayı planlamak savaşa gitmeden önce komutanların strateji kurmalarına benzetilebilir. Onlar da durumu çok iyi analiz ederek zaferi garantileyecek kaynakları en etkili biçimde nasıl kullanacaklarının planını yaparlar. Ya da bir avukatı ele alalım. Müvekkilini savunmak için bir hazırlık yapar. Bilgiler, deliller toplar. Sonra da görgü tanıklarını, delilleri en etkili olacak biçimde hangi sırayla jüriye sunacağına karar verir. Siz de konuşmanızı buna benzer şekilde zihninizde belli bir stratejik bakış açısına göre hazırlamalısınız. Aşağıda üç parçalı bir yapı önerdik. Bu yapı fikirlerinizi açık bir biçimde belli bir düzen içinde sunarken yararlanabileceğiniz bir plan. Böylece dinleyicilerinize anlatmak istediklerinizi örgütlü bir biçimde aktarabileceksiniz. Dinleyicilerinizse, hem sizin ana temasını hem de dikkat çekmek istediğiniz noktaları ve tartışmaları dikkatle ve açık bir şekilde algılayabilecekler.

Bu basit üç parçalı yapı, açılış, ana metin ve kapanıştan oluşmaktadır.

Açılış, izleyicinizin dikkatini ilk anda yakalamanıza da olanak tanıyan çengeli de içerecek biçimde, anafikir ya da temasının girişinin yapıldığı ve konuşmanın geri kalanında neleri tartışacağınızın bir önsesimini de içerir.

Ana metin, birçok fikrinizin ve anahtar noktalarınızın tartışıldığı, belli bir düzen içinde sunulduğu, konunun anlamını oluşturduğunuz ve stratejik ve etkili biçimde sunduğunuz bölümdür.

Kapanış, anlattıklarınızın, anahtar noktalarınızın ve fikirlerinizin kısa bir gözden geçirmesini de içeren ve sonuç fikrini de kapsayan bölümdür.

Şimdi yapının bu bileşenlerini ayrıntılarıyla ele alabiliriz(Frank, 2000).

Açılış

Film izleyicilerinin bir filmi izlerken ilk 5 dakikada oluşan izlenimlerinin, sonraki ruh hallerini, film beğenilerini ve dikkat düzeylerini doğrudan etkilediği söylenmiştir. Konuşma da bundan çok farklı değildir. Dinleyicilerinizin ilk izlenimi konuşmanızın devamındaki dikkat düzeyleri ve hissedecekleri için son derece önemlidir. O yüzden konuşmanın açılışı, hazırlanırken belki de en çok zaman harcamanız gereken bölümdür.

İlk izlenimlerin genellikle gerçeği yansıtmadığı gibi bir düşünce de yaygındır. Fakat bu, kişiler arası yüz yüze, bire bir iletişim için doğru olabilir. Çünkü konuşan kişi hakkında yargınızı geliştirmek için daha birçok karşılaşma ve iletişime geçme şansınız olabilir. Fakat dinleyicileriniz için konuşmanızın ilk beş dakikası hakkınızda ve konuşmanızın hakkında edinecekleri ilk izlenim için ilk ve belki de son şanstır. Bu yüzden konuşmanızın ilk beş dakikası da yaşamsal önem taşımaktadır.

Açılışa bu kadar önem atfetmek konuşmayı hazırlayacak olanların omuzlarına çok fazla stres yükleyebilir. Diğer bölümlerden çok daha fazla zaman harcamak zorunda kalabilirler ama bu olmalıdır. Çünkü açılış o derecede önemlidir.

Tüm konuşmada olduğu gibi etkili bir açılışın da bazı bölümleri vardır: Çengel, Ana fikir ya da tema ve önselim. Tüm bu öğeleri düzgün biçimde sıralayarak dinleyicilerinizin başlangıçtan itibaren dikkatlerini çekebilme, olumlu bir ilk izlenim oluşturmaya ve konuşmanızın ana fikrine onları götürecek bir mantık yolu yaratmaya bir adım daha yaklaşmış olursunuz.

Çengel ve Ana Fikir

Dinleyicilerinizin ilgisini çekebilme için konuşmanıza bir çengel ile başlamanız gerekir. Çengel burada izleyicilerinizin dikkatini çekmenize yardımcı olan ve onları konuşmanızın ana fikrine doğru yönlendiren bir şeydir. Çengel, güçlü ve izleyici üzerinde dramatik bir etkisi olan, onların hayal güçlerini harekete geçiren, düşünmeye sevk eden hatta onları şaşırtan bir şey olmalıdır. En önemlisi de tüm dinleyicilerin ilgilerini sizde toplamalarını ve söyleyeceğiniz her sözü merakla beklemelerini sağlamalıdır.

Açılışın tek amacı elbette bu değildir. Açılıştaki aynı zamanda konuşmanızın ana fikri, ya da daha sonra anlatacağınız hakkında da bir giriş yapmanız gerekir. Böylece dinleyicileriniz konuşmanızın ne üstüne olacağı ve nasıl bir harita yolu izleyeceğiniz konusunda da bilgi sahibi olmuş olurlar. Ana fikri biliyor olmaları dinlerlerken size konsantre olmalarını ve anlatırken kullandığımız birçok düşünce, örnek ve önermenin daha büyük bir fikre bağlanacağını da bilmelerini sağlar.

Yani çengel yalnızca dinleyicilerin dikkatini çekmekle kalmamalı onları ana fikre, konuşmanın geri kalanına doğru yönlendirmelidir. Çok dikkat çekici bir çengel ile konuşmanızı başlatabilirsiniz ama eğer ana konuyla ilgisini kurmazsanız bu havada kalan hatta rahatsız edici bir örnekten öteye gitmeyecektir. Böylesi bir durumda yaptığınız şey bir çengelden çok bir çekice benzer. İzleyiciyi şaşırtır sersemletir fakat onu hiçbir yere yönlendirmez.

Birer örnekle iyi ve kötü çengelleri değerlendirelim:

“Bugünkü gazetede bir habere göre önümüzdeki on yıl içerisinde bu bölgede bir deprem olması beklenmektedir. Eğer bugün olursa hepimiz büyük bir ihtimalle ölürüz. Umudum odur ki bu benim harcamaları nasıl azaltır ve karlarımızı nasıl artırırız konusundaki bu konuşmam sırasında olmaz.”

Bu örnek bir çengelden çok bir çekice örneğidir. Gerçekten de etkileyici ve sarsıcı bir açılıştır ama ana konu ile ilgisi kurulmamıştır ve dinleyicilerde gerginlik yaratmaktan başka bir işe de yaramayacaktır. Şimdi de aynı örneği, çengelin anafikre bağlayıcı görevini doğru yerine getirdiği bir başka metinde görelim:

“On yıl içerisinde büyük bir deprem olması bekleniyor. Bu, bugünkü gazetenin başlığıydı ve eğer siz de benim gibiyse büyük ihtimalle başlığı görür görmez panik olurdunuz. Neyse ki eşyaları toplamadım ve evi satma kararı almadan önce gazetede makalenin devamını da okudum. Orada, bu sonuca ulaşan araştırmanın hala bilim adamlarınca tartışıldığını, depremin burada olmasının onda üç gibi bir şans olduğunu ve dahası olması muhtemel depremin ancak küçük boyutta hasarlar yaratabileceği ve bu

hasarların da önceden alınabilecek önlemlerle önlenebileceğini yazdığımı okudum. Bu başlığa olan ilk tepkim bana kötü olaylara karşı, önce soğukkanlılıkla düşünüp, durumu iyi analiz edip olayla yüzleşmek yerine, duygusal tepkiler verme eğiliminde olduğumuzu hatırlattı. Herhangi bir kötü durumda panik olmamalı ve durumu iyi analiz edip olayla yüzleşmeye hazır olmalıyız. İlk çeyrekteki kayıplarımıza karşı benimsememiz gereken tutum da budur ve bugünkü konuşmamda size bundan bahsetmek istiyorum.”

İşte bu örnekte aynı açılış çengeli daha etkili kullanılmış ve konuşmanın sonraki bölümüne de doğru bir biçimde bağlanmıştır.

Çengel Çeşitleri

Aşağıda birçok açılış önerisi sıraladık. Hangi çengeli kullanacağınız sizin seçiminize kalmıştır ama kullanırken dinleyicilerin ilgisini çektiğinden ve dinleyicileri konuşmanızın sonraki bölümündeki ana fikre yönlendirdiğinden emin olun.

Bir hikaye, anekdot ya da kişisel deneyiminizi paylaşın

Çocukluğunuzu hatırlayın. Yatmadan önce dinlediğiniz yada dedenizin, anneannenizin size anlattığı hikayeleri düşünün. İyi anlatılmış hikayelerin hayal gücünüzü nasıl ele geçirdiğini, nasıl canlandırdığını, ne kadar hoşunuza gittiğini ve daha fazlasını dinleme isteğinizi kamçılıdığını hatırlıyor musunuz?

Yetişkin olduklarında da insanlar hikaye dinlemekten hoşlanırlar. Canlı imgeleriyle bir hikaye dikkatimizi cezbeder ve anlatıcıdan daha fazlasını anlatmamızı istememize neden olur. Bu da tam dinleyicilerinizde bir konuşmanın açılışında oluşmasını beklediğimiz tepkilerdir. Bu yüzden bir hikaye ya da anekdot ile giriş yapmak son derece etkili bir çengeldir.

Anlatabileceğiniz birçok hikaye bulabilirsiniz ya da sizin ya da bir başkasının başından geçmiş ilginç bir deneyimi kullanabilirsiniz. Ya da bir yerlerde kulağınıza çalınmış ilginç bir anekdotla da başlayabilirsiniz. Popüler bir filmin ya da bir kitabın ya da bir oyunun bir sahnesini tasvir ederek de başlayabilirsiniz. Ya da duruma uygun bir hikayeyi kendiniz de uydurabilirsiniz.

Anahtar nokta çengelinizi konuşmanızın geri kalanına ve tabii ki ana fikrinizi açık bir şekilde bağlamaktır. Bunun için seçeceğiniz hikayenin ya da anekdotun ya da sahnenin konuşmanız için çok önemli bir fikri ya da prensibi ifade ettiğinden emin olun. Bu konuşmanızın geri kalanı ile çengel arasındaki açık bağlantı konusunda size garanti olacaktır. Bağlantıyı daha açık hale getirmek için de hikayenizin ya da anekdotu veya sahneye, bu bize göstermektedir ki..., bu deneyim bana şunu öğretti... gibi bağlayıcı cümlelerle devam edebilirsiniz.

Ayrıca seçtiğiniz hikayenin ilginç bir hikaye olmasına ve elbette ki iyi anlatabildiğinize emin olmalısınız. Bir hikayeye başlamanın avantajı çok canlı detaylar kullanabilmenize olanak tanınmasıdır. Canlı tanımlamalar kullanılmalı, belki hikayedeki insanları karakterize etmeli, biraz tiyatro yeteneğinize güvenmelisiniz. Böyle yaparak, dili iyi kullanarak dinleyicilerinizin de iyi bir konuşmacı, anlatıcı olduğunuz izlenimini kazanmasına neden olabilirsiniz. Böylece konuşmanın geri kalanında da iyi bir konuşma dinleyeceklerini düşünmelerini sağlayabilirsiniz.

Güncel bir şeye referans göstererek başlayın

Dinleyicilerinizin dikkatini çekmenin bir başka yolu da güncel bir olay ya da konuya referans göstermektir. Konuşma sırasında olmakta olan, konuşmadan önce olmuş olan ya da daha yakın zamanda olacak olan olaylara referans göstermek dinleyicilerinizin de ilgili olduğu bir konuyu konuşmanıza taşımanız ve onlarla daha başta ortak birşeyler paylaşıyor olmanızı sağlayacaktır.

Kullanabileceğiniz referanslara aşağıda birkaç örnek verilmiştir.

- Haber hikayeleri: Güncel gazeteleri ve dergileri tarayın. Konuşmanızla ilgili olabilecek haberleri ulabilirsiniz. İlla çok büyük haberler olmaları gerekmez. Sadece konuşmanızla ilgili olduğundan kesinlikle emin olun.
- Güncel olaylar: Herkesçe bilinmekte olan güncel bir olaya referans göstererek de konuşmanıza başlayabilirsiniz. Burada önemli nokta tercih edeceğiniz güncel olayın dinleyicileriniz arasında

hemen herkes tarafından bilindiğinden emin olmanızdır. Konuşmanızı yaptığınız yere yakın bir yerde ve dinleyicilerinizin aşına olduğu bir konuyu da tercih edebilirsiniz. Bu dinleyicilerinizde onlarla doğrudan ilgili bir konudan bahsetmeniz yüzünden olumlu bir izlenim oluşturacaktır.

- Fiziksel yer: Konuşmanızı yaptığınız yerde veya yakın biryerlerde olan olaylar da açılış için iyi bir referans olabilir. Konuşmanın yer aldığı ya da yakınlarındaki fiziksel alanlar içinde ilginç birşeyler bulmaya çalışın. Mesela o bölgenin ilginç bir tarihi ya da ayırddedici bir özelliği sizin referans gösterebileceğiniz ve konuşmanızın açılışını yapabileceğiniz iyi bir çengel olabilir.
- Konuşma yaptığınız organizasyona referans gösterin: Konuşmanızın yer aldığı organizasyona da doğrudan referans gösterebilirsiniz. Özellikle bu organizasyon önemli ve nadir birşey üzerine yapıyorsa. Ya da katıldığınız konferansın ya da buluşmanın o seneki teması üzerinden, eğer bir kişinin anısı için düzenleniyorsa o kişi ile ilgili anılar üzerinden, ya da önemli bir olayın yıl dönümü olması üzerinden açılışınızı yapabilirsiniz. Bu açılış dinleyicileriniz için özel bir anlamı olan bir konuda olacağı için etkili olacaktır.
- Güncel bir trendi kullanın: Eğer çok gündemde olan bir konu konuşmanızla ilgiliyse ya da son zamanlarda çok popüler olan bir trend varsa, mesela son zamanlarda küpe takmak erkekler arasında yükselen bir trend olabilir, bunun gibi güncel eğilimlere referans göstererek konuşmanıza başlayabilirsiniz.
- Konuşmanızın tarihi: Eğer konuşmanız özel bir güne denk gelmişse bu günü de referans göstererek bir çengel oluşturabilirsiniz. Tabi bu gün ile konuşmanız arasında bir ilgi kurmanız gerekmektedir. Yoksa, bugün 28 Temmuz deyip konuşmanıza devam etmeniz birşey ifade etmeyecektir. Muhtemelen dinleyicilerin büyük çoğunluğu o günün hangi gün olduğunu biliyordur. Onun yerine doğrudan o günün anlamı ve öneminden bahsederek konuşmanız ile arasındaki ilişkiyi kurmalısınız.

Bir alıntı ile açılış yapın

Birçok seçenek içinde bir açılış çengeli olarak en kolay yol bir alıntı ile başlamaktır. İsteddiğiniz alıntıyı bulmak özellikle de bilgi ve iletişim teknolojilerinin bu kadar geliştiği bir çağda artık kolay değildir. Alıntı sözlükleri ve ansiklopedileri de vardır. Yalnızca indexte konunuzla ilgili bölümü bulmanız yeterlidir. Daha sonra beğendiğiniz bir alıntıyı kullanabilirsiniz.

Bir alıntıyla başlamanın kötü tarafı çok yaygın olmasıdır. Dinleyiciler bir konuşmanın genellikle bir alıntı ile başlayacağı konusunda bir beklentiye sahiptir. Böyle başladığımızı duyduklarında ise, çok iyi bir alıntı olsa bile yine de, daha ilginç ve beklemedikleri birşey duydukları zaman gösterecekleri dikkati göstermeyebilirler. Bu tabi alıntı ile başlayamazsınız anlamına gelmez. Eğer diğer yollar işe yaramamışsa ya da konuşmaya hazırlanmak için fazla zamanınız yoksa alıntı yapmak iyi bir açılış taktiği olabilir. Sadece iyi bir alıntı seçtiğinizden emin olun ve herkesin bildiği klişe alıntılardan uzak durun. Tabi dinleyicilerin çoğunluğunun aşına olduğu bir kişiden alıntı yapmaya da özen gösterin yoksa alıntı yaptığınız kişinin adını söylediğinizde o da kim ? gibi tepkilerle karşılaşabilirsiniz ve açılışınız ilginç olmaktan çok uzaklaşır. Bu yüzden dinleyici kitlenizin kim olduğunu iyi analiz etmelisiniz. Örneğin bilim adamlarına bir konuşma yapıyorsanız ünlü bilimci Stephen Hawking'den bir alıntı yapabilirsiniz. Çünkü dinleyicilerinizin çoğunluğu bu isme aşınadır. Fakat bu ismi hayatlarında hiç duymamış insanlara yaptığınız bir konuşmaya kendisinin sözlerinden birine atıfta bulunarak bir açılış yaparak başlarsanız dinleyicileriniz bu kişinin kim olduğu konusunda da fikir sahipleri olmadıkları için çok da önemsemeyebilirler.

Elbette yapacağımız alıntı da son derece önemlidir. Alıntı içinde biraz mizah barındıran, şaşırtıcı, ilham verici olmalıdır.

Bir fıkra ya da komik bir hikaye anlatın

Birçok kişi iyi bir konuşmanın iyi bir fıkra ile ya da şaka ile başlaması gerektiği konusunda aynı kanıdadır. Bu mantıksız değildir. Fıkranızı anlatınca ya da şakanızı yapınca dinleyicilerinizden gereken tepkiyi alır onları güldürürseniz onları daha olumlu bir ruh haline sokarsınız. Onları eğlendirmiş ve sizden hoşlanmalarını sağlamış olursunuz. Fakat dinleyicilerinizi eğlendiriyor olmanız onlar üzerinde istediğiniz etkiyi yaptığınız anlamına da gelmez. Birçok konuşma yalnızca dinleyicileri eğlendirmekten daha ciddi

amaçlar için yapılır. Hatta bazı konuşmalar için espri uygun düşmeyebilir özellikle de ciddi bir konu tartışacaksanız. Ayrıca konuşmalara bir şaka ya da fıkra ile başlamak bir klişe olduğu için çok orjinal bir tane bulmanız da gerekecektir.

Kullanacağınız fıkra ya da şakanın kimseyi rahatsız etmeyeceğinden de emin olmanız gerekir. Bu konu hakkında iyi düşünmelisiniz. Eğer kişileri rahatsız etme ihtimali varsa riski almak doğru bir seçenek değildir. Bunun yerine başka bir açılış çengeli tercih edilebilir.

Son olarak kendinizi de iyi tanımalısınız. Kimi insanlar zamanlamayı iyi tutturabildiği için çok iyi fıkra anlatabilir. Kimi insanlar ise bu konuda fazla yeteneğe sahip değildirler. Kendi durumumuzu değerlendirip bu konuda fazla yetenekli değilseniz risk almaya gerek yoktur.

Önemli bir istatistik veri kullanın

Bazı konuşmalar konuları gereği anahtar noktaları oluşturmak için istatistiksel verilere ihtiyaç duyarlar. Özellikle bu tarz konuşmalarda açılış olarak istatistik kullanmak mantıklı olabilir. Fakat çoğu insan sadece sayılar duymaktan rahatsız olur. Önemli olan yalnızca sayıları söylemek değil, bu sayıların ne anlama geldiklerini de etkileyici bir biçimde ifade etmektir. Konunuzla ilgili istatistik bulabileceğiniz birçok kaynak mevcuttur. Örneğin Türkiye İstatistik Kurumu'nun internet sitesi ya da yayınlanan yıllıklar ve hatta gazete ve dergilerde açıklanan istatistikleri de eğer konunuzla ilgiliyse ve ilginç, etkileyici bir hale getirebiliyorsanız kullanabilirsiniz.

Düşündürücü ve ilginç bir soru ile başlayabilirsiniz

Soru sormak doğal olarak karşı tarafın dikkatini çeker. Doğrudan kişisel bir görüşmedeki gibi sesli bir yanıt vermeseler bile sorunun yöneltildiği kişilerde, ben bu soruya nasıl cevap verebilirim gibi bir düşünce yaratır. Bu yüzden bir soru ile başlamak kolay ve hızlı bir açılış yöntemidir.

Çok etkili bir yöntem olsa da soruyu ya da sorularınızı seçerken dikkatli olmanız gerekir. Dinleyicileriniz kendilerini bir sınavda ya da sorguya çekiliyorlarmış gibi hissetmemelidirler. Daha çok açık uçlu sorular sormaya da dikkat etmeliyiz. Ayrıca dinleyiciler başlangıçta sorduğunuz soruların cevaplarını konuşmanızın sonrasında ifade edeceğinizi düşünüp dikkatlerini sürdürebilirler.

Kendiniz hakkında ya da konu ile ilginiz hakkında konuşarak başlayın

Kendiniz hakkında konuşmaya başlayarak daha kişiselleştirilmiş bir açılış çengeli de oluşturabilirsiniz. Tabi diğer tüm açılış çengellerinde olduğu gibi bu da ana fikriniz, temanız ile doğrudan ilişkili olmalıdır. Konuşmanıza, konuşacağımız konu ile nasıl ilgilenmeye başladığınızı anlatarak, daha önceki çalışmalarınız ya da deneyimlerinizi ifade ederek başlayabilirsiniz. Bu konuya sizi neyin çektiğini anlatmak da dinleyicilerinize de dinlemeleri için bir sebep sunacaktır. Konuşmacının bile konu ile ilgilenmek için bir sebebi yoksa, dinleyicilerin neden olsun?

Dinleyicilerle kişisel bilgilerinizi paylaşmanız onlarla aranızda daha sıcak ve insani bir ilişki kurmanıza da yardımcı olabilir. Fakat bu noktada kendi CV nizden ya da geçmiş başarılarınızdan çokça bahsedip açılış bir kişisel reklam haline getirmemeye dikkat etmelisiniz. Yoksa dinleyicileriniz sizi egoist, bencil, kendini beğenmiş bir konuşmacı olarak algılayabilir ve tepki gösterebilirler. En iyi yollardan biri kendi özellikleriniz ya da deneyimleriniz veya konu ile ilginiz hakkında esprili bir giriş yapmaktır.

Doğrudan dinleyicilerinizi referans gösterebilirsiniz

Eğer dinleyicilerinizin çoğunluğunun ortaklaştığı birşey varsa. Örneğin, aynı yerden geliyorsa, aynı işi yapıyorlarsa bu bilgileri açılışınız ile bağlayabilirsiniz. İnsanlar kendileri ile ilgili birşeyler duymayı severler. Eğer dinleyicileriniz hakkında konuşarak söze başlayacaksanız onlar hakkında söyleyecek iyi birşeyler de bulmanız gerekir. Eğer bu açılış taktiğini kullanmak istiyorsanız konuşmanızı hazırlarken dinleyicileriniz hakkında iyice bilgi toplamanız gerekir. Eğer doğru şekilde yaparsanız, dinleyicileriniz kendileri hakkında bu kadar bilgi edinmiş olmanızı takdirle karşılayacaklardır.

Çarpıcı bir görsel imge kullanabilirsiniz

Bir resim binlerce kelimenin anlatacağı şeyi anlatabilir. Bir görsel ile konuşmaya başlamak dinleyicilerinize seyredecek ilginç birşeyler sunmak hatta beklenmedik bir şey ile onları şaşırtabilecek bir

yöntemdir. Dinleyiciler konuşmacıyı duymaya gelirler ve izlenecek birşeyler de olmasından memnun olacaklardır. İlginç bir görselle başladığınızda dinleyicileriniz daha sonra bu görsel hakkında ne söyleyeceğinizi de merak edeceklerdir. Fakat, dinleyicileri bir görsel imge ile şoke edip öylece bırakamazsınız. Üzerine söyleyeceğiniz birşeyleriniz de olmalı ve bu söyleyecekleriniz imgeyi konuşmanızın ana fikri ile bağlayabilmelidir.

Önserim

Önserim açılış bölümünün son parçasıdır. Konuşmanızın ana fikrini kısaca ifade ettikten sonra önserimde önemli noktaları ve bunları nasıl tanımladığınızı, konuya nasıl yaklaşacağınızı açıklamalısınız. Konuşmanın geri kalanında ne olacağını kısaca özetlediğiniz bir bölüm de diyebiliriz. Böylece dinleyicilerin konuşmanın geneli hakkında bir fikir sahibi olacaklarını öngörebiliriz. Ayrıca konuşmanın gidişatı ile ilgili bir yol haritası da sağlanmış olur ve dinleyicilerin konuşmayı anlamlandırmasını kolaylaştırır.

Önserim sizin konuşmanızın ana bölümünü nasıl örgütlediğinizin ve ne çeşit bilgiler vereceğinizin örneklerini de içerebilir. Her konuşma için de önserime gerek olmayabilir. Yıldönümü ya da bir kişi adına düzenlenen toplantılarda yapılan konuşmalar buna örnek olabilir. Özellikle beş dakikadan uzun konuşmalar için önerilmektedir.

Ana Bölüm

İlginç ve etkili bir açılış ile dinleyicilerinizin dikkatini çekmeyi başarmış ve ana fikrinize bir giriş yapıp nasıl ele alacağınız konusunda da açıklamalarınızı yapmışsanız artık konuşmanızın ana bölümü ile çalışmaya başlayabilirsiniz.

Bu bölüm sizin konuşmanızın ana fikrini, temasını ayrıntıları ile tartışacağınız, anahtar noktaları kuracağınız ve ilgili bilgi parçalarını sunacağınız bölümdür. Konuşmanızın bu bölümünde hem ana fikrin detayları, hem anahtar noktalar hem de bilgiler açık, mantıklı ve etkili bir düzen içinde sunulmalıdır. Ana bölümde hiçbirşey rastgele bir sırayla, düzensiz bir biçimde, bir kaos biçiminde sunulmamalıdır. Böyle bir durumda dinleyicileriniz kolaylıkla dikkatlerini kaybedebilirler. Bunun yerine, bir düşünceden diğerine belli bir mantık çerçevesinde ilerleyen ve sonuca doğru örülmüş bir metin hazırlamanız gereklidir. Bu bölümü hazırlamaya başlamadan önce ana bölümün genel biçimi hakkında bir fikriniz olması gerekir, anahtar noktaları ve bilgileri nasıl bir sıradüzeni içinde sunacağımıza karar vermiş olmalısınız. Bunun için akılda tutulması gereken bazı noktalar aşağıdaki gibi değerlendirilebilir.

Ana fikir ya da tema ile ilişkisi

Konuşmanız ne kadar iyi bir biçimde odaklanmışsa izleyiciniz de anlatılanları o denli çok anlayacak ve etkilenecektir. Ana fikir ya da tema ile ilişkili olmayan konuları sürekli konuşmanıza alırsanız bu hem dinleyicilerinizin dikkatini dağıtır hem de konuşmanın amacı konusunda kafa karışıklığı yaşamalarına sebep olur. Başka bir deyişle ilk kural ana bölümdeki tüm bilgilerin ana fikir ya da tema ile ilişkili olmalarıdır. Konuşmanızın ana bölümünü yazdıktan sonra kontrol edebilirsiniz. Ana fikir ile ilgili olmayan her bilgi parçacağından kurtulmalısınız. Konuşma hazırlığı sırasında bulduğunuz bilgiler ya da fikirler arasında, dinleyicilerle paylaşmak isteyebileceğiniz konuyla alakalı olmayan ama çok ilginç şeyler de olabilir. Ana bölüme neyi dahil edip neyi dahil etmeyeceğiniz konusunda katı olmalısınız. Asıl önemli meselenin ana fikri ve anahtar noktaları konuşmacılara aktarmak olduğunu unutmamalısınız. Ana bölümden çıkarttığınız ilginç fikir ya da bilgilerin hemen çöpe gittiğini düşünmenize de gerek yoktur. Bu bilgileri ya da fikirleri soru cevap bölümlerinde kullanabilirsiniz.

Açıklık ve Mantık

Konuşmanızda ele almak istediğiniz çeşitli fikirler ve bilgiler doğal olarak, anlaşılmaları için gerekli bir mantık silsilesini barındırırlar. Bir mantık silsilesi gerektiren konuşmalar genellikle kronolojik bir sıra gerektiren tarihsel konular ya da sebep sonuç ilişkisi kurulan konuşmalardır. Tarih ile ilgili konuşmalarda en doğru mantıksal düzen, bilgilerin kronolojik bir sıra dahilinde sunulmasıdır. Kronolojik sırada sürekli atlamalar bütünlüğün ve anlaşılabilirliğin, en önemlisi de odağın kaybolmasına neden olabilir. Benzer şekilde bir sebep sonuç ilişkisini açıklamaya çalışıyorsanız önce neden ile başlamalı sonra bunun nasıl özel

sonuçlara yol açtığını ifade etmelisiniz. Bir sonucun ya da etkinin neden gözetilmeden tartışılması kafasız bir vücut gibidir. Tüm konunun nasıl işlediğini açıklayacak ana parçalardan yoksun demektir. Problem analizi ve sonuç önerisi temelinde geliştirilen konuşmalarda da öncelikle problemin analiz edilmesi, tanımlanması ve tartışılmasına yer verilmelidir. Problemi önce tanımlamazsanız önereceğiniz çözüm anlamsız olacaktır. Dinleyicilerinizi konuşmanızın daha karmaşık noktalarına doğru yönlendirirken, bu noktaların anlaşılması için gerekli bazı bilgileri de sıra düzeninde önce vermeye dikkat etmek, dinleyicilerin bütünlük hissini ve konuşmanın odağını kaybetmelerini engeller.

En Yüksek Etki

Düşüncelerinizi ve vurgulamak istediğiniz noktaları açık seçik ve belli bir mantık çerçevesinde örgütledikten sonra dinleyicilerinizde nasıl bir etki bırakmak istediğinize de karar vermelisiniz. Yine jüri önündeki bir avukatı düşünelim. Elindeki kanıtları sıralarken en güçlü kanıtı en sona bırakır. Böylece jüri üzerinde en yüksek etkiyi yaratmayı hedefler. Ayrıca jürinin en son hatırlayacağı kanıt en güçlü kanıt olacaktır. Siz de kendi kanıt parçalarınızı değerlendirmelisiniz. Muhtemelen güçlü bir başlangıç yapmak istersiniz böylece dinleyicilerinizde olumlu bir ilk izlenim yaratmayı sağlayabilirsiniz. Elbette en güçlü cümlelerinizle de bitirmek istersiniz. En etkili olacak ve en çok hatırlayacakları sözler de bunlar olacaktır. Mantıksal bir sıradüzeninin çok açık olmadığı konuşmalar olan satış, ya da ders verme gibi konuşmalarda elinizdeki bilgileri sıralamakta daha özgürsünüzdür. Bu durumlarda da elinizdeki verileri en yüksek etkiyi yaratacak biçimde örgütlemelisiniz. Güçlü bir başlangıç yapmalı ve büyür bir final ile bitirmelisiniz.

Kapanış

Dinleyicilerinizin aklında en çok kalacak ve en çok hatırlayacakları şeyler onlara konuşmanızın sonunda söyledikleriniz olacaktır. Kapanış cümleleriniz en güçlü en hatırlanabilir ve önemli sözleriniz olmalıdır. Kapanış aynı zamanda konuşmanızın en kısa bölümü olmalıdır. Hatta açılıştan da kısa olmalıdır. Zaten konuşma boyunca bir konuyu enine boyuna ele alışınızı dinlemiş oldukları için tekrar tüm detayları dinlemeleri gerekmez. En etkili kapanış , gözden geçirme ve son fikirler olarak ikiye bölünebilir.

Gözden geçirme

Gözden geçirme önerime benzer. Önerimde kısaca dinleyicilerinize konuşmanızın geri kalanında nelerden, nasıl, hangi düzen içinde, ne açıdan bahsedeceğinizi açıklamıştınız. Gözden geçirmede ortaya koyduğunuz önemli noktaları tekrar kısaca ifade edersiniz. Bu gözden geçirme iki önemli işleve sahiptir. Birincisi, konuşmada belirtilen önemli noktaları tekrar ederek bunların önemlerine dikkat çekmiş olur ve dinleyicilerinizi bunlara dikkat etmeye ve hatırlamaya teşvik edersiniz. İkincisi, gözden geçirme artık konuşmanızın sonuna gelmekte olduğunuzu işaret eder ve genellikle bu durumda dinleyicilerin dikkatleri daha da artar. Böylece dinleyiciler son düşüncelerinizi de duymak isteyecektir. Gözden geçirme anahtar noktalarınızın kısa bir özeti olmalıdır. Yoksa tüm konuşmanın geniş bir tekrarı haline gelmemelidir. Bunu birkaç cümlede ifade edebilmelisiniz. Toparlamak gerekirse....., sonuç olarak....., böylece gördük ki....., bu bize açıkça göstermektedir ki..., sonuç olarak şunu söylememe izin verin... gibi başlangıçlar iyi birer gözden geçirme girişi olabilir.

Sonuç Fikirleriniz

Açılış ile dinleyicilerinizin dikkatini çekmenin ne kadar önemli olduğundan daha önce bahsetmiştik. Kapanışta hatırlanacak bir bitirişle gitmek istersiniz. Nasıl ki açılış çengeli dinleyicilerin dikkatini konuşmanıza çektiyse sonuç fikirleriniz de onların olumlu bir izlenimle ayrılmasını sağlamalıdır. Son cümleleriniz akıllıca, iyi yazılmış ve hatta alıntılanabilir cümleler olmalıdır. Bir çengeli kapanış fikri olarak kullanabileceğiniz gibi bunun için farklı yollar da önerebiliriz.

Çemberi tamamlamak:

Eğer konuşmanızın sonunda, konuşmanızın başındaki bir imgeye, öğeye dönebilerseniz bu size sanatsal bir bitiriş imkanı da sağlayacaktır. Sadece açılış çengelinizi tekrar etmeyi düşünmeyin. Bu sadece izleyiciyi sıkacaktır. Bunun yerine açılıştaki birşeyi alıp onu farklı bir bakış açısından ve tüm konuşma boyunca dikkat çektiğiniz noktalar açısından tekrar ele alabilirsiniz.

Eyleme çağırarak:

Çoğu konuşma yalnızca siz konuşurken dinleyicilerinizin ilgisini çekmekten çok daha ötesini hedefler. Bunlar ikna edici konuşmalardır. Örneğin bir ürün, hizmet satmaya çalıştığınız ya da bir argümana ikna etmeye çalıştığınız bir konuşma. Bu tür konuşmalarının kapanış fikrinde onlara, konuşmanın sonunda şimdi onlardan ne yapmalarını istediğinizi söyleyebilirsiniz. Eğer tüm konuşma iyi gitmiş ve argümanlarınız dinleyicilerinizi ikna etmeye yaklaşıyorsa böyle bir bitiriş mesajınızı daha da kuvvetlendirecektir.

Geleceğe işaret etmek:

Konuşmanızı geleceğe işaret ederek bitirmek dinleyicilerinizin konuşmanızın uzun vadeli etkilerini düşünmelerine olanak tanıyacaktır. Bu, anlattıklarınızın konuşmanız bittikten sonra da dinleyicilerinizin aklında kalacağından emin olmanızı sağlayacaktır. Son cümleleriniz olarak, geleceğe işaret eden bu bitiriş hem ilham verici olacak hem de güçlü bir bitiriş yapmanıza olanak tanıyacaktır.

Güçlü ve iyi yazılmış bir cümle:

Yukarıda belirtilen yollardan başka, tüm konuşmanızın en can alıcı noktasını ifade eden ve iyi yazılmış, güçlü bir cümle etkili bir sonuç fikri olacaktır. Kendinizi kısa bir şiir ya da slogan yazıyormuş gibi düşünün. Bu yazacağınız dinleyiciler tarafından kolayca hatırlanabilecek ve alıntılanabilecek bir cümle olmalıdır. Bu tarzdaki en iyi sonuç cümleleri yürekten gelen cümleleriniz olacaktır. Son cümlelerinizi en önemli şeyin ne olduğunu ifade etmeye saklayın(Frank, 2000).



Konuşmada açılış ve çengel neden önemlidir?

SAHNE KORKUSU

Konuşmanızı iyi hazırladınız. Şimdi sıra onu dinleyicilerinizin önünde sunmaya geldi. Bu noktada bazı insanların yaşadıkları ortak bir sıkıntıdır sahne korkusu. Birçok insanın önüne çıkıp konuşmaya başlamak belki de insanlar arasında en yaygın korkulardan biridir. Çok etkili ve çok rahatsız edici olduğu deneyimlense de üstesinden gelinemeyecek bir sorun değildir.

Birçok insanın yalnızca sizi dinlemek için toplanmış olması, hepsinin konuşmanız sırasında sizi izleyeceğinizi bilmek, yanlış yapmaktan korkmak ya da bir mikroskobun altındaki bir küçük böcek gibi hissetmek, utanılacak bir duruma düşmekten korkmak hepsi klasik birer sahne korkusu belirtisidir.

Öncelikle böyle bir sorununuz varsa yalnız olmadığınızı bilmelisiniz. Toplum önünde konuşurken karşınızdaki en büyük engel korku ve heyecandır. Aslında ilk kez yaptığınız herşey önce korku ve heyecan oluşturur. Korku anında da kortizol salgılanır ve bu durum da düşünce akışını belli bir düzeyde engeller. Bu durumda kişi olumlu duygularını kaybedebilir. Elleri hatta vücudu titreyebilir. Kalbin çarpma hızı ve kan dolaşımı da hızlanır. Davranışları kontrol etmesi de güçleşir, adrenalini seviyesi de yükselir, elleri terler, ağzı kurur, ses titremeleri oluşur.

Böylesi bir duruma karşı ilk tepki gerçeklikten kaçmaktır. Bulunan ortamdan uzaklaşmak ve yapacaklarından da vazgeçmeyi beraberinde getirir. Fakat şu akıldan çıkarılmamalıdır ki konuşma sırasında heyecanlanmak son derece doğaldır. Heyecanı ise coşkuya çevirerek kullanmak başarılı bir konuşmayı getirecektir. Bunun için geçmişe değil geleceğe yönelik olarak düşünmelisiniz. Sizi geçmişte bağlamış olan bu düğümleri çözerek sizi hep olduğunuz gibi kalmaya iten kısır döngülerden kurtulmalısınız.

Öncelikle kendimizle başlamalıyız. Kimsiniz siz? Kendinizi nasıl tanımlarsınız? Muhtemelen bunlara cevabı geçmişe bakarak vereceksiniz. Geçmişinizde kendinizi tanımladığınız ve başkalarının size vermelerine karşı çıkmadığınız etiketlerden bir tanımlamanız oluşur. Unutmayalım ki kendimize yapıştırdığımız tüm etiketler geçmişimizden gelmektedir. Şu dört nevroitik cümle sizi gelişimden, yaşamınızı daha heyecanlı, doyumlu yapmaktan da alıkoyan bağlantılardır aynı zamanda:

- Ben buyum
- Hep böyle oldum

- Elimden gelen birşey yok
- Bu benim doğamda var

Bunlar sizi daha ileriye gitmenizde engelleyen cümlelerdir. Öncelikle bunları ifade etmekten kaçınmalısınız. Bunu sürekli kullandığınızda hep olduğum gibi kalmaya niyetliyim de demiş olursunuz. Aynı zamanda bunlar kendinizi savunmanıza da yardım etmektedir. Fakat bu düşünceler ve etiketleri kendinizden daha değerli kılarak geçmişten kaynaklanan bu cümle ve etiketlere bugünkü yaşamınızın denetimini de onlara vermiş oluyorsunuz. Ayrıca aynı durumu devam ettirmek için birer mazeret olarak da değerlendirmiş olursunuz(Vural, 2005).

Yukardaki dörtü cümle yerine, örneğin,

Ben iyi konuşamam yerine, ben iyi konuşamazdım,

Elimden gelen birşey yok yerine çalışırsam değişebilirim,

Hep böyle oldum yerine, değişeceğim,

Benim doğam bu yerine bunun doğam olduğuna inanırdım, cümlelerini kullanabilirsiniz.

Frank(2000) de sahne korkusuyla baş etmenin bazı yollarını önermiştir. Bunlardan bazılarını aşağıda ele aldık:

Bilinmezi bilinir kılın

Bizi en çok korkutan şeyler bilinmez olanlardır. Örneğin, dikkat ederseniz korku filmlerinden canavarın görünmediği, bilinmediği örnekler daha da ürkütücüdür. Bir kez ekranda görününce, ne kadar korkunç olursa olsun artık neye benzediğini, nasıl bir şey olduğunu bilmediğiniz zamanki kadar ürkütücü gelmez. Çünkü o zaman en kötüsünü hayal etmişsinizdir. Gerçekler ise hayallerinizi çok zor yakalar. Birşeyi ilk yaptığınızda her zaman korkarsınız. Bir kez yaptıktan sonra ikinciye yapmak konusunda daha iyi hissedersiniz çünkü ne beklemeniz gerektiği ile ilgili bir fikriniz vardır. İlk kez konuşma yapacağınız zaman hissettiğiniz şey de buna benzeyebilir. Bu sizin için henüz bilinmeyen bir deneyimdir ve korku yaratması da gayet normaldir. İlk kez konuşma yapacak olabilirsiniz, ya da ilk kez bir konu üzerinde konuşma yapacak olabilirsiniz ya da daha önce hiç konuşmadığınız bir yerde ve insanlara konuşma yapacak olabilirsiniz. Her birisi bir ilk olduğundan gerilim yaratacaktır. İlk kez konuşma yapacaksanız birkaç arkadaşınıza konuşmanızı yapabilirsiniz, ilk kez bir konu üzerine yapacaksanız konuşmanızı konuşmayı hayal ederek kendi kendinize prova yapabilirsiniz ya da bir yerde ilk kez konuşma yapacaksanız konuşmanızdan önce konuşma yapacağınız yere gidebilir hatta konuşmanızın küçük bir bölümünü yapabilirsiniz. Bu yapacaklarınız konuşmanızın neye benzeyeceği konusunda size bir fikir verecek ve en kötüyü hayal etmenizi engelleyecektir.

Hatırlayın, en zor bölümü bitirdiniz!

İnsanları deneyim eksikliği kadar çok sahne korkusuna iten bir başka neden de hazırlanmış hissedememektir. Çoğu aktör gayet iyi ezberlemiş olsa da sahneye çıktıklarında ne yapacaklarını ne diyeceklerini bilememekten korkar. Ama iyi düşünün siz hazırlıklısınız. Konuşmanızın planını yaptınız ve harika bir konuşma yazdınız, konuşacak anlatacak birşeyleriniz var. Ayrıca konuşmanızı prova da ettiniz. Artık dinleyicilerin karşısına çıkıp konuşmak için ne lazımsa hepsine sahipsiniz.

İyi bir hazırlık sizin sahne korkusu hissetmenizi azaltabilir. Bunu sürekli kendinize tekrar edin. Kendinizi gergin hissettiğinizde, bunun için hazırım, en zor bölümünü zaten yaptım, tüm konuşmamı yazdım ve şimdi sadece onu sunmam gerek ve ne söyleyeceğimi ve ne yapacağımı da tamamıyla biliyorum diyerek kendinizi telkin edebilirsiniz.

En kötüyü hayal etmek

Sahne korkusunu ateşleyen eğilimlerden biri de aşırı aktif bir hayalgücüdür. Konuşmanız üzerine düşünürken yanlış gidebilecek herşey aklınıza gelebilir. Okuduğunuz satırı karıştırabilir, hastalanabilir, çokterleyebilir ya da podyumdan düşebilirsiniz. Nelerin yanlış gidebileceğini ne kadar çok düşünürseniz o kadar çok şey yanlış gidecektir.

Eğer böyle olumsuz ve aktif bir hayalgücüne sahipseniz. Kendinizi durdurmaya, böyle imgelerden kurtulmaya çalışmayın. Bırakın hayal gücünüz olabileceğin en kötüsünü hayal etmenizi sağlasın. Engellemeye çalışmak yerine bu korkularla yüzleşin. Bunlar gerçekleşse sonuç en fazla ne olabilir diye düşünün. Diyelim ki podyuma çıkarken tökezlediniz ve herkes güldü. En çok olabilecek sonuç herkesin gülmesidir. En korkunç şey işte budur gülmek! Biri tökezlediğinde hepimiz güleriz ama insanlar buna rağmen sizin tüm entellektüel kapasitenizi bununla değerlendirmeyeceklerdir. Böyle yaparlarsa da bu sizin değil onların sorunu olacaktır. Böyle bir durumda yapabileceğiniz en iyi şey herkesle birlikte sizin de gülmenizdir. Siz de bir insansınız ve insanlar hata yaparlar. Ayrıca utanırıcı bir durumda böylesi olgun davrandığınız için sizi dinleyicileriniz de takdir edecektir. Diyelim konuşmanızda bir yanlış cümle söylediniz, satırı kaçırdınız, en fazla ne olabilir? Yeniden toparlayabilirsiniz. Bir beyin ameliyatında değilsiniz yanlışınız kimseye zarar vermeyecektir. Sonuçta ölmeyeceksiniz!

Olumlu hayal kurmak

Olumlu düşünceleri olumlu hayallerle birleştirebilirsiniz. Profesyonel atletler de bu tekniği kullanırlar. Örneğin kendilerini golü atarken hayal eder ya da koşunun sonunda kazandıklarını gözlerinin önüne getirirler, bu onlarda hem kendine güven ortaya çıkarır hem de enerji verir. Eğer hayal edebiliyor gözünüzün önüne getirebiliyorsanız başarabilirsiniz, yapabilirsiniz de.

Konuşmanıza hazırlanırken siz de aynı tekniği kullanabilirsiniz. Kendinizi hatalar yaparken, utanmış biçimde hayal etmek yerine, konuşmanızı harika bir biçimde tamamladığınızı ve insanların sizden etkilendiklerini alkışladıklarını hayal edin, böyle bir resmi gözlerinizin önüne getirin. Sizi çok rahatlatacaktır. Böylece iyi bir konuşma yapmanın ne kadar güzel hissettirdiğini de fark etmiş olursunuz.

Rahatlama Egzersizleri

Stres birçok fiziksel semptomlara neden olabilir. Örneğin, hızlı kalp atışı, yüksek kan basıncı, terleme, sık nefes almak, ağrılar vb... Rahatlama egzersizleri bu semptomların çoğunu azaltabilir ve daha sakin olmanızı sağlayabilir. Spor uzmanlarından edinebileceğiniz bu teknikler sizin stres düzeyinizi düşürmenize yardımcı olabilir.

Örneğin, bir sandalyeye rahatça, elleriniz dizlerinizde oturun. Gözlerinizi kapatın ve derin derin nefes alın. Bir süre yalnızca nefes alış verişinize odaklanın. Yavaşça nefes alıp verin sadece havanın ciğerlerinize giriş çıkışını hissedin. Kendinizi güvende, rahat ve mutlu olduğunuz bir yerde hayal edin. Tüm duyularınızı o yeri hissetmeye ayırın. Derin nefes almaya da devam edin. Huzuru hissedin. Ne zaman isterseniz o yere dönebilirsiniz. Ne kadar isterseniz orada oturun. Hazır olduğunuzda yavaş yavaş ona kadar sayarak gözlerinizi açın.

Yukarıdaki gibi meditasyonların dışında fiziksel egzersizler de yardımcı olabilir. Örneğin bir sandalyeye oturup başınızı sağa sola öne arkaya ve çember şeklinde hareket ettirebilirsiniz. Bu boyun kaslarınızın gevşemesini sağlayacaktır. Ayrıca ağız kaslarınızı da gülme pozisyonunda tutup sonra normal hale getirerek gevşetebilirsiniz. Ağızınızı çok açıp sonra kapatarak da kaslarınızı gevşetebilirsiniz. Sesli harfleri kullanarak aa, oo, eee gibi sesler çıkararak dudaklarınızı ve ağızınızı gerip bırakarak da rahatlayabilirsiniz. Bu teknikler aktörlerin de kullandıkları tekniklerdir.

Tanıdık yüzler

İnsanları sahne korkusuna iten birçok nedenden biri de hiç tanıdık olmadıkları bir sürü yabancıların önüne çıkmaktır. Yabancılık düşmanlığı da çağrıştırır imgelemde. Şunu öncelikle aklınızda tutmalısınız ki çoğu dinleyici konuşmacının hatasını yakalamak için gelmez, ilginç ve yararlı, eğitici bir konuşma dinlemeye gelirler.

Buna ek olarak dinleyiciler arasına tanıdığınız bir kaç kişiyi de yerleştirebilirsiniz. Konuşmaya başladıklarında orada olduklarını bilmek sizi rahatlatacaktır. Kafanızı kaldırıp dinleyicilere baktığınızda orada tanıdık yüzler göreceksiniz ve sizin tarafınızda olduğunu bildiğiniz kişilerle göz teması kurmak sizi rahatlatacaktır.



Bilinmezi bilinir kılmak sahne korkusunu yenmek için nasıl bir yöntemdir?

Özet

İnsana ait en önemli özelliklerden biri olan konuşma ile insanlar ürettikleri semboller üzerinde uzlaşarak, duygu, düşünce ve birikimlerini paylaşırlar. İlk olarak bu paylaşımların dolayısıyla dil ve konuşmanın nasıl başlamış olabileceğine yönelik çeşitli görüşler bulunmaktadır. Bu konudaki ilk sistematik görüşlere Eski Yunan felsefesinde rastlamak mümkündür. Örneğin, Herakleitos, akıl ve söz anlamında kullandığı “logos”u tüm evrenin ve insan bilgisinin temel ilkesi olarak değerlendirmiştir. 19.yy da ortaya çıkan yaklaşımlardan biri olan Toplumsal Denetim Kuramı ise; konuşma ilkel insanın coşkusal, duygusal, deneysel yaşamı ile ilgili olarak simgesel bir biçimde diğer bireylerin davranışlarında denetim sağlamak ve kendi kişisel beklenti ve gereksinimlerini doyurmak amacıyla yönelik olarak gelişmiştir der. Genel olarak düşünürler de, konuşmanın ilkel insanda da çocukta da konuşmanın çevresini denetim altına almak güdüsü ile rastgele görsel ve işitsel davranışlarla başladığı görüşünde birleşmektedirler. Konuşmayı toplumsal ve kültürel boyutu ile ele aldığımızda ise dili yalnızca duygu ve düşünceleri aktaran bir araç olarak değerlendirmek yeterli olmaz. Çünkü dil aynı zamanda bireyin düşüncelerini oluşturmasının bir aracı, rehberidir. Dış dünya tekilerden oluşmuş bir kaostur. İnsanlar dil sayesinde çevrelerini bir kozmos yani bir düzen şeklinde algırlar. Dilin temeli soyutlama ve sınıflandırmadır. Sözcükler nesnelere kendileri değil onları temsil eden soyutlamalardır. Bu soyutlamalar ile her toplum kendi düzenine göre, kendi koşullarına göre sözcükler üretip kullanmaktadır.

Dili etkileyen bir başka unsur da teknolojideki gelişmelerdir, teknolojinin gelişmesi ile dil ve sözcükler değişmektedir. Ortaya çıkan bu yeni teknolojiler yeni kelimeler gerektirdikleri gibi, eski kelimelerin anlamlarını da farklılaştırmaktadırlar. Bununla birlikte küreselleşmenin dil ve konuşma alanındaki etkilerini de rahatlıkla gözlemleyebiliriz. Küreselleşme ile kültürler dünya tarihinde hiç görülmemiş bir hız ve yakınlıkla birbirleriyle karşılaşmışlardır. Yeni iletişim teknolojileri, kitle iletişimi ve küreselleşme ile bir yandan tüm kültürler birbirlerinden daha fazla haberdar olmakta ve etkileşime geçmekte bir yandan da hakim kültüre daha fazla maruz kalmaktadırlar.

İşte dil, söz ve konuşma konusundaki değişimin bir başka boyutu da küreselleşme ve yeni iletişim teknolojilerinin hız verdiği bu etkileşimdir. Hem politik, hem ekonomik hem de kültürel olarak hakim ve ana akım kültüre çok fazla maruz kalan toplumlar bunlardan etkilenmekte kültürleri ve dilleri hatta konuşma ve dolayısıyla düşünme biçimleri de bu yönde dönüşümler sergilemektedir.

Tüm bu değişimler ve farklılaşmalara rağmen konuşmalarımızın anlaşılması ancak iyi bir konuşmacı olmamız halinde mümkündür. İyi bir konuşmacının sahip olması gereken özelliklerden kısaca bahsedecek olursak; iyi bir konuşmacının söyledikleri ile yaptıkları, içiyle dışı çelişmemelidir, dinleyicilerin duygularını anlayabilmeli ve yönlendirebilmelidir, konuştuğu konu hakkında bilgi sahibi olmalıdır. İyi bir konuşmacı konuşmasını iyi yapılandırmalıdır. Bunun için konuşmasını basitçe açılış, ana metin ve kapanış olmak üzere üç kısma ayırarak düzenleyebilir. Açılış, izleyicinin dikkatini ilk anda yakalamamıza olanak tanır, bu kısım aynı zamanda anafikir ya da temamızın girişinin yapıldığı ve konuşmamızın geri kalanında neleri tartışacağımızın bir önsürümünü içermelidir. Ana metin, birçok fikrimizin ve anahtar noktalarımızın tartışıldığı, belli bir düzen içinde sunulduğu, konunun anlamını oluşturduğumuz ve stratejik ve etkili biçimde sunduğumuz bölümdür. Kapanış ise, anlattıklarımızın, anahtar noktalarımızın ve fikirlerimizin kısa bir gözden geçirmesini içeren ve sonuç fikrini kapsayan bölümdür. Konuşma her ne kadar iyi hazırlanmış olsa da onu dinleyicilerin önünde sunmak her zaman kolay olmaz. Bu noktada birçok insan sahne korkusu yaşar. Toplum önünde konuşurken karşımadaki en büyük engel korku ve heyecandır. Korku anında kişi olumlu duygularını kaybedebilir. Elleri hatta vücudu titreyebilir. Kalbin çarpma hızı ve kan dolaşımı da hızlanır. Davranışları kontrol etmesi güçleşir, adrenalin seviyesi yükselir, elleri terler, ağzı kurur, ses titremeleri oluşur. Böylesi bir duruma karşı ilk tepki gerçeklikten kaçmaktır. Fakat şu akıldan çıkarılmamalıdır ki konuşma sırasında heyecanlanmak son derece doğaldır. Heyecanı ise coşkuya çevirerek kullanmak başarılı bir konuşmayı getirecektir. Bunun için geçmişe değil geleceğe yönelik olarak düşünmeliyiz. Bizi geçmişte bağlamış olan düğümleri çözerek hep olduğumuz gibi kalmaya iten kısır döngülerden kurtulmalıyız.

Kendimizi Sınavalım

1. Aşağıdakilerden hangisi konuşmanın tanımlanmasında kullanılan boyutlardan biri **değildir**?

- a. Fiziksel
- b. Fizyolojik
- c. Psikolojik
- d. Nevrotik
- e. Sosyolojik

2. Konuşmayı yeme, içme, soluk alma gibi organların birincil işlevi değil ikincil işlevi olarak değerlendiren yaklaşım hangisidir?

- a. Psikolojik
- b. Sosyolojik
- c. Fiziksel
- d. Fizyolojik
- e. Nörolojik

3. Aşağıdakilerden hangisi konuşmanın ve dilin kökeni ile ilgili kuramlardan biri **değildir**?

- a. İş şarkısı kuramı
- b. Yardımlaşma kuramı
- c. Toplumsal denetim kuramı
- d. Jest kuramı
- e. Ünlem kuramı

4. “Çocuk rastgele jestler ve sesler çıkarır. Çocuğun uyarılara olan tepkileri rastgeledir.” Aşağıdaki evrelerden hangisinde bu özellikler gözlenir?

- a. Telaffuz edilen dil evresi
- b. Doyumsuzluk evresi
- c. Jest evresi
- d. Heceleme evresi
- e. Dil öncesi seslenme evresi

5. Dinleyicilerin duygularını anlayabilme ve yönlendirebilme yetisini ifade eden kavram aşağıdakilerden hangisidir?

- a. Retorik
- b. Logos
- c. Patos
- d. Etos
- e. Etik

6. Aşağıdakilerden hangisi bilgi hiyerarşisinde soyutlamanın başladığı düzeydir?

- a. Malumat
- b. Bilgelik
- c. Bilgi
- d. Veri
- e. Anlayış

7. Aşağıdakilerden hangisi bir konuşmanın açılış kısmında dinleyicilerin ilgisini çekmek için kullanılabilecek çengellerden biri **değildir**?

- a. Düşündürücü ve ilginç bir soru ile başlamak
- b. Bir hikaye, anekdot ya da kişisel deneyimi paylaşmak
- c. Güncel bir şeye referans göstermek
- d. Zaman kaybetmeden konuya geçmek
- e. Önemli bir istatistik veri kullanmak

8. Aşağıdakilerden hangisi kapanış fikri olarak kullanılabilecek yollardan biri **değildir**?

- a. Gözden geçirme
- b. Çemberi tamamlamak
- c. Güçlü ve iyi yazılmış bir cümle
- d. Eyleme çağırma
- e. Geleceğe işaret etmek

9. Aşağıdakilerden hangisi sahne korkusuyla baş etme yollarından biri **değildir**?

- a. Rahatlama Egzersizleri
- b. Tanıdık yüzler
- c. Bilinmezi bilinir kılmak
- d. Olumlu hayal kurmak
- e. En Yüksek Etki

10. Konuşmanın anafikrini kısaca ifade ettikten sonra önemli noktaların ve konuya nasıl yaklaşılacağına açıkladığı kısım aşağıdakilerden hangisidir?

- a. Önerim
- b. Gözden geçirme
- c. Çengel
- d. Kapanış
- e. Ana bölüm

Kendimizi Sınavalım Yanıt Anahtarı

1. **d** Yanıtınız yanlış ise “Konuşmanın Tanımı ve Önemi” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

2. **d** Yanıtınız yanlış ise “Konuşmanın Tanımı ve Önemi” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

3. **b** Yanıtınız yanlış ise “Konuşmanın Doğuşu” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

4. **b** Yanıtınız yanlış ise “Konuşmanın Doğuşu” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

5. **c** Yanıtınız yanlış ise “İyi Bir Konuşmacının Sahip Olması Gereken Özellikler” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

6. **e** Yanıtınız yanlış ise “İyi Bir Konuşmacının Sahip Olması Gereken Özellikler” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

7. **d** Yanıtınız yanlış ise “İyi Bir Konuşmanın Stratejisi” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

8. **a** Yanıtınız yanlış ise “İyi Bir Konuşmanın Stratejisi” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

9. **e** Yanıtınız yanlış ise “Sahne Korkusu” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

10. **a** Yanıtınız yanlış ise “İyi Bir Konuşmanın Stratejisi” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

İnsanlar sosyal varlıklardır. Doğada yalnız kalamazlıklarını birlikte durarak aşarlar. Birlikte durabilmek, anlaşabilmek ve birlikte eyleyebilmek için de ortaklaştıkları sembol sistemlerine ihtiyaç duyarlar. İnsanlar dil sayesinde doğada yalnız kalamazlıklarını aşmışlardır.

Sıra Sizde 2

Herakleitos bu konuda düşünen ilk düşünürdür ve logosu yani sözü evrenin temeltaşı saymış dünyaya bu noktadan bakmayı önermiştir. Daha sonra da sofistler konuyu ele almış ama onlar ikna ve dil özellikleri üzerine odaklanmışlardır.

Sıra Sizde 3

Dil aynı zamanda bir sınıflandırma ve soyutlama aracıdır da. Çevremizi gözlemleyerek kaosu bir kozmoz yani bir düzen şeklinde algılarız. Üstüne konuştuğumuz şeylerin kendileri değil onlara atfettiğimiz sembollerdir. Dünyayı dil ile algılar, soyutlar ve sınıflandırırız.

Sıra Sizde 4

İyi bir konuşmacının logos sahibi olması demek bilgi sahibi olması demektir ama bilgi derken bilgi hiyerarşisindeki veri, malumat, bilgi, anlayış, bilgelik aşamaları içinden en az bilgi aşamasına ulaşmış olması beklenir.

Sıra Sizde 5

Sinemaya gidenler filmin ilk beş dakikasının yarattığı izlenim ile filmin geri kalanı hakkında dikkat göstermek ya da devam etmemek gibi bir eğilim içindedirler. Aynı şey konuşma için de söylenebilir. İlk izlenim önemlidir. Açılış ve çengel dinleyicilerin ilgisini çekerek dikkatlerini vermelerini ve konunun geri kalanını merak etmelerini sağlamalıdır.

Sıra Sizde 6

Sahne korkusunu yenme yöntemlerinden biri olan bilinmezi bilinir kılmak şöyle açıklanabilir. İnsanlar en kötüyü hayal etme eğilimindedir. Bu bilmedikleri şeyler üzerine daha yoğundur. Hayal gücü çok geniştir ve belki olabilecekten daha kötüsünü hayal edebilir. O yüzden önceden konuşma yerine gitmek, prova yapmak, kendi kendine konuşmayı tekrarlamak gibi o gün yapacağınız konuşmayı önceden yaparak nasıl olacağı hakkında fikir sahibi olmak o kötü düşünceleri engelleyecektir.

Yararlanılan Kaynaklar

Frank, S. (2000). **Public Speaking, Proven Techniques For Giving Successful Talks Every Time**: USA: Adams Media Corporation

Taşer, S. (2004). **Örneklerle Konuşma Eğitimi**: (7. Basım)İstanbul: Papirüs Yayınevi





Vural, B. (2005). **Uygulama ve Örneklerle Toplum Önünde Etkili ve Başarılı Konuşma Sanatı, Prezantasyon-Sunum**: İstanbul: Hayat Yayıncılık

Zıllıoğlu, M. (1993). **İletişim Nedir?** İstanbul: Cem Yayınevi


3

Amaçlarımız

Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

-  Sözsüz iletişimin tanımını yapabilecek,
-  Sözsüz iletişim kodlarını tanımlayabilecek açıklayabilecek,
-  Sözsüz iletişimin farklı boyutları hakkında bilgi sahibi olacak,
-  Sözsüz iletişimin uygulama boyutuna yardımcı olacak bir farkındalık kazanacak bilgi ve becerilere sahip olabilirsiniz.

Anahtar Kavramlar

- | | |
|---|--|
|  Sözsüz İletişim |  Jestler ve Hareket |
|  Beden Dili |  Çevre ve Kalabalık |
|  Çekicilik |  Ses Kodları ve Susma |

İçindekiler

- ❖ Giriş
- ❖ Sözsüz İletişimin Tanımı
- ❖ Sözel ve Sözsüz İletişimin Karşılaştırma Boyutları
- ❖ Sözsüz İletişim Kodlarının Ortak Özellikleri
- ❖ Çevre ve Kalabalık
- ❖ Vücut Dili, Duruşu ve Jestler
- ❖ Çekicilik ve Güzellik
- ❖ Ses Kodları ve Susma

Sözsüz İletişim

GİRİŞ

Hatırlamaya çalıştığımız bir konuşmadaki tüm sözcükleri anımsayamasanız da bunların nasıl söylendiğini hatırlarsınız. Anlamın oluşmasında nasıl söylendiği en az ne söylendiği kadar önemlidir. Fakat bu örnek durum iletişimin farklı kanal ve boyutlarından yalnızca birini ifade eder. İletişimin iki önemli boyutundan biri olan sözsüz iletişim, iletişim yokluğunu hayatımızda olanaksız kılan ve birçok kanalı iletişimde önümüze seren bir boyuttur.

Sizinle konuşan birinin ses tonundan ciddi mi olduğunu şaka mı yaptığını kavrayabilirsiniz. Ya da ilk kez gördüğünüz bir mekandaki renk kullanımı size bir fikir verebilir. İletişime geçtiğiniz insanın kıyafetleri, saç biçimi, vücut tipi, takıları, yüz ifadesi size birşeyler anlatır. Bir toplantıdaki ayaküstü sohbette kişinin vücudunun duruşu grubun size açık mı kapalı mı olduğunu ifade edebilir. Örnekleri tüm yaşantınıza yayabilirsiniz.

Sözsüz iletişim birçok farklı kanalı işe koşmamızı sağlayarak zengin bir iletişim ortamının oluşmasına ve aktarmak istediğimiz anlamları daha etkili ve doğru biçimde aktarmamıza olanak vermektedir.

Temel olarak bu dünyaya belli sözsüz iletişim kodlarının yetisine sahip olarak geliriz fakat yaşamımız ilerledikçe karmaşıklaşan toplumsal ilişkiler ve anlamlar bu iletişim boyutunda da kendimizi geliştirmemizi gerekli kılar.

Bu açıdan daha doğru ve etkili bir iletişim kurmak istiyorsak sözsüz iletişim becerilerimizi de geliştirmeye ihtiyaç duyuyoruz demektir.

SÖZSÜZ İLETİŞİM TANIMI

İletişimin önemli bir bölümünü oluşturan sözsüz iletişim boyutunda da kendimizi geliştirmek istiyorsak öncelikle sözsüz iletişimin anlamı ve tanımı üzerinde durmamız gerekmektedir. Çoğu kitapta önce iletişimin tanımı üstüne durulup sonra sözsüz iletişim tanımına geçilmektedir. Bu daha doğru bir yoldur. Öncelikle iletişim tanımını verelim:

İletişim, belirli bir bağlam veya durumda ileti alış verişi yaptığımız ve bu iletileri yorumladığımız dinamik ve geri döndürülmez bir süreçtir.

Bu tanımla daha iyi kavramak için tanımda geçen bazı kavramları açmakta fayda vardır. Öncelikle iletişim dinamiktir. Burada dinamik yalnızca hareketli olarak algılanmamalıdır. Hareket hep aynı yörengede yeknesak bir çizgi izliyorsa buna dinamik diyemeyiz. Bu sebeple iletişim bir çemberden çok bir helezona benzer şekilde ilerler.

İletişim geri döndürülmezdir. Gönderilen bir ileti yandan çıkan bir ok gibidir. Artık geri dönüşü söz konusu değildir. Doğada geri döndürülebilir sistemler vardır. Örneğin, su sıvı haldeyken ısıtılıp gaz haline dönüştürülebilir sonra da yine soğutulup sıvı hale dönüştürülebilir. Fakat iletişim doğası gereği geri döndürülebilir bir süreç değildir. Çünkü başka bir insan tarafından algılanmış olan bir iletiyi, bir anlamı onun zihninden belleğinden söküp geri alamayız. İyi bir iletişimci olmak istiyorsak buna son derece dikkat etmeliyiz. O yüzden göndereceğimiz iletileri geri döndürülmez bir süreç olduğunu hesaba katarak düzenlemeli ve göndermeliyiz.

İletişim bir süreçtir. Süreç, spesifik, ve belirli bir amaca yönelmiş sürekli eylemler serisidir. Rastgele sıralanmış davranışlar ya da eylemlerden bahsedemeyiz. Belirli bir niyet ve amaç söz konusudur. Bu durumda amaç iletilerin değiş tokuşu ve anlamlandırılmasıdır.

İletişim anlamların değiş tokuşu ve yorumlanmasıdır. Burada insan davranışı ile insan iletişiminin ayrıştırıldığı bir noktaya geldik. İnsan iletişimi diyebilmemiz için niyetli olarak belli bir amaçla gönderilmiş bir mesaj olması ve bu mesajın da bir başka insan tarafından algılanmasına ihtiyaç duyarız.

Son olarak iletişim belli bir durum ya da bağlamda ortaya çıkar. İletişim sırasında bu durum ve bağlamdan habersizsek ya da bu durum ve bağlamı hesaba katmamışsak yanlış anlaşmalara sebep olabiliriz.

Böylece artık iletişim tanımından yola çıkarak bir sözsüz iletişim tanımı yapabiliriz:

Verili bir durum ya da bağlamda sözsüz davranışların, sözel iletişim davranışlarıyla birlikte ya da tekil olarak kullanılarak anlamların değiş tokuş edilip yorumlandığı dinamik ve geri döndürülmez bir süreçtir.

İlk tanımımızı burada biraz genişlettik. Tanıma iletişim davranışlarını farklılaştırdığımız iki boyut olan sözsüz ve sözel davranışları ekledik. Aşağıdaki iletişim davranışları matrisinde iletişim davranışlarının nasıl ayrıştırıldığını görebilirsiniz(Mallandro, Barker ve Barker, 1989).

	Sözel(Sembolik)	Sözsüz(Sembolik olmayan)
Sesli	Sözel/Sesli İletişim Davranışları	Sözsüz Sesli İletişim Davranışları
Sessiz	Sözel/Sessiz İletişim Davranışları	Sözsüz/Sessiz İletişim Davranışları

Tablodaki gözleri tek tek ele alarak iletişim davranışlarını nasıl sınıflandırdığımızı daha iyi anlayabiliriz.

Sesli sözel iletişim davranışları

Diğer insanlarla iletişim kurarken kullandığımız sözcükler ve semboller olarak bu davranışları tanımlayabiliriz. Örneğin, karnım acıktı derken sesli ve sözlü bir iletişim davranışında bulunmuş oluruz. Fakat dikkat edilmesi gereken nokta şudur ki burada bu sözcük ve sembollerin nasıl söylenmiş olduğu söz konusu değildir. Yani, alaycı, sevinçli, üzgün, kısık sesle, buğulu bir sesle söylenmesi bu tür davranışların içinde yer almaz. Düz olarak kullandığımız sesli sözcükler ve sembollerdir diyebiliriz. Bu iletişim davranışları sözsüz iletişim davranışları olarak değerlendirilmez. Konuşma bu kategoriye örnek verilebilecek bir iletişim davranışdır.

Sessiz sözel iletişim davranışları

Bir önceki sırada belirttiğimiz iletişim davranışlarıyla ortak birçok yönleri olmalarına rağmen sesin kullanılmadığı bir iletişim davranışı olarak değerlendirilenler bu kategoriye girer. Sözlü sessiz davranışlar yapılandırılmış sembol sistemleridir. Çoğunlukla da kendi gramer kuralları vardır. Yazı bu tür iletişim davranışlarına örnek olarak verilebilir. Ayrıca Amerikan İşaret Dili de denilen sağır alfabesini de burada örnek olarak sayabiliriz.

Sesli sözsüz iletişim davranışları

Konuşmanın içeriğinden çok nasıl söylendiğini belirleyen, anlam konusunda ipuçları veren iletişim davranışları da bu kategoriye girer. Örneğin, konuşmanın hızı, sesin yüksekliği, ses tonu gibi ses karakteristikleri bu tür iletişim davranışlarıdır. Yukardaki örneğimiz olan karnım acıktı cümlesini ele alalım. Bunu yalvarır şekilde, ya da emreder gibi yüksek bir sesle söyleyebilirsiniz. İçeriğin aktarılma

biçimi ya da başka bir ifadeyle nasıl söylendiği sesli sözsüz iletişim davranışlarını temsil eder. Matriste ilk kez saf olarak sözsüz iletişim davranışları diyebileceğimiz davranışlar bunlardır.

Sessiz sözsüz iletişim davranışları

Bu kategoriye giren davranışlar ses yoluyla olmayan tüm ileti değiş tokuşlarını ifade eder. Örneğin, vücut tipi, şekli, duruşunuz sizin hakkınızda bir mesaj verir. Giyim kuşam tercihleriniz, ya da saç biçiminiz de öyle. Konuşurken yaptığınız jestler, yüz ifadeleriniz, mekanı kullanım biçiminiz de bu kategori içine girer. Ayrıca dokunma davranışları da burada değerlendirilir. Sözsüz iletişim olarak en çok değerlendirilen iletişim davranışları bu kategorideki iletişim davranışlarıdır.

Böylece bir iletişim tanımı ve tanımdaki kavramları açıkladık. Buradan yola çıkarak bir sözsüz iletişim tanımı yaptık ve iletişim davranışlarını sınıflandırarak iletişim davranışları içerisinde sözsüz iletişim davranışlarının konumunu belirledik.

Sözsüz iletişimi daha iyi kavramak için sözel iletişimle karşılaştırmak da fayda sağlayabilir. Bir sonraki bölümde sözsüz ve sözel iletişimi karşılaştırarak sözsüz iletişim tanımını daha da netleştirmeye çalışacağız.



Sözsüz iletişimin geri döndürülmez bir sistem oluşunu nasıl açıklarsınız?

SÖZEL VE SÖZSÜZ İLETİŞİMİN KARŞILAŞTIRILMA BOYUTLARI

Her ne kadar iletişim davranışları matrisinde sözsüz ve sözel iletişim davranışları konusunda bir fikir edinmiş olsak da birbirinden farklarını bazı boyutlarda daha açıklıkla görebiliriz. Sözsüz iletişimin konturlarını daha net çizmiş olacağız. Sözel ve sözsüz iletişimin karşılaştırılma boyutlarını şöyle sıralayabiliriz(Mallandro, Barker ve Barker, 1989):

- Yapılandırılmışlık X Yapılandırılmamışlık
- Linguistik X Linguistik olmayan
- Sürekli X Kesintili
- Doğuştan gelme X Öğrenilmiş
- Sağ X Sol beyin lobunda işlenme

Şimdi bu boyutları açarak sözel ve sözsüz iletişim arasındaki farkları daha da belirginleştirebiliriz.

Yapılandırılmışlık X Yapılandırılmamışlık

Burada sözel iletişim yapılandırılmış sözsüz iletişim ise yapılandırılmamış olarak algılanır. Yapılandırılmışlık derken dünyadaki tüm dilleri örnek gösterebiliriz. Her dilin bazı biçimsel kuralları ve grameri vardır. Bizim dilimizdeki özne, yüklem, tümleç gibi. Bu öğeler belirli bir yapılandırılmışlık içerisinde bireylece kullanılır. Bu kurallar ve gramer aynı dili konuşan insanların birbirlerini anlamalarını da sağlayan ortaklaşmış kurallardır. Örneğin, Ali okula gitti cümlesini ele alalım. Burada belli bir yapı vardır. Özne tümleç ve yüklem sırasındadır. Bu yapılandırılmışlığa tanıdık olanlar yani o dili iyi kullananların dışındakiler bu sıralamayı düzgün kuramayabilir. Bu da onların o dilin yapılandırılmışlığı konusunda fazla bilgileri olmamasından ileri gelebilir. Oysa sözsüz iletişimde böyle bir yapılandırılmışlık söz konusu değildir. Biçimsel kurallar ve gramer sözsüz iletişimde söz konusu değildir. Çoğu sözsüz iletişim mesajları bilinçsizce de gönderilebilir. Doğru değerlendirilmediğinde yanlış anlaşmalara da sebep olabilir. Çünkü bir sözsüz iletişim davranışı bir ortamda ve durumda bir anlama gelirken başka bir ortamda başka bir anlama gelebilir. Örneğin, kişinin kendi saçıyla oynaması bir kur davranışı olarak da algılanabilir, kişinin canının sıkıldığını da ifade edebilir.

Linguistik X Linguistik Olmayan

Sözsüz iletişimin spesifik bir yapısı olmaması yüzünden bir davranışa bir anlamın atfedildiği nadirdir. Bir yapılandırılmış dilde bir kelimeye bir anlam atfedilmişken sözsüz iletişim davranışlarından herhangi birine kesin ve evrensel bir anlam atfetmek çok güçtür. Her ne kadar insanların tümünün ortaklaştıkları bazı sözsüz semboller değerlendirilse de bir sözsüz iletişim dil sisteminden bahsetmek mümkün değildir. Ayrıca cümleleri, kelimelere, kelimeleri harflere bölebiliriz. Ama sözsüz iletişim davranışlarını bu şekilde parçalayamayız. Sözsüz iletişim davranışlarının bir zaman kalıbı ya da kişiye göre fiil çekimi de söz konusu değildir. Anlamlar o duruma, niyete, bağlama ve yorumlamaya göre değişkenlik gösterebilir.

Sürekli X Kesintili

Sözsüz iletişim sürekliyken sözel iletişim kesintili parçalar temelinde yükselir. Sözsüz iletişimi konuşmamızı kestiğimiz gibi kesintiye uğratmamız söz konusu değildir. Sizin vücudunuzu, sesinizi, yüzünüzü, kokunuzu algılayacak diğer insanlar ya da kendinizi görebileceğiniz bir ayna oldukça sözsüz iletişim sürekliliğini korur. Bunun karşısında sözel iletişimdeki kelimeler ve semboller belirlenmiş başlangıç ve bitişlere sahiptir. Aynı şu anda okumakta olduğunuz cümleler gibi sözsüz iletişim ifadelerine nokta koymak mümkün değildir. Sözsüz iletişim mesajları süreklidir. Sert bir tartışmada konuşma kesildiğinde dahi yüz ifadeleri, çatık kaşlar, nefes sesleri ve gergin vücutlar hala mesaj göndermeye devam ederler.

Doğuştan Gelme X Öğrenilmiş

Sözsüz iletişim ile ilgili olarak gözlem ile birçok şey öğrenseniz de nadiren sözsüz iletişim konusunda eğitim alırsınız. Hatta bazı temel sözsüz davranışları çok küçük çocuklarda da gözleyebiliriz. Bir bebek konuşmasa da gülmeyi, ağlamayı bilir. Oysa ses çıkarma yeteneğiyle doğmuş olsa da kelimeleri öğrenmesi, kelimeleri birbirine katarak cümleler kurması ve bunlara anlam yüklemesi bir öğrenme sürecinin sonucunda gerçekleşecektir. Bazı durumlarda bu doğuştan getirdiğimiz sözsüz kodları bilinçli olmadan da sergileyebiliriz. Fakat bir dil ancak öğrenilebilir. İnsanlar dil öğrenme yetisi ile doğarlar ama dili sonradan öğrenirler. Örneğin, konuştuğunuz dili bilmeyen biri yanınıza geldiğinde size birşeyler ifade edebilmek için yanında taşıdığı küçük sözlüğe sürekli bakmak zorunda kalacaktır. Ama elleriyle yeme içme hareketleri yapsa öğrenilmiş dil farkı ortadan kalkar ve sözsüz iletişim devreye girer. Dolayısıyla sözel iletişim yani dil öğrenilir fakat sözsüz iletişimin birçok kodu doğuştan gelir. Zaman içerisinde içinde yaşadığımız toplumun üzerinde uzlaştığı birçok sözsüz iletişim kodunu da öğreniriz fakat sözel iletişime göre daha az öğrenilmişlik düzeyinde kalır.

Sağ X Sol Beyin Lobunda İşlenme

Sözel ve sözsüz iletişimin farklarını değerlendirdiğimiz bu son boyut sözsüz iletişime nörofizyolojik bir yaklaşım olarak değerlendirilebilir. Bu yaklaşıma göre, uzamsal, resimsel ve gestalt görevlerini içeren birçok sözsüz uyaran beynin sağ lobunda işlem görmektedir. Bunun aksine analitik olan ve akıl yürütmeleri de içeren sözel uyarıların çoğunluğu da sol beyin lobunda işlem görmektedir. Bu konudaki araştırmalar devam etse de sözel ve sözsüz iletilerin beynin farklı yerlerinde işlem gördükleri açıktır. İşlem görme yerindeki farklılıklar sözel ve sözsüz iletilerin değiş tokuşunda ve yorumlanmasında da farklılıklara neden olmaktadır. Örneğin, bir kişinin doğru zamanda doğru beyin yarısını kullanmaması sonucu bir mesajı ve onun karşılığı olan anlamı doğru algılayamaması da olasıdır.

Sözlü ve sözsüz iletişim farklarından yola çıkarak sözsüz iletişimin sınırlarını biraz daha belirginleştirmiş olduk. Şimdi sözsüz iletişime daha fazla odaklanabiliriz. Sözsüz iletişim kodları o kadar çeşitlidir ki her birini ele almak oldukça güçtür. Bir sonraki bölümde tüm bu sözsüz iletişim kodlarının ortak özelliklerini açıklayarak sözsüz iletişimi bu kez kendi sınırları içinde daha iyi kavramaya çalışacağız.



Sözsüz iletişimin bir dilbilgisi kitabı olabilir mi, neden?

SÖZSÜZ İLETİŞİM KODLARININ ORTAK ÖZELLİKLERİ

Sözsüz iletişim içerisinde yer alan kodların ya da sözsüz iletişim davranışlarının her ne kadar birbirlerinden farklı olsalar da bazı ortak özellikleri vardır. Bunları şu şekilde sıralamak mümkündür(Zıllıoğlu, 1993):

- İletişim yokluğunu olanaksız kılma
- Duygu ve coşkuları yetkin biçimde dile getirme
- Kişiler arasındaki ilişkileri tanımlama ve belirleme
- Sözlü iletişimin içeriği hakkında bilgi verme
- Güvenilir iletiler aktarma
- Kültüre göre biçimlenme

Şimdi bunları sırayla ele alalım:

İletişim yokluğunu olanaksız kılma

Sözel ve sözsüz iletişimin karşılaştırma boyutlarından sürekli ve kesintili boyutunu hatırlamanız burada yardımcı olacaktır. Sözel iletişim kodları iletişim yokluğunu olanaksız kılar. Sözel bir iletişimi durdurabilir, kesebilirsiniz fakat kişilerin gözleri, yüz ifadeleri, vücutlarının duruşu, jestleri, el kol hareketleri, kıyafetleri halen konuşmaya devam edecektir. Hiçbir sözel ifadenin olmadığı bir anda dahi mimari öğeler, renkler hatta ortamın kokusu bir mesaj ileticektir. Elbette bu mesajları algılayabilmek için belli bir farkındalık ve eğitilmiş bir algı gereklidir. Sesin olmadığı susma anları dahi bir mesaj vermektedir. Suskunluk bazen büyük bir cevaptır. Bu noktada farkındalık konusuna değinmekte fayda vardır. Sözel iletişimi istediğimiz zaman kesebilirsek de sözsüz iletişim üzerindeki hakimiyetimiz o denli büyük değildir. Bunu hem bir avantaj hem de bir dezavantaj olarak düşünebilirsiniz. Sözsüz iletişimin hep devam ettiğini bilen bir kişi tüm sözsüz iletişim kanallarını kendi anlatmak istediğini ifade etmek için işe koşabilir ya da sözel iletişimin olmadığı noktalarda tüm bu kanallardan gelen iletileri algılayabilir. Bir başka açıdan da dezavantaj olarak algılanabilir bu durum. Örneğin, konuşmamızı durdurmak kadar açık bir hakimiyetimizin olmadığı gözlerimiz bizim hakimiyetimiz dışında hareket edebilir. Yani bize bir şey sorulduğunda cevabı bilmiyorsak önümüze bakabilir, bir kişi ile karşılaşmak konuşmak istemiyorsak gözlerimizi istemsizce kaçırabiliriz. Bu açıdan sözsüz iletişim kanallarının çokluğunu göz önüne alarak bu ortak özelliği iyi düşünmeli ve farkındalığımızı arttırmalıyız.

Duygu ve Coşkuları Yetkin Biçimde Dile Getirme

Bazen sözler yetersiz kalır. İnsanların duygularını ve coşkularını dile getirmekte her birey şairler ya da yazarlar kadar yetenekli olmayabilir. Sözsüz iletişim kodları duyguları ve coşkuları dile getirmekte sözel kodlara göre çok daha yetkindir. Bu açıdan duygu yüklü konuşmalarda sözsüz iletilerin çok daha fazla olduğu görülür. Bir kişinin konuşmasının ardından ne söylediğini kelimesi kelimesine hatırlamayabilir ama nasıl söylediğini kesinlikle hatırlarsınız. Bir metni dümdüz okuyan bir kişinin yaratacağı duygusal ve coşkusal etki ile sesinin tonunu, yüz ifadesini, jest ve mimiklerini metnin anlamındaki duyguyu aktaracak biçimde kullanan birinin ileticeği anlamlar elbette birbirinden farklı olacaktır. Bazen kelimeler duygularımızı ifade etmekte yetersiz de kalabilir. Bir dudak bükülmesi, gözlerin kısılması ya da ellerin titremesi, ses tonumuz o anda aktarmaya çalıştığımız sözel içerikten çok daha fazlasını anlatacaktır. Bu açıdan duyguların ve coşkuların ifade edilmesinde sözsüz iletişim kodlarının önemi de fazladır. Bu konuda kendimizi geliştirmeye çalıştığımızda duygu ve coşkularımızı da daha yetkin bir biçimde dile getirebilir, kendimizi ifade edebiliriz.

Kişiler arasındaki ilişkileri tanımlama ve belirleme

Özellikle tanımadığımız bir kişi ile iletişime geçmeden önce iletişim tarzınızı, biçiminizi belirlemeniz gerekir. İşte bu noktada sözsüz iletişim kodları bize ipuçları sağlarlar. Bir insanın giysilerinden onun sosyal statüsünü ya da kültürel tercihlerini tahmin etmek hiç de zor değildir. Özellikle profesyonel bir iletişimci iseniz mesajlarınızı göndermeden önce karşı tarafın referans çerçevesine göre düzenlemek

gerektiğine büyük önem verirsiniz. Karşı tarafın yani alıcının sözsüz iletişim kodlarını iyi okuyarak onun referans çerçevesi hakkında bir kanaat sahibi olabilir ve mesajınızı karşı taraf için daha kolay anlaşılır bir hale getirebilirsiniz. Bir görüşmeye gittiğinizi varsayalım, masanın büyüklüğü ile masanın sahibinin hiyerarşideki yeri arasında olasılıkla bir ilişki vardır. Ya yüz ifadesi, vücudunun duruşu? Mesafeli mi? Ses tonu dostça ve sıcak mı yoksa emredici bir tonda mı? Aranızdaki mesafeyi nasıl oluşturuyor? Oturma şekli nasıl hemen kaçmak gitmek ister gibi mi? Bunun gibi belki binlerce sözsüz iletişim mesajı kimin ast kimin üst olduğunu ya da bir hiyerarşide nasıl bir yapı içinde bulunduğunuzu size sezdirecektir. En temel örnek ise askerlerin kıyafetlerindeki rütbelerdir. Bu giyim kuşam kodu buradaki iletişimi tanımlar ve belirler. Kısaca, sözsüz iletişim kodları iletişim sırasında bu iletişimin tarzını öncelikle tanımlayan ve belirleyen ipuçları taşırlar. Bu ipuçlarına dikkat etmek doğru bir iletişim biçimini tercih etmek için son derece önemlidir.

Sözlü iletişimin içeriği hakkında bilgi verme

Konuşmanın anlamını oluşturan önemli bölüm ne söylendiğinden çok nasıl söylendiğidir. Anlam sözel içerikte çalkantılı bir denizdeki küçük bir tekne gibidir. Sözsüz iletişim bu tekneyi bir yere demirleyen çapadır diyebiliriz. Bir başka deyişle, bir kelime, bir cümle birçok anlamda anlaşılabilir. Sözsüz iletişim kodları bunların nasıl anlaşılması gerektiğini bize ifade eder. Sözsüz iletişim kodlarına özellikle dikkat göstererek yanlış anlamaların önüne geçebiliriz.

Sadece dinleyen değil, anlatan tarafta iken de sözsüz iletişimin bu özelliği çok işimize yarayacaktır. Ne ifade etmek istediğimizi sözel içerikten çok sözsüz iletişim ile biçimlendiririz. Örneğin ses kodlarını kullanarak söylediğimizin ciddi mi yoksa alaycı mı olduğunu, söylediğiniz şeye katılıp katılmadığınızı, ya da söylediğiniz şeye ne kadar güçle bağlı olduğunuzu ifade edebilirsiniz. Kelimeleri nasıl vurguladığınız onların anlamlarını doğrudan değiştirecektir.

Güvenilir iletiler aktarma

Sözsüz iletişimin sözel iletişime göre daha fazla doğuştan gelen öğeler barındırdığını ifade etmiştik. Bu açıdan sözel içeriğe göre sözsüz iletişim kodları üzerindeki hakimiyet insanlarda daha zayıftır. Örneğin insanlar konuşmalarında yanlış birşey söylediklerinde hemen konuşmayı kesebilirler ya da düzeltebilirler. Fakat yalan söylerken gözlerini kaçırıp bir insan göz hareketlerine istediği gibi kumanda edemiyor demektir. Çünkü insanların sözsüz iletişim kodları üzerindeki kontrolleri çok daha azdır. Elbette eğitilmiş insanlar bu kodların da büyük bölümünü kontrol edebilmektedirler fakat yine de iyi bir gözlemci bu kişinin sözsüz iletişim kodlarından birçok bilgi edinebilir.

Örneğin, poker oyuncuları birbirlerini çok iyi gözlemlerler. İyi bir poker oyuncusunun da yüz ifadesiyle elindeki kartlar hakkında hiçbir bilgi sezdirmemesi gerektiği söylenir. Hatta öyle ifadesiz yüzlere poker yüzü denir. Buna rağmen birbirlerini iyi gözlemleyen oyuncular birçok bilgiye ulaşır. Örneğin, ne zaman yüzüğüyle oynuyor? Göz kırpma hızı arttı mı? Göz bebekleri ne zaman büyüyor? Oturuşunu değiştiriyor mu? Vb. birçok örnek, insanların kontrol etmekte zorlandıkları davranışları ifade eder. Utandığınızda yüzünüzdeki kan damarları genişler ve yüzünüz kızarır ne kadar uğraşsak da bunu engelleyemeyiz. Bu açıdan sözsüz iletişim kodları sözel iletişim kodlarına göre çok daha güvenilir iletiler sağlamaktadır.

Kültüre göre biçimlenme

Biçimsel kuralları ve grameri olan bir sözsüz iletişim dilinden bahsetmek olanaksızdır. Aynı davranış ya da hareket farklı kültürlerde farklı anlamlara gelebilir. Bir kültürde hayır demek başı yukarı kaldırmakken bir başka kültürde sağa sola sallamak olabilir. Birçok sözsüz iletişim kodu için örnekleri çoğaltabiliriz. Bizim kültürümüzde etek yalnızca kadınların giydiği bir kıyafet olarak kabul edilmişken örneğin İskoçya da erkekler de eteğe benzeyen kıyafetler giyerler.

Toplumların yaşam tarzları, doğa ile girdikleri etkileşim birbirinden en azından coğrafi olarak farklı olacağı için elbette kültürleri de birbirinden farklı olacaktır. Bu kültürler farklı gereksinimlere ve üretim ve yaşam biçimlerine göre şekillenmiştir. Bu yönden sözsüz iletişimin kullanılışı da farklılıklar gösterecektir. Örneğin, doğuya gidildikçe insanların iletişimlerinde dokunma oranlarının arttığı

saptanmıştır. Doğu kültürleri batıya göre daha çok birbirine dokunan kültürlerdir. Aynı şey, kişiler arasındaki mesafe için de söylenebilir.

Kısaca, sözsüz iletişimin grameri olan bir dil olmadığını, kültürlere göre biçimlendiğini ve farklı kültürlerde farklı sözsüz iletişim kodlarının bulunabileceğini ayrıca aynı kodların farklı anlamlara da gelebileceğini hesaba katarak iletişim kodlarını çözümlmek ve yorumlamak daha sağlıklı sonuçlar verecektir.

Sözsüz iletişim hakkında genel bilgilere böylece sahip olduktan sonra artık farklı sözsüz iletişim kodlarını ele almaya başlayabiliriz. En genelden başlayarak insan vücuduna doğru bir yol takip edeceğiz.



Sözsüz iletişim kodları neden daha güvenilir iletiler sağlar?

ÇEVRE VE KALABALIK

Çevre ve mekan insan iletişimde önemli bir yere sahiptir. İnsanların içinde yaşadıkları doğal çevreden, şehir planlarına, mimariden odaların tasarımlarına dek birçok unsur iletişimsel amaçlar için de kullanılmıştır.

Sözsüz iletişimde bu alandaki çalışmalara proxemics adı verilir. Hall, 1968 yılında yayınladığı makalesinde çevrenin, mimarinin ve mesafenin kültürün özel bir biçimlenişi olarak ele alındığı çalışmalara atıfta bulunmak için bu kavramı ortaya atmıştır(aktaran, Leathers, 1997).

Bu alan içerisinde çevrenin, mesafenin, mimarinin, mekanın iletişime etkileri, nedenleri ve çözümlenmeleri değerlendirilir.

Her birimiz farklı yerlerde yaşamaktayız. Yaşadığımız çevrenin özellikleri iletişim biçimlerimize de etki etmektedir. Örneğin şehirlerde yaşayanlar kırsal alanlarda yaşayanlara göre daha fazla insanla iletişime geçerler. Dolayısıyla mesajlarını daha fazla çeşitte insana göre düzenlemek zorundadırlar. Ya da yine şehirlerde yaşayan insanlar kırsal alanlarda yaşayanlara nazaran çok daha fazla ileti bombardımanına maruz kalırlar ve bunun için de kendilerince algı süzgeçleri geliştirmişlerdir. Aynı durum kırsal alanda yaşayanlar için doğa olaylarıyla ilgili olarak geçerlidir.

Şimdi çevreyi en genelden başlayarak ele alalım

Doğal çevre

Yalnızca şehir ve kırsal ayrımı durumu kavramak için yeterli değildir. Coğrafi farklılıklar insanların yaşam biçimlerinde de farklılıklar göstermektedir. Örneğin, tropikal iklimlerde yaşayanlar daha az üretken bir yaşam sürerken daha soğuk bölgelerde yaşayanlar imkanlar daha kısıtlı olduğu için paylaşımı sağlayabilmek adına çok daha fazla kural oluşturmuştur. Ayrıca sosyal ilişkileri daha karmaşık ve kurallar da daha serttir(Knapp ve Hall, 1997).

İklimin ve sıcaklığın da insan etkileşimine etkisi konusunda araştırmalar yapılmıştır. Düşük barometrik basınç sağlıklı ilişkilendirilmiş, yüksek barometrik basınç ise ağrı ve depresyon ile ilişkilendirilmiştir. Öğrencilerin ise düşük barometrik basınçta, hafif rüzgarlı ve serin günlerde daha başarılı oldukları gözlenmiştir.

Hindistan'da ise 22 yıllık bir çalışmada toplumsal olayların en çok, sıcaklığın 40 derece ve üstünde olduğu zamanlarda yoğunluk kazandığı saptanmıştır.

Bunların yanında ayın hareketlerinin de insanların davranışları üzerine etkisi olduğunu iddia eden çalışmalar vardır. Fakat bu çalışmalar büyük eleştiriler almıştır. Çünkü insan davranışı üzerinde etkisi olan faktörlerin karşılıklı etkilerini ve ağırlıklarını hesap etmekten uzak araştırmalardır(Knapp ve Hall, 1997)

Kent ve Mimari

Binalar rastgele tasarlanmazlar. Bunların önünden geçen ya da bunlara bakan insanlarda bir izlenim yaratmak için de tasarlanırlar. Binaların tasarımları yalnızca insanlara bir ileti göndermek için değildir aynı zamanda o binada yaşayanlar ve sahipleri hakkında bir fikir verir(Richmond ve McCroskey, 2000). Bankaların granit ile kaplanması sonsuza kadar duracaklarmış gibi bir güven izlenimi vermektedir. Ya da ölümsüzlük talepleri için gerçekleştirdikleri piramitler ile Mısır firavunlarının kültürleri hakkında bir izlenim edinebiliriz. Bunun yanında gerçek dünyadan neredeyse insanları koparan ışıltılı sokaklar da insanlarda farklı izlenimlere neden olurlar.

Örnekler yalnızca günümüz ile sınırlı değildir elbette, örneğin Gombrich(1992) erken ortaçağda Hristiyanlığın benimsetilmeye çalışıldığı toplumlarda, ezici büyüklükleriyle kilise ve katedrallerin önemli bir toplumsal gösterge olduğunu belirtmektedir.

Berman(1999)ise kitabında Brezilya'nın başkenti Brasil'i değerlendirirken, bir demokrasi başkenti olarak bir fiyaskodur demektedir. Bu kentin tasarımını yapan mimarlar kentin ortasına eski Yunandan beri gelenek olan büyük bir alan yani plaza mayor koymamışlardır. Büyük bir alan aynı zamanda bir toplanma alanıdır ve demokrasi için gerekli olarak adlandırılır. Nitekim bir süre sonra askeri darbeler demokrasiyi Brasil'den uzaklaştırmıştır diye belirtmektedir Berman.

Ülkemizden de örnekler bulmak mümkündür. Osmanlı İmparatorluğunun son dönemlerinde büyük bir deprem yaşanan Bursa kentinin yeniden inşası için Ahmet Vefik Paşa görevlendirilir. Ahmet Vefik Paşa, batıyı gayet iyi bilen, Paris'de sefirlik yapmış ve Paris'i yeniden tasarlayan Vali Haussman'ın yaptıklarına vakıf bir kişiliktir. Osmanlı'nın modernleşme çabaları içinde değerlendirilebilecek olan bu çalışma ile Ahmet Vefik Paşa önce büyük caddeler açmıştır. Kenti modern bir kent görünümüne sokmak için binaları, sokakları yeniden düzenlemiştir. Fakat Çekirge ile eski Bursa'yı birbirine bağlayan yolu Müslüman mezarlığından geçirmek zorunda kalınca tepki çekmiş ve İstanbul'a geri alınmıştır(Saint-Laurent, 1996).

Amerika'da Mallandro, Barker ve Barker(1989) ise Las Vegas şehrini değerlendirmişlerdir. Bu şehir zorunluluklar yüzünden değil duygusal tepkiler yaratmak için böylesi ışıklı ve göz alıcı biçimde biçimlendirilmiştir. Las Vegas'da dünyanın hiç bir yerinde kullanılmadığı kadar yoğun kullanılan ışıklar sıkıcı gündelik hayattan bir fantezi dünyasına geçişi sembolize etmektedir.

Las Vegas örneğindeki gibi büyük alışveriş merkezleri de belli amaçlar ve mesajlar içerecek şekilde biçimlendirilmiştir. Örneğin buralarda günün her saati yapay ışıkla aydınlatma tercih edilir, bunun yanında parlak ve göz alıcı stantlara, müzik eşlik eder. Sanki herşey insanları daha fazla harcayabilmeleri için yaşadıkları dünyanın gerçekliğinden koparmak için düzenlenmiştir.

Çizgen'e(1994) göre kentli demek uygar bir çevrede yaşayan insan demektir. Uygarlıktan kasıt insanların manevi beslenmesine de olanak tanıyacak bir çevredir. 1867 yılında Thames Nehri kokarken, kanalizasyon ve metro çalışmaları başlamıştır. Aynı zamanda British Museum'da Karl Marx kitabını yazmaktadır. Aynı yıl Paris'de Uluslararası Paris Sergisi yapılmaktadır ve Sultan Aziz, 3. Napolyon'un davetlisi olarak oradadır. Yenilenmiş ve modern bir başkent ile karşılaşmıştır Sultan Aziz. O tarihte İstanbul ise yüzlerce camii silüeti ile ve küçük sokakları ile şarklı bir ruhu temsil etmektedir. Yabancılar mezarlıklar ile iç içe yaşayan bu kenti anlamakta güçlük çekmektedirler. 1950'lere kadar İstanbul bu halini koruyacaktır. Sonrasında ise toplumsal çalkantılar ile başka türlü bir çarpık yapılaşmanın esiri haline düşecektir.

Kent bir toplumsal karakter sunmaktadır bize. Simgeleri ile yeni bir dünya kurmaktadır. Her simge ise bir çağa damgasını vurmaktadır. Bu simgelerin bize kurduğu dış dünya özgün bir bileşimdir(Çizgen, 1994).

İnsanlar şehirler, kültürler kurarlar. Bazen coğrafi zorluklarla belli biçimde yaşamaya mecbur kalırlar. Bazen de belli biçimde oluşmuş kültür ve çevre onları belli bir şekilde yaşamaya iter. Her ne olursa olsun çevrenin ve mekanın insan etkileşimi üzerinde doğrudan bir etkisi vardır. Bu etkiyi sorgulamak insanların kendi toplumsal yapılarını ve doğrudan kendilerini anlamalarına da olanak tanıyacaktır.

Kalabalık ve Yoğunluk

Bu konu çevrenin ve mekanın iletişime etkisi içerisinde önemli bir araştırma alanı halindedir. Öncelikle bu iki kavramı anlamsal olarak birbirinden ayırarak başlayalım. Yoğunluk metrekare başına düşen insan sayısını ifade ederken, kalabalık kişilerin arzu ettikleri mahremiyet düzeyine ulaşamadıkları ya da istenilenden fazla sosyal ilişkinin olduğu durumlarda hissedilen bir şeydir. Konuya böyle baktığımızda kalabalığın subjektif, yoğunluğun ise objektif bir değerlendirme olduğu görülmektedir. Kalabalık daha çok algılama ile ilgilidir. Örneğin, 4 kişinin aynı odada kalması söz konusu olduğunda bu belli düzeyde bir yoğunluğu ifade etse de, o odada kalan her bireyin durumu aynı kalabalık düzeyinde algılamayacakları açıktır.(Leathers, 1997).

Kalabalık algısını etkileyen birçok faktörden bahsetmek mümkündür. Bu faktörleri şöyle sıralamak mümkündür(Knapp ve Hall, 1997):

- *Çevresel Faktörler:* Azalan alan, istenmeyen gürültü, ihtiyaç duyulan kaynakların azlığı ya da onları elde etme yetisinin azalması, egemenlik alanı belirleyicilerinin yokluğu.
- *Kişisel Faktörler:* Cinsiyet farklılığı, sosyal ilişki isteği, baskınlık, kontrol, düşük özgüven vb. yansıtıcı kişilik karakteristikleri ve yüksek yoğunlukla ilgili olumsuz deneyimler.
- *Sosyal Faktörler:* Aynı alan içindeki yakın insanlardan istenmeyen derecede fazla sosyal ilişki ve bu durumu değiştirme yetisi yoksunluğu, farklı bir grup içinde etkileşim ve rekabetçi, düşmanca ve istenmeyen etkileşimler.
- *Amaç İlişkili Faktörler:* İsteneni başaramamak, tamamlama yetisinden yoksun kalınan durumlar.

Bu alandaki çalışmalar genel olarak içinde bulunulan çevre koşullarını değiştirme yetisinin yoksunluğunun kalabalık algısını arttırdığı görüşünde birleşmektedirler. Kalabalık algısı ise, kalabalığa kimlerin katıldığı, kalabalığın ne zaman, ne için, nerede ve nasıl ortaya çıktığı ile doğrudan ilişkilidir.

Kalabalığın ve yoğunluğun etkileri konusunda ilk çalışmalar yüksek yoğunluk ve aşırı nüfus koşullarında hayvan davranışlarını konu alan çalışmalara temellendirilebilir. Bilim adamları uzun zaman, fare gibi deney hayvanlarının büyük sayılardaki intiharları konusunda araştırma yapmışlardır. Bu intiharların artan nüfus ile oluşan stress yüzünden ortaya çıkan endokrin reaksiyonu yüzünden olduğu iddia edilmektedir.

Bu çalışmalarda hayvan davranışları için ortaya konanlar kadar belirleyici olmasa da toplumsal yaşamda kalabalığın ve yoğunluğun olumsuz etkilerini araştıran birçok araştırma da yapılmıştır. Şehirlerde suç oranının artmasıyla birlikte, nüfus yoğunluğu ve sapkın davranışlar arasındaki bağlantı araştırılmıştır. Yoğunluk fiziksel bir durumdur ama kalabalık algısına sebep olabilir ve bu da toplumsal sorunları ortaya çıkarabilir.

Kalabalık birçok insanı rahatsız eder. Kalabalık ve insan sağlığına olan olumsuz etkileri üzerine de araştırmalar yapılmıştır. Bu araştırmalarda olumsuz etkileri ortaya çıkaran üç mekanizmadan bahsedilmektedir. Bunlar,

- Davranışsal sınırlanma
- Azalan kontrol
- Aşırı uyaran yüklemesidir.

Aşırı sıcaklığın da kalabalık algısını arttırdığı bulunmuştur. Fakat ilginçtir, çevre üzerindeki kontrol arttıkça kalabalık algısı düşmektedir.

Hapishanelerde yapılan araştırmalar ise hane içi kalabalık algısı üzerine ilginç veriler sunmaktadır. Koğuşlarda yaşayan mahkumlar bir veya iki kişilik hücrelerde yaşayan mahkumlara göre daha fazla hastalık şikayetinde bulunmakta ve daha az yaşadıkları ortamdan memnuniyetlerini belirtmektedirler. Hapishanelerde elbette çevre üzerinde kontrol imkanı daha azdır ve kişilerin kişisel egemenlik alanları talepleri daha geniştir.

Kalabalık herkes için bir sorun haline gelebilmektedir. Knapp ve Hall (1997), bu sorun ile başa çıkabilmek için bazı yollar önermektedirler:

- Her uyarıcı iletilerle daha az zaman harcamak, örneğin diğer insanlarla olan görüşmelerin süresini kısa tutmak.
- Düşük önemdeki mesajları göz önüne almamak, örneğin yanınızdan geçen bir sarhoş veya trende metroda yolda gördüğümüz insanlara dikkat etmemek, onları görmezden gelmek.
- Bazı işler için sorumluluğu diğerleriyle değiştirmek, örneğin otobüs şoförlerinden değişiklik talep etmemek, vardiya sistemlerinde değişiklik sorumluluğu kişilerin kendilerinde değildir.
- Mesajları bloke etmek, örneğin apartmanların, yerleşim birimlerinin önüne korumalar koymak, erişimi sınırlandırmak.

Knapp ve Hall bu çözüm yollarını önermiş olsalar da, bu çözüm yolları insanları birbirine yabancılaştıran yöntemlerdir. Özellikle modern dönemde insanların önemli bir problemi haline gelen yabancılaşmayı daha da arttıracak çözüm yolları kişilerin daha bireyselleşmiş ve atomik bir yaşam sürmelerine neden olabilir.



Kalabalık ve yoğunluk aynı şey midir?

VÜCUT DİLİ, DURUŞU VE JESTLER

Sözsüz iletişim, iletişim süreci içerisinde birçok işlev üstlenir. Bunlar daha önce belirtilmişti. Biz sözsüz iletişim ortamı olarak bedenimizi sıklıkla kullanırız. İnsanlar bedenleri ile hareket ederler, davranışlar sergilerler. Görünümümüzün en temel iskeletini bedenimiz oluşturur. Aktarmak istediğimiz sözsüz iletişim mesajlarından bir çoğunu bedenimizi kullanarak aktarıyoruz. Bedenimizin, durağan olduğu halde ilettiği mesajlar da vardır.

Görünüş, ilk izlenimin birincil etkileyicidir. Görünüşümüz, kuracağımız iletişimi büyük ölçüde etkilemektedir. Toplumsal yaşam içerisinde, sözlerle dile getirmesek de iletişim içerisindeyizdir. Bir ortamda yalnızca varolmamız bile birtakım iletiler iletmekte olduğumuzu göstermektedir. İletişim yokluğu varlığımız sürdürükçe olanaksızdır

İletişimin İki Düzeyi

Birçok araştırmacı, kurduğumuz iletişimin en azından %70'inin sözsüz iletişim ağırlığını taşıdığını belirtmişlerdir. Bu konuda en yoğun literatürü Amerikalı bir Psikolog olan Mehrabian'da buluruz. Mehrabian'a göre: İletişimimizin %55'ini beden dili oluşturur, %38 ses kodlarıdır ve yalnızca %7'si sözel koddan oluşmaktadır.

Hiçbirimiz sürekli konuşmayız. Ama sürekli olarak beden dilini kullanırız. Spesifik olarak söylenecek olursa içeriği sözel mesajlarla ve ilişkisel olanı beden dili ile ifade ederiz. Burada iletişimin iki düzeyinden bahsedilmektedir. Birincisi içerik düzeyidir: İçerik düzeyi, basitçe, ne hakkında konuştuğumuzdur. İçerik düzeyinde, biz ne hakkında konuştuğumuzu ifade etmeye çalışırız. Bunun için en uygun iletişim yolu konuşma dili ya da en genelde sözel iletişimdir. Sözel iletişim, "gösterdiği şey ile benzerlik taşımak" zorunda değildir. Bir başka deyişle, konuştuğumuz kelimeler, işaretler, semboller, tek taraflı olarak üzerinde uzlaşmış şeylerdir. İfade biçimleri gösterdikleri şey ile bir benzerlik taşımak zorunda değildir. İletişim için kullandığımız kelimeler, işaretler vb. gösterdiği şeyle bir benzerlik taşıyorsa o zaman buna dijital dil de denir.

İlişkisel düzeyde ise, içerik ile aktarmadıklarımızı ifade ederiz. İletişim süreci yalnızca içerikten oluşmamaktadır. Sözlerimizi söylerken, karşımızdakini nasıl gördüğümüzü, onun hakkında ne düşündüğümüzü de, söylediklerimizi "nasıl" anlaması gerektiğini gösteren mesajları da iletiriz. İlişkisel düzeyde, mesajın alıcısı ile nasıl bir ilişki içinde olduğumuzu ve mesajın ne "anlama" geldiğini ifade ederiz. İlişkileri ve duyguları ifade etmekte daha önce bahsedilen "dijital dil" oldukça yetersiz

kalmaktadır. İnsanlar için, “ne demek istediklerini” yalnızca sözlerle ifade etmek oldukça güçtür. Yoksa şairlik ve yazarlık çok kolay bir şey olmaz mıydı?

Niyetlerimizi ve duygularımızı daha açık bir biçimde ifade etmek için bir başka iletişim yolunu da işe koşmamız gerekir. Bu iletişim biçiminde, ifade edilen şeyi gösteren şeyler üzerinde özellikle kesin bir uzlaşma gerek olmadan, ya da daha önceden öğretilmiş olmadan, davranış ya da işaretin kendisinden ifade edilen şey anlaşılabilir. Örneğin saate bakıp saati anlamaktan farklı olarak, saatimi işaret etmemi ele alalım, bundan birşeyler anlaşılması için illa ki üzerinde kesin ve özel olarak uzlaşılmasını ya da saati nasıl okuyacağımı öğrenmemi gerektirmemektedir. Buna “analog dil” denir.

İlişkisel düzeydeki bir iletişim biçiminde, aktardığımız mesajın anlamını veya diğer kişilerle olan ilişkimizi daha açık hale getirebiliriz. İki durumda da ortaya çıkan iletişime *meta communication* üst-iletişim denir. Üst iletişim, kurulan iletişim hakkında gerçekleştirdiğimiz iletişimdir. Bununla birlikte, karşılıklı ilişkiler ve duygular hakkında konuşmak oldukça zordur. Karşımızdaki bir insanın duygularını incitmeden ona ne hissettiğimizi anlatacak “doğru kelimeleri” nasıl bulabiliriz? Sırf bu yüzden insanları eleştirmeyi erteleyebiliriz ya da yeterli ilgiyi gösteremeyebiliriz gördüğümüz insanlara. Bu yüzden, gün boyunca, üst iletişim için beden dilini diğerlerine göre daha etkili bir biçimde, sürekli kullanırız. Bir düşünün, kızgın bir bakış, gayri-ciddi bir el sıkma, dostça bir dokunuş vb. duygularımızı ifade etmekte zorlandığımız durumlarda daha çok şey anlatmaz mı?

Vücut Dili

Beden dili, duyguları ifade etmek için konuşma diline göre daha kolay bir yoldur. Birinden hoşlanmadığınızı sözlerle anlatmak zordur. Ama beden dili ile bunu çok açık bir biçimde ifade edebilirsiniz.

Beden diline duruş ile başlayalım.

Vücut Duruşu

Hiç hareket etmediğimiz zamanlarda da iletiler göndeririz. Vücutumuzun duruş biçimi bizim ruhsal yapımız hakkında da birçok iletiler gönderir. Örneğin, kendinizi kötü hissettiğiniz zamanlarda, omuzlarınız düşük, başınız önde, çok az göz kontağı kurmaya meyilli halinizle, çevrenin umurunuzda olmadığını iletişim kurmak istemediğinizi iletmez misiniz? Eğer vücut ve ruhun da birbirinden ayrılmaz bir bütün olduklarına inanıyorsak o halde, şu önermeyi dikkate alabiliriz: Nasıl hissediyorsak öyle duruyoruz. Öyleyse nasıl duruyorsak öyle de hissedebilir miyiz? Kendinizi kötü hissettiğiniz bir zamanda, zor olsa da, başınız dik, derin nefes alarak, dik durmaya ve enerjik adımlar atmaya çalışarak, gülümseyerek hareket edin ve farklı hissedip hissetmediğinize kendiniz karar verin.

Kapalı/Açık Vücut pozisyonları

Bir iletişimci olarak iletiyi göndereceğimiz alıcının durumunu kavramak iletişim süreci için bize büyük avantajlar sağlayacaktır. İnsanların hepsi birbirinden farklıdır. Kimisi daha cana yakınken kimisi daha ketum bir görünümde. İnsanlar her zaman iletişim kurmak için istekli de olmayabilirler. O zaman insanların nasıl bir durumda olduklarını, kurmak istediğiniz iletişime verecekleri muhtemel tepkileri önceden tahmin edebilmenizi sağlayacak bazı ipuçlarına ihtiyacınız olacak demektir. Kapalı veya açık vücut pozisyonları bu ipuçlarını sağlayabilecek niteliktedir. Kollar ve bacaklar, ayrıca bütün bir vücut ile (body wall)vücut duvarı. İnsan açık vücut pozisyonunda ise, davetkar, istekli bir görünüm sergilemektedir. Ters halde ise, kollarını kavuşturmuş ya da bacak bacak üstüne atmış, ya da vücudunu sizden başka bir yöne sanki hemen kaçmak istermişcesine çevirmiş olabilir. Bu durumda da en iyi şey iletişim sürecini fazla zorlamamaktır. Bunları özetleyen bir şema aşağıda verilmiştir.



Vücut Dili İşaretlerinin Sınıflandırılması

Aşağıda belirli boyutlarıyla beden dili işaretleri sınıflandırmışlardır. Bu boyutlar: Kullanım, Kod ve İşlevdir.

Kullanım: Burada kodların **bilinçsiz** ya da **amaçlı ve kasıtlı** yapılıp yapılmadığına göre bir gruplama yapılmıştır. Eğer alıcı kodun kasıtlı olup olmadığını çözerse. Anlamın doğruluğu hakkında daha kesin yargılara varabilmektedir.

Kodlama: Vücut işaretlerinin kodlaması da, kodun türü vücut işaretleri ile onun işaret ettiği şey arasındaki ilişkiyi belirlediği için önemlidir. Bu bölüm altında şu tür beden dili işaretleri bulunur:

Arbitrary(keyfi) kodlar: En çok kullanılan kod türü budur. Bunlar keyfi olarak adlandırılır çünkü kod ile işaret ettiği şey arasında doğrudan bir ilişki yoktur. En çok bilinen örnek, merhabalaşmalarda elini kaldırmak, el sallamak vs.

İkonik Kodlar: Bu kodlar görünüşleri yüzünden anlamları hakkında bazı ipuçları taşırlar. Yani kodlar işaret ettikleri şey hakkında görsel olarak ipuçları içerirler. Örneğin, birini öldüreceğini işaret eden birinin boğaz kesme işareti yapması.

(Intrinsic)İçsel Kodlar: Bunlar intrinsic olarak adlandırılırlar çünkü sembolik anlam ve fiziksel görünüşleri ayrılmaz biçimde birbirlerine yapışıktırlar. İşaret ettikleri şey ile doğrudan görsel bir ilişkileri vardır. Örneğin kızgın bir insanın titremesi, kızarması, yumruğunu sallaması gibi.

Vücut dilini çözmek konusunda kendini geliştirmek isteyenler işe koşulan kod türüne dikkat etmek zorundadırlar. Bazı belli vücut dili işaretleri birkaç kod türünün kombinasyonu da olabilir.

İşlev: Aşağıda vücut dili işaretlerinin işlev açısından bir sınıflandırması yapılmıştır:

- Amblemler
- İllustratörler
- Duygu Göstergeleri
- Düzenleyiciler
- Uyumlandırıcılar

Amblemler: Bunlar, verili bir kültürde üyelerin 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.

İllüstratörler: Bunlar da farkındalık ve kasıtlı kullanılırlar. Örneğin, bir nesne ile işaret etmek(baton), bir olayı ya da bir şeyi vücudun bir bölümü ile işaret etmek(diectic hareket), anlatılan nesnenin ya da şeyin resmini çizmek(pictograph). Bunlar, sözel açıklamaların açıklığını arttırmak için kullanılırlar. İllüstratörler farkındalık ve kasıtlılıkla yapıldıkları için göndericinin psikolojik durumunu, kendine güveni ve verili bir durumdaki iktidar konumları hakkında bilgi de sağlayabilirler.

Bir kişi, morali bozursa, cesareti kırılmışsa, yorgunsa, istekli değilse, karşısındakinin kendisi hakkındaki izlenimini düşünüyorsa, formal bir etkileşim ortamında baskın değilse, geneldeki illüstratör kullanma sıklığından daha düşük bir sıklıkta bu hareketleri yapar.

Anlatımda zorluk yaşandığında, dinleyenden söylenenleri anlamadığına dair bir geri bildirim alındığında illüstratörlerin kullanım sıklığı artış gösterir.

Duygu Göstergeleri: Duygu ve hislerin ifadesi genellikle yüz ile ilişkilendirilir. İletişimcinin yaşadığı hissi anlamak için yüzüne bakarız, yaşanan hissin yoğunluğunu anlamak için de vücut diline bakarız.

Bunlar önceki ikisine göre daha az kasıtlılık, farkındalık ve bilinçlilikle yapılan hareketlerdir. Bu yüzden de daha fazla güvenilirler ve daha fazla veri taşırlar.

Düzenleyiciler: İletişim sırasını ve süresini belirleyen hareketlerdir. İyi bir iletişimci için bu kodları çözmek ve kodlamak önemlidir. Bunlar da az farkındalık ve kasıtlılıkla yapılır. Bu kodlara duyarlı olunmadığında kaba olarak değerlendirilmek işten bile değildir. Örneğin, dokunarak konuşmak, parmak kaldırmak ve hızlı baş hareketleri yapmak, ya da tam tersine rahat bir pozisyonda oturup bir başka şeyle ilgilenmek örnek olarak verilebilir.

Uyumlandırıcılar: Bunlara extracommunicative gestures adı da verilmektedir. Bireyin, tutumları, kaygı düzeyi, kendine güveni konusunda diğer türlere göre daha fazla veri taşır. Kodlayıcı bunları kasıtlı yapmaz ve çoğu zaman farkında da değildir. Örneğin, rahatsız vücut hareketleri, tırnak yeme, parmak kütlelemek, ritim tutmak verilebilir. Ayrıca, iletişim sırasında kalem gibi, bir başka nesne gibi sürekli oynanan nesnelere de obje-uyumlandırıcılar olarak adlandırılmaktadır.

Şimdi de birkaç uygulamaya dönük açıklamaya bakalım. Örneğin, bir iletişim ortamındaki güç-güçsüzlük ayrımını belirten, iktidar olanı ortaya koyan vücut duruş ve beden dili özelliklerinden oluşan aşağıdaki örneğe bakalım. Bir iletişim ortamındaki güçlüyü ifade eden beden dili özellikleri şöyle sıralanmış:

- Rahat bir duruş
- Dik bir vücut 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.

Bu belirtilenden daha ayrıntılı bir biçimde içinde bulunulan durumu çözümlmek için aşağıdaki tablo daha da açıklayıcı bilgiler taşımaktadır:

Duyarlı/Uyumlu	Düşünceli	Kaçak	Kavgazı/Hırçın
Meşgul/ilgili Öne doğru eğilmiş, açık vücut, açık kollar, açık eller.	Dinleyen Aşağı yukarı sallanan bir baş. Fazla göz teması, baş sallama, onaylama, yüksek göz kırpm oranı	Sıkılmış Boşluğa bakan, çökmüş bir duruş, bir şeyler karalamak, ayakla ritm tutmak.	Bırak Konuşayım. Parmakla ritm tutmak, dik dik bakmak, ayakla ritm tutmak. Öne doğru eğilmek.
İstekli Açık ayaklar, ayaklar sandalyenin altında, parmak uçlarında öne doğru eğilmiş	Değerlendiren Gözlük veya kalem emmek, çeneye dokunmak, yukarı ve sağa bakmak, 4 pozisyonunda bacak bacak üstüne atmak.	Bırak gideyim Ayaklar kapıya doğru bakmakta, etrafına bakınmak, ceketini iliklemek.	Agresif/Saldırgan Öne doğru eğilen, parmakla işaret eden, yumruklar sıkılmış.
Aynı Fikirde Olmaya Hazır Kağıtları ya da dosyayı kapatmak, kalemi aşağıya indirmek elleri masaya koymak.	Dikkatli (Ayakta) Eller arkada, gülümseyen bir yüz ve açık ayaklar	Reddetme Arkaya yaslanarak oturma ya da arkaya doğru hareket etmek, elleri kavuşturmak, bacaklar kapalı biçimde birbirinin üstüne atılmış. Baş önde, kaşlar çatık.	Meydan Okuyan, Muhalif Eller belde ya da kalçada, kaşlar çatık.
		Savunmacı Eller kavuşturulmuş, ayaklar içe dönük	Yalan Söyleyen Yüzüne dokunmak, el ağzın üzerinde, kulağına dokunur yada çeker, gözler yerde, kaçamak bakışlar, koltukta hareketli, düşünürken aşağıya ve sola bakar.



Vücut dili kodlarını işlevlerine göre nasıl sınıflandırabiliriz?

ÇEKİCİLİK VE GÜZELLİK

Araştırmalar çekici insanların daha iyi işler bulduklarını, kendine güvenlerinin yüksek olduğunu, çekici olmayan insanlarla karşılaştırdıklarında daha fazla toplumsal güce sahip olduklarını söylüyorlar.

Böyle bir mantıkla ilerlersek, fiziksel çekiciliğin, sahip olan kişinin kişisel ve ekonomik değerini arttıran bir ürün olarak da değerlendirebiliriz.

Reklamlar, fiziksel güzelliğin son derece önemli bir özellik olduğunu sürekli vurgularlar. Ayrıca, kendilerine önerilen mallarla çekiciliklerini arttırabileceklerini de düşünen müşteriler için çekicilik önemlidir ve bunun tüketim ile arttırılabileceğine inanırlar.

Bazılarımız için, bazen vücutlarımızın içine hapsolmuş gibi hissetmek çok nadir bir durum değildir. Dış görünüşümüz her fırsatta bize bizden daha çekici biriyle çıkamayacağımızı söyler durur. Toplumsal ve cinsel yaşamımız büyük ölçüde fiziksel çekiciliğimize bağlıdır. Anormal bir fiziksel görünümü olanlar için çocukluk hiç de kolay geçirilen bir dönem değildir ve çok hoş hatıralar da bırakmaz.

Toplumdaki çekici insan stereotipi “güzel iyidir” varsayımı üzerine kurulmuştur. Güzellik “iyiliği” de ima eder, yeteneği ve başarıyı da. Bu yüzden çekici insanlar insanların gözünden daha “iyi” görünmektedir. Çünkü herkes onları öyle görmeyi istemektedir. Başarısız olduklarında bile bu bir düşünüş olarak değil bir sendeleme olarak değerlendirilir.

İyi iletişimin temelini fiziksel çekiciliğe dayandırmaya birçok insan karşı çıkar. Çekicilik sorunu insanları gündelik hayatlarında rahatsız eder. Bu yüzden de fiziksel görünümü göz ardı etme eğilimi taşırırlar. Fakat, bu davranış kötü haber getiren haberciyi cezalandırmak davranışının neredeyse aynıdır.

Milyar dolarlarla ifade edilen kozmetik sektörünün finansal büyüklüğü yukarıda belirttiğim argümanı desteklemektedir. Ayrıca plastik cerrahların gittikçe artan kazançlarını da görmezden gelemeyiz. Birer plastik cerrah olan Kurt Wagner ve Gould şöyle söylemektedirler: “Eskiden iç niteliklerin dış görünüşe göre daha önemli olduğu, eskilerin dediği gibi güzelliğın ancak derinin kalınlığı kadar olduğu kabul edilirdi. Ama, şimdi biliyoruz ki akıl ve vücut ayrılmaz bir bütündür”.

Bireylerarası iletişimde, katılımcıların görünümünün toplumsal kimliği kurduğu ileri sürülmektedir.

Objektif olarak, etkileşim içine girdiğimiz kişilerin fiziksel çekiciliğinin düzeyini hemen belirleyebiliriz. Burada toplumsal olarak üzerinde uzlaşmış bir fiziksel çekicilik idealine kendi fiziksel çekiciliğimizi, mümkün olduğunca yaklaştırmaya çalıştığımızı da görebiliriz.

Kişisel görünüş ile ilgili toplumsal stereotipte neyin güzel neyin güzel olmadığı ile ilgili ipuçları bulunur.

Yapılan araştırmalar göstermiştir ki, Amerikalılar, erkeklere göre kadınlar hakkında daha detaylı bir stereotip ya da zihinsel resme sahiptirler. Ayrıca, yine araştırmalar yüz güzelliğiyle ilgili fiziksel özellikleri tanımlamakta, vücut çekiciliği ile ilgili fiziksel özelliklere göre daha kesin yargılara sahiptirler.

Vücut Çekiciliği

Bir insan vücudunu diğerinden ayıran fiziksel özellikler de toplumsal olarak bazı karakterlerle özdeşleştirilir. Örneğın, şişman kişiler daha yumuşak başlı, zayıflar daha sinirli olarak düşünülürler. Fakat bu farkların ilk olarak sistematik biçimde ölçülmesi ve bilimsel olarak değerlendirmesini, Kretschmer'in 1925 yılındaki çalışmasında görürüz.

1925 yılında **Kretschmer**, morfolojik olarak benzer olan vücut tiplerini üç ana grupta toplamıştır:

- a. Asthenic(zayıf, ince, zarif vücut tipi)
- b. Athletic(kaslı, atletik vücut tipi)
- c. Pyknic(şişman, yuvarlak hatlara sahip vücut tipi)

1954 yılında ise **Sheldon** bir başka sınıflandırma önermiştir.

- a. Endomorphic(yuvarlak hatlara sahip, şişman vücut)
- b. Mesomorphic(kemikli, atletik, kaslı vücut)
- c. Ectomorphic(İnce, zayıf, narin vücut)

Sheldon, ayrıca **vücut tipi ile kişilik özellikleri arasında** da bir ilişki olduğunu iddia etmiştir. Vücut tipleri ve kişilik özellikleri arasında bir eşleştirme yaptığı sınıflandırma şöyledir:

- a. Endomorphic.....Viscerotonic(çekingen, tembel, üşengeç, rahat kişiler)
- b. Mesomorphic.....Somatotonic(kendine güveni yüksek, görev odaklı, agresif kişi)
- c. Ectomorphic.....Cerebrotonic(gergin, sinirli, diğerlerin karşı eleştirel kişiler)

Sheldon'un iki önermesi de oldukça yoğun eleştiriler almış olsa da insanları vücutları itibarıyla birbirinden farklılaştıran özelliklere vurgu yapması bakımından ilginçtir. Ayrıca, belirtilen kişilik özellikleri de vücut tiplerinin karşdakilerce anlaşılmasında ortaklaştıkları noktalar olduğunu göstermektedir.

Amerikan toplumunda (belki bizde de) fiziksel çekiciliği getiren vücut özelliklerin sahip olmak kadınlar tarafından daha önemli olarak algılanmaktadır.

Kadın vücut çekiciliğinde omuz/kalça oranı önemlidir. Singh'in yaptığı araştırmaya göre, vücut yağ dağılımı da önemlidir. Normal ağırlıktaki kadınlardan bahsederek düşük omuz/kalça oranı daha yüksek çekicilik anlamına gelmektedir.

Erkekler içinse ideal vücut tipi geniş omuzlar ve kaslı bir göğüs olarak belirtilmektedir. İdeal olarak erkek en azından ortalama bir kas yapısına ve uzun bir boya sahip olmalıdır.

“Geleneksel” kadınlar yukarıda belirtilen, geniş omuzlar geniş ve kaslı bir göğüs ve kaslı kollar gibi maskülen vücut özelliklerine, erkek çekiciliği açısından daha birincil bir önem vermektedirler. “Geleneksel olmayan” kadınlar kas yapısına o kadar yüksek değer vermemektedirler. Fakat, geleneksel ya da değil kadınlar, küçük göğüs ve kollara sahip erkekleri maskülenlik ve fiziksel anlamda çekici olmayan olarak değerlendirmektedir.

Kısaca, fiziksel olarak çekici olanı çekici olmayandan ayıran özellikler olarak yüz ve vücut önemlidir. Kadınlar için çekicilik profili daha iyi temellenmiş, detaylı ve kesindir. Buna göre de kadınlar fiziksel çekiciliğe erkeklere nazaran daha fazla önem vermektedirler.

Vücut Algısı

İnsanlar başkalarının vücutlarını algıladıkları gibi kendi vücutlarını da algırlar. Kendi zihinlerinde kendi vücutlarının bir resmini oluştururlar. Birinin kendi vücut imajından memnuniyet derecesine “body cathexis” denir. Birinin kendi zihninde kendi vücut imajını bozundurmasına ise “body distortion” denir.

Kendi vücudundan memnun olmayan insanlar, kendi kişisel görünüşlerini zihinlerinde görselleştirmekte alışılmadık bir zorluk çekerler. Toplumsal cinsiyet de vücut bozundurmasında önemli bir yere sahiptir. Aşağıda toplumsal cinsiyet farkları ve vücut algısı ile ilgili bazı ipuçları verilmiştir:

- Kadınlar, erkeklere göre, vücutlarından memnuniyetsizliklerini ifade etmeye daha yatkındırlar.
- Fiziksel çekiciliğe kadınlar daha büyük önem atfederler.
- Kadınlar vücut bozundurmasına da erkeklere göre daha yatkındırlar. Irk değişkeni burada büyük bir fark yaratmamaktadır.
- Kadınlar kendi vücutlarını gerçekte olduğundan daha büyük, erkekler ise daha küçük olarak algılamaktadırlar.
- Hem kadınlar hem erkekler kendi vücutlarının imajını, ideal olana yaklaşmak adına zihinlerinde farklı biçimlerde bozundurmaktadırlar.
- Kadınlar ağırlık olarak yaklaşık dört kilo daha az, erkekler ise yaklaşık iki kilo daha fazla olmak istediklerini belirtmişlerdir. Bu da fiziksel çekicilik stereotipine uygundur. Kadınlar ince ve erkekler ise daha kaslı olan ideale yaklaşmak istemektedirler.
- Ek olarak, Gabriel ve Gitell nin 1994 tarihli araştırmalarına göre, narsistik erkekler ve narsistik olmayan kadınlar kendi fiziksel çekicilik düzeylerini daha yüksek tahmin etmektedirler.
- Hem kadınlar, hem erkekler idealleştirilmiş vücut tipine uygun bir hale farklı yollardan ulaşmaya çalışmaktadırlar. Kadınlar diet yaparak zayıflamaya çalışmakta, erkekler ise salonlarda (stereoidlerle) kas yapmaya çalışmaktadır.
- Daha çok, bekar kadınlar vücutlarından memnuniyetsizliklerini sık ve açıkça dile getirmektedir.
- Bir kez endomorphik tip kurulduktan sonra damgalanma ve bireylerarası ilişkilerde normal kabul edilmenin önünde büyük bir engel oluşmaktadır.
- Eğer biri, kilolu insanların sıklıkla, ilgisiz, tembel, toplumsal olmayan tipler oldukları gibi olumsuz kişilik özelliklerinin bu vücut tipiyle özdeşleştiği düşüncesine kapılırsa ve kiloluysa kişi, bilinç altında vücut bozundurmasına gidebilir ve en azından zihninde kendi vücut oranlarını inceltmek düşüncesine sahip olabilir. Bu da onun çarpık bir kendi vücut algısına sahip olmasını beraberinde getirir.

- İnsanlar karşısındaki kişinin fiziksel çekicilik düzeylerini daha kolay ve kesin belirlerken, kendilerinin fiziksel çekicilik düzeylerinin diğerlerince nasıl algılandığı konusunda kolay ve kesin yargılara varmakta güçlük çekmektedirler.

Vücut imajının oluşmasının üç yönünden bahsedilebilir: Ben, Öteki ve Reflektif.

Ben dediğimiz, kendi kendimize vücudumuzu algılamamızdır. Vücudumuzun zihnimizdeki imajdır. Öteki dediğimiz, bizimle etkileşim kuranların vücudumuz hakkındaki görüşleridir. Reflektif dediğimizde ise, vücudumuzun objektif ve ölçü aletleriyle ölçülen özellikleriyle oluşan imajından ve algılanmasından bahsederiz.

Reflektif imaj önemlidir. Kişinin objektif ölçülerini ifade eder. Kişi diğer algıları bununla karşılaştırarak sapmaları görebilir. Reflektif imajın ben kavramı üzerine böyle bir etkisi vardır. Bu da bizim toplumdaki yerimizi algılamamıza etki eder.

Güzellik ve çekicilik toplumda bir stereotip olarak varolmaktadırlar. Bunun nedeni güzel olanın iyi olanla birlikte olduğu varsayımdır. Toplumda güzel olan iyi olanlar özdeşleştirilir. Daha güzel olmak daha iyi özelliklere sahip olmak ve sonuçta toplumun koyduğu amaçlara ulaşmak demektir. Günümüz kültür endüstrisinde güzellik iyi özelliklere sahip olmak ve bu amaçlara ulaşmak için, üzerinde uzlaşmış bir ideal de taşıyan araç haline gelmiştir. Arttırılabilen, geliştirilebilen birşeydir. Başarılı olmak için güzel ve çekici olmak gerekmektedir, güzellik ve çekicilik arttırılırsa başarı da arttırılır. Güzellik ve çekicilik ürünleri de bunları vermektir. Böylece şöyle bir sıralama ortaya çıkmaktadır. Daha çok güzellik ürünü tüketmek, daha güzel olmak, böylece daha başarılı olmak için potansiyel kazanmak. En temelde başarılı olmak görüldüğü gibi tüketmek ile ilişkilendirilmiştir.



Vücut imajının oluşmasında üç önemli boyut nelerdir?

SES KODLARI 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 öğretmen düşünün karısı ya da çocuğuyla konuşurken kullandığı ses kodları ile bir öğrencisi kendisine soru sorduğunda ya da ders anlatırken kullandığı ses kodları birbirinden farklı olacaktır.

Ses kodları birçok işlev de yerine getirirler. İçe dönüklük ya da dışa dönüklüğü, baskınlık ya da bastırılmışlığı, hoşlanmayı ya da hoşlanmamayı, iletişimde sıra düzenini ve toplumsal cinsiyet, yaş, ırk hakkındaki bilgilerin aktarılmasını sağlar ya da desteklerler.

Bunların yanında ses kodları bireylerarası tutumlar konusunda da bilgiler sağlar. Toplumsal sınıf kullandığımız aksan ile anlaşılabilir.

Ses kodları birçok işlevi yerine getiriyorsa da en temelde üç işlevden bahsedebiliriz:

1. Duygusal işlev
2. İzlenim yönetimi işlevi
3. Düzenleme işlevi

Sesin Semantiği

Sesin semantiği konusunda 1987 yılında Siegman ses kodlarını tanımlayıp sınıflandırabilecek genel bir sistem olmadığını belirtmiş olsa da, bir kişinin sesine kendine has olma özelliklerini kazandıran bazı temel vasıflardan bahsedilebilir:

1. Sesin Yüksekliği (Loudness)
2. Sesin Perdesi (Pitch)

3. Sesin ritm hızı (rate)
4. Süre (duration)
5. Sesin niteliği (Quality)
6. Sesin düzenliliği (regularity)
7. Boğumlama (articulation)
8. Telaffuz (pronunciation)
9. Sessizlik (Silence)

Sesin Yüksekliği: İnsanın sesinin gücüdür. Bu en temeldeki özelliktir. Kimsenin duymadığı bir ses diğer özellikleri ile de bir anlam taşımaz. Sesin yüksekliği decibel ile ifade edilir. Decibel: birim saniyede alıcıya ulaşan akustik enerjinin ölçüsüdür.

Sesin Perdesi: Müzikle uğraşanlar bu özelliğe yabancı değildirler. Ses perdesi, sesin ürettiği müzik notasıdır. Örneğin piyanoda bir tuşa basın ve örneğin Do'ya bağlı tel saniyede 256 kez titreşir bu Do notasıdır. İnsan sesi de buna benzer bir perdeye gelebilir. Her konuşmacının bir ses perdesi vardır. Bazen bu ses perdesi iletişim sırasında değişir bunun nedenleri ya da etkenleri Fisher şöyle anlatmaktadır: “Hisler normal ses perdesini etkiler. Örneğin üzgünken alt notalarda, perdelerde konuşulur, heyecanlıyken üst perdelerden konuşulur. Konuşmacının perde aralığı denen şey ise konuşma sırasında sesin en düşük perdesi ile en yüksek perdesi arasında kalan aralıktır. Duygusal konularda perde aralığı daha geniştir. Monoton ve formal konularda ise çok dardır.

Sesin ritm hızı: Bu özellik, anlamın aktarılmasını kolaylaştırabilir de zorlaştırabilir de . Burada konuşma hızı verili bir zaman biriminde (genelde dakikada) duyulan ses sayımına işaret eder. Anglo saxonlar için dakikada 275-300 kelimelik bir hızın üstündeki konuşma hızında algılama ve kavrama oranı düşmektedir. Bununla birlikte bireyler kurs alarak daha yüksek hızdaki anlamları da kavrayacak yetkinliğe erişebilirler.

Normal bir bireyin düşünme hızı, konuşma hızından daha yüksek olsa da, yüksek konuşma hızı her zaman istenen bir özellik değildir. Ayrıca çok düşük konuşma hızları da dinleyicilerin dikkatini dağıtabilir.

Konuşma hızı yalnızca konuşmacının konuşmasının akıcılığını belirlemekle ve iletişim etkililiğini arttırmakla kalmaz, konuşmacının konuşma hızının artması ile konuşmacı daha yoğun bir konuşma yaptığı izlenimini de uyandırır.

Süre: Bir önceki madde ile doğrudan ilişkilidir. Konuşma süresi mesajların daha rahat anlaşılabilmesi için iyi kullanılmalıdır. Zaman harca zaman kazan mottosu burada geçerlidir. Her bir cümleye gerektirdiği zamanı tanımak gerekir.

Nitelik: Bir kişinin sesini o kişinin sesi yapan ya da bir başka deyişle o kişinin sesini diğer kişilerin seslerinden ayırt etmemizi sağlayan şeydir. . Geçmiş yıllarda suç davalarında “voiceprints” denilen yazılı ses kayıtları kullanılmıştır. Bir kişinin baskın kişisel ses kalitesi onun yaratacağı izlenimi de önemli ölçüde etkilemektedir. Örneğin düz bir ses daha maskülen, buğulu sesler kolay ve seksi kadın stereotipinin değişmez temsilcisidir.

Düzenlilik: Çıkarılan sesin tempolu ve tahmin edilebilir özelliklerini ifade eder. Ani ve beklenmedik bir düzen içindeki konuşma ile sıradan ve tekdüze bir konuşma arasında bu özelliğin farkını gözlemleyebilirsiniz. Tekdüzeliliği yıkmak için bu özellik çoğu zaman aşılmaya çalışılır.

Boğumlama: Sözlere söylerken sesleri doğru çıkarmak ile ilgilidir. Boğumlama ile ilgili hatalara özellikle açık e ve kapalı e kullanımları örnek gösterilebilir. Örneğin genç kelimesi açık e ile değil kapalı e ile söylenir.

Telaffuz: Kelimeleri doğru söylemeyi ve anlamı sağlayan vurguyu doğru yerde sunabilmeyi içerir. Örneğin kirpik yerine kiprik demek bir telaffuz hatası olarak kabul edilir.

Sessizlik ve Susma: Susma konusu içinde ses barındırmamasına rağmen bu kategori içerisinde ele alınmıştır. Nasıl ki ışık karanlık ile bir ilişki içindeyse sessizlik ve susma da öyle bir ilişki içindedir. Susma rastlantısal bir olgu değildir. İçinde anlam taşır. Belli anlamları aktarmak için kullanılır. Aşağıda susma tipleri sıralanmıştır:

1. Psikolinguistik susma: Hem psikolojik hem de dilsel özellikler yüzünden gerçekleşen susma türüdür. İki çeşidi vardır.
 - a. Kısa süreli susma: Dilin gramatik yapısı yüzündendir. Yazı dilindeki kelimeleri birbirinden ayıran boşluklar olarak düşünülebilir. Burada da konuşma dilinde kelimeleri dilin yapısı nedeniyle belli biçimde ifade etmek zorunluluğundan ortaya çıkar.
 - b. Uzun süreli susma: Zihinsel süreçlerle ilgilidir. Bu susma da anlatılan konuların derinliği ve yaşantının karmaşıklığı ile ilgili olarak süre değişir.
2. Etkileşimsel susma: Bu susma kaynak ve hedef arasındaki etkileşimden doğar ve üç grupta incelenir
 - a. Karar verme ile ilgili susma: konuşmaya kimin başlayacağına karar verememek gibi durumlarda ortaya çıkar. Statü farkı, tarafların birbirini tanımaması, ne söyleyeceğine karar verememek gibi durumlar da burada sayılır.
 - b. Akıl yürütme ile ilgili susma: Hedefin, kaynağın amacını kavramaya ve söylediklerini kavrayıp anlamaya yönelik susma
 - c. Denetim kurma amacıyla susma: Otoriteyi sağlamak amacıyla susmaktır. Örneğin bir öğretmenin sınıfta gürültü varken gözlerini öğrencilerden ayırmadan susması gibi. Bir süre sonra sessizlik olur ve öğretmen sözüne başlar.
3. Sosyo-Kültürel Susma: Toplumsal ve kültürel nedenlere dayalı olan susma türüdür. Örneğin kültürümüzün bazı yörelerinde hala kadınların ve gençlerin daha az konuşmaları ya da susmaları bir gelenektir. Su küçüğün söz büyüğün ata sözü bu duruma bir örnek teşkil etmektedir.

Ses Kodlarının İletişimsel İşlevleri

Ses kodlarının en temelde üç iletişimsel işlevinden bahsedilir: Duyguları aktarma işlevi, izlenim yönetimi işlevi, düzenleyici işlevi.

Duyguları Aktarma işlevi: Ses kodları duygusal iletişimin önemli bir ortamıdır. Mehrebian'a göre aktarılan duygusal bilgilerin %38'i ses kodlarına, %55 yüz ifadesine %7'si kelimelere atfedilir. Ses kodlarının insan iletişimde önemli olması, onu herkesi iyi kullandığı anlamına gelmemektedir.

İzlenim Yönetimi İşlevi: İzlenim yönetimi üzerinde ses kodlarının fiziksel görünümünden bile daha fazla etkisi vardır. İletişimin çekiciliğinin düzeyi konusunda da belirleyicilerden biridir. Ayrıca ses kodları kişinin kişilik özellikleri hakkında da önemli bir etkendir.

Ses kodları iki türlü hizmet ederler: Sesin perdesi, tonu vs. özellikleri ile kişilik özelliklerini yansıtır, üç temel imaj boyutunda işlev görürler: İnanılabilirlik, bireylerarası çekicilik ve baskınlık.

Düzenleyici işlevi: Bireylerarası iletişim ortamını düzenlemekte ses kodları perdenin, ritmin ve ses tonunun değişmesi ile işlev görürler.

Ses kodları ve kişilik özellikleri

Street ve Bready 1982 de yaptıkları araştırmadan beri biliyoruz ki konuşma hızı ve algılanan konuşmacı yeterliği arasında güçlü bir ilişki vardır. Orta hızlı konuşma hızında sahip olanlar hakkında daha yüksek yeterlik yargısına varılmıştır. Ayrıca daha hızlı konuşanların sosyal çekicilik düzeyinde de artış gözlenmiştir.

Addinton, çalışmasında konuşma hızı ve perdesi ile stereotipik karakter atıfları üzerine bulgular ortaya koymuştur. Burada 4 deneyimli konuşmacı katılmış bunlar 7 konuşma biçimini 3 farklı konuşma hızında sunmuşlardır. Katılımcılar dinlemişler ve her biri hakkında yargılarda bulunmuşlardır. Buğulu ses ile konuşan erkekler için artistik kişilikler ve gençliğin ifadeleri kullanılmış kadınlar içinse güzelliğin ve

femeninliğin ama aynı zamanda da sığığın ifadeleri kullanılmıştır. İnce sesli kadınlar olgun olmayan olarak değerlendirilmiş erkekler içinse sonuç o oranda anlamlı çıkmamıştır. Düz, duygusuz bir ses kullanan konuşmacılar her iki cinsiyet için de maskülen özelliklere sahip olarak değerlendirilmişlerdir. Genizden konuşanlar her iki cinsiyette de arzu edilmeyen özelliklerin sembolü olarak değerlendirilmişlerdir. Boğazdan(gırtlaktan) konuşmak erkekler için daha yaşlı, daha olgun, sofistike olarak değerlendirilirken kadınlar için dikkatsiz, çirkin ve tembel olarak değerlendirilmiştir.

Ne söylediğimiz belki unutulabilir ama nasıl söylediğimizin büyük önemi vardır. İnsanlar siz konuşurken gerçekten sizi dinliyorlar mı? Onların dikkatlerini bölmeden yönlendirebiliyor musunuz? Özellikle duyguların açıklamasında önemi büyüktür ses kodlarının.

Ses özellikleri sosyal çekiciliği arttırabilme özelliğine de sahiptir. Fiziksel görünüşüyle fark edilmeyen birinin sesi bizde daha karizmati bir izlenim oluşturmaya yetebilir.

İçeriğini anlamadığımız konuşmalarda özellikle ses kodlarının duygusal bilgiler taşıdığını görürüz. Irak savaşında amerikalı asker esirlerin konuşmalarını düşünün.

Kuşların dilini anlar mısınız? Neden seversiniz o zaman?



Sosyo kültürel susma nereden kaynaklanır?

Özet

Sözsüz iletişim iletişimin önemli boyutlarından biridir. Sözel olmayan ama iletişimde anlamın aktarımında sözel iletişimden daha fazla pay sahibi olan bir alandır.

Sözsüz iletişim, verili bir durum ya da bağlamda sözsüz davranışların, sözel iletişim davranışlarıyla birlikte ya da tekil olarak kullanılarak anlamların değiş tokuş edilip yorumlandığı dinamik ve geri döndürülmez bir süreç olarak tanımlanabilir.

Sözel ve sözsüz iletişim arasındaki farkları bazı boyutlarda ortaya koyarız. Bu boyutlar: Yapılandırılmışlık ve yapılandırılmamışlık, linguistik ve linguistik olmayan, sürekli ve kesintili, doğuştan gelme ve öğrenilmiş olma, beynin sağ veya sol lobunda işlem görmedir.

Ayrıca sözsüz iletişim kodlarının ortak özelliklerini de şöyle sıralayabiliriz. Bu kodlar, iletişim yokluğunu olanaksız kılar, duygu ve coşkuları yetkin biçimde dile getirebilir, kişiler arasındaki ilişkileri tanımlar ve belirler, sözlü iletişimin içeriği hakkında bilgi verir, güvenilir iletiler sağlar ve kültüre göre biçimlenir.

Çevrenin isan iletişiminde iklim, şehir ve mimari gibi özellikler açısından büyük etkisi vardır. Kalabalık ve yoğunluk ise aynı kavramlar değildir. Yoğunluk objektif olarak metrekare başına düşen insan sayısını ifade ederken, kalabalık subjektif olarak kişi tarafından algılanan bir durumdur.

Kalabalık algısını etkileyen faktörleri, çevresel, kişisel sosyal ve amaç ilişkili faktörler olarak değerlendirebiliriz.

Sözsüz iletişimdeki bir başka önemli kod sınıfı vücut dilidir. Vücut dili işaretlerini üç boyutta sınıflandırabiliriz.

Kullanıma göre, bilinçsiz ve kasıtlı olarak, kodlamaya göre, keyfi, ikonik ve içsel kodlar, işleve göre de amblemler, illüstratörler, duygu göstergeleri, düzenleyiciler ve uyumlandırıcılar olarak sıralayabiliriz.

Vücudun kendisi de bir anlam ifade etmektedir. Bu açıdan vücut tipleri de sıralanmıştır. Vücut tiplerini, endomorphic, mesomorphic ve ectomorphic olarak sınıflandırabiliriz. Endomorphic toplu, kilolu, yuvarlak hatlı kişilerdir ve daha çok çekingen, tembel, üşengeç kişilik özellikleri kendilerine atfedilir. Mesomorphic vücut tipi atletik kaslı kişileri ifade etmek için kullanılır ve daha çok kendine güveni yüksek, görev odaklı ve agresif kişilikler ile ilişkilendirilir. Ectomorphic vücut tipi ise zayıf, ince vücut hatlarına sahip kişileri içerir ve gergin, sinirli, eleştirel kişilik özelliklerini ifade eder.

Ne söylendiği değil nasıl söylendiği ile ilgilenen sözsüz iletişim boyutu ses kodlarıdır. Ses kodları anlamın oluşmasında çok etkilidir. Sesin semantik özellikleri burada sıralanmıştır. Bu özellikler, sesin yüksekliği yani gücü, perdesi yani notası, ritm hızı yani belli bir sürede söylenen kelime hızı, süresi, niteliği yani o sesi bizim sesimiz yapan şey, düzenliliği yani öngörülebilirliği, boğumlama yani sesleri doğru çıkarmak ve telaffuz yani kelimeleri doğru söylemek olarak sıralanabilir.

Sessizlik ve susma da ses kodları içerisinde değerlendirilir. Susma rastlantısal değildir. Susma türleri de şöyle sıralanır: Psikolinguistik susma hem psikolojik hem de linguistik nedenleri içinde taşır, kısa süreli ve uzun süreli olmak üzere iki çeşittir, Etkileşimsel Susma ise üç türdür, karar verme ile ilgili susma, akıl yürütme ile ilgili susma ve denetim kurma amacıyla susma. Son susma türü ise sosyo kültürel susmadır. Sosyal kültürel nedenlerle susmaya örnek olarak kadınların çok konuşmaması gerektiğine inanılması ya da su küçüğün söz büyüğün atasözü verilebilir.

Ses kodlarının iletişimsel işlevleri ise, duyguları aktarma, izlenim yönetimi ve düzenleyici işlevi olarak sıralanabilir.

Kendimizi Sınayalım

1. Aşağıdakilerden hangisi sözsüz iletişim tanımındaki önemli ifadelerden biri **değildir**?

- Verili bir durum ya da bağlamda ortaya çıkması
- Dinamik oluşu
- Geri döndürülmez oluşu
- Sadece sessiz sözsüz davranışlardan oluşması
- Bir süreç oluşu

2. Sözsüz iletişimin belirli bir grameri, dilbilgisi yoktur cümlesi sözel ve sözsüz iletişimin karşılaştırma boyutlarından hangisine denk gelmektedir?

- Sessiz olması
- Linguistik olmaması
- Sürekli olması
- Doğuştan gelmesi
- Beynin sağ lobunda işlenmesi

3. Aşağıdakilerden hangisi sözsüz iletişim kodlarının ortak özelliklerinden biri **değildir**?

- Duygu ve coşkuları yetkin biçimde dile getirme
- Kişiler arasındaki ilişkileri belirleme ve düzenleme
- Sonradan öğrenilmeleri
- Sözel iletişimin içeriği hakkında bilgi verme
- Güvenilir iletiler sağlama

4. Sözel iletişim kodları üzerindeki hakimiyetimiz, kontrolümüz daha azdır. Bu ifade sözsüz iletişimin hangi özelliğine işaret etmektedir?

- Kültüre göre biçimlenme
- Güvenilir iletiler sağlama
- Sözel iletişimin içeriği hakkında bilgi verme
- Duygu ve coşkuları yetkin biçimde dile getirme
- İletişim yokluğunu olanaksız kılma

5. Aşağıdakilerden hangisi kalabalık için söylenemez?

- Subjektiftir
- Kişilerin algısına bağlıdır
- Kalabalık algısı çevresel faktörlerden etkilenir
- Objektiftir
- Kalabalığın algılanmasında kişisel faktörler önemlidir.

6. Aşağıdakilerden hangisi kalabalık algısını etkileyen faktörlerden biri **değildir**?

- Çevresel
- Kişisel
- Sosyal
- Psikolinguistik
- Psikolojik

7. Aşağıdakilerden hangisi vücut dili işaretlerinin sınıflandırma boyutlarından biridir?

- Sosyalliğine göre
- Sosyo kültürel ortama göre
- İşlevine göre
- Vücudun şekline göre
- Etkililiğine göre

8. Aşağıdakilerden hangisi vücut dili işaretlerinin işleve göre sınıflarından biri **değildir**?

- Amblemler
- Duygu Göstergeleri
- İkonikler
- Düzenleyiciler
- Uyumlandırıcılar

9. Çekingen, tembel üşengeç kişilik özellikleri hangi vücut tipi ile ilişkilendirilir?

- Endomorphic
- Egzomorphic
- Ectomorphic
- Mesomorphic
- Tetramorphic

10. Sesin gücü yani decibel miktarı sesin semantiğinin hangi özelliğini gösterir?

- Sesin düzenliliği
- Sesin boğumlanması
- Sesin yüksekliği
- Sesin süresi
- Sesin ritm hızı

Kendimizi Sınavalım Yanıt Anahtarı

1. **d** Yanıtınız yanlış ise “Sözsüz İletişimin Tanımı” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

2. **b** Yanıtınız yanlış ise “Sözsüz İletişimin Tanımı” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

3. **c** Yanıtınız yanlış ise “Sözsüz İletişim Kodlarının Ortak Özellikleri” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

4. **b** Yanıtınız yanlış ise “Sözel ve Sözsüz İletişimin Karşılaştırma Boyutları” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

5. **d** Yanıtınız yanlış ise “Çevre ve Kalabalık” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

6. **d** Yanıtınız yanlış ise “Çevre ve Kalabalık” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

7. **c** Yanıtınız yanlış ise “Vücut Dili, Duruşu ve Jestler” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

8. **c** Yanıtınız yanlış ise “Vücut Dili, Duruşu ve Jestler” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

9. **a** Yanıtınız yanlış ise “Çekicilik ve Güzellik” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

10. **c** Yanıtınız yanlış ise “Ses Kodları ve Susma” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Doğada bazı sistemler geri döndürülebilir. Örneğin su önce dondurulup katı hale getirilebilir sonra ısıtılıp sıvı hale döndürülebilir daha sonra dondurulup tekrar katı hale getirilebilir. Oysa sözsüz iletişim böyle değildir. Bir kez ileti karşımızdaki kişi tarafından algılandıktan sonra onun zihninden bu bilgiyi söküp geri alamayız. Bu açıdan iletilerimizi dikkatli ve bilinçli kodlamalıyız.

Sıra Sizde 2

Sözsüz iletişimin bir dilbilgisi kitabı olamaz çünkü sözsüz iletişim sözel iletişime göre daha az yapılandırılmıştır, linguistic değildir bir grameri yoktur ve kültüre göre değişkenlik gösterir.

Sıra Sizde 3

Sözsüz iletişim öğeleri daha güvenilir iletiler sağlar çünkü sözsüz iletişim daha çok doğuştan gelen bir yapıdadır. İnsanların sözsüz iletişim davranışları üzerinde kontrolleri çok fazla değildir. Bu açıdan sözsüz iletişim davranışlarını gözlemek daha güvenilir iletiler sağlar.

Sıra Sizde 4

Kalabalık ve yoğunluk aynı şey değildir. Kalabalık kişinin algısı ile ilgili subjektif bir şeydir. Yoğunluk ise objektif olarak metrekare başına düşen insan sayıdır.

Sıra Sizde 5

Vücut dili kodlarını kullanım, kodlama ve işlev boyutlarıyla sınıflandırırız, işlev boyutunda vücut dili kodlarını, amblemler, illüstratörler, duygu göstergeleri, düzenleyiciler ve uyumlandırıcılar olarak sıralarız.

Sıra Sizde 6

Vücut imajının oluşmasında üç önemli boyut, ben, öteki ve reflektiftir. Ben kendi vücudumun zihnimdeki imajıdır, öteki diğer insanların nasıl algıladıklarıdır. Reflektif ise objektif vücut ölçülerimizdir.

Sıra Sizde 7

Sosyo kültürel susma, bir toplumda kadınların, çocukların daha az konuşmasına olan inanca dayalıdır. Su küçüğün söz büyüğün ata sözünde olduğu gibi küçük olanın susması gerektiği vurgulanır. Bu o toplumun kültürel yaşamından ve toplumsal yapısından kaynaklanır.

Yararlanılan Kaynaklar

Argyle, M. (1996). **Bodily Communication:** Great Britain, Biddles Ltd, Guildford and King's Lynn

Berman, M. (1999). **Katı Olan Herşey Buharlaşıyor, Modernite Deneyimi:** (2.Basım) İstanbul: İletişim Yayınları

Çizgen, N. (1994). **Kent ve Kültür:** İstanbul: Say Yayınları

Gombrich, H.E. (1992). **Sanatın Öyküsü:** (4. Basım) Ankara: Remzi Kitabevi

Knapp, L.H., Hall, A.J. (1997). **Nonverbal Communication in Human Communication** (4th Ed.) USA: Harcourt Brace College

Leathers, G.D (1997). **Successful Nonverbal Communication:** (2nd Ed.), USA: Allyn and Bacon

Mallandro, A.L., Barker, L., Barker, A.D. (1989). **Nonverbal Communication:** (2nd Ed.). USA: McGraw-Hill

Hickson III, M.L., Stacks, D. W. (1993). **Nonverbal Communication Studies and Applications:** (3rd Ed.) USA: McGraw-Hill

Richmond, V. P., McCroskey, J. C., Hickson III, M.L., (2008). **Nonverbal Behavior in Interpersonal Relations:** (6th Ed.). USA: Pearson Education Inc.





Molnar, P., Segerstrale, U., (Eds.)(1997). **Nonverbal Communication: Where Nature Meets Culture:** USA: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers

Zillioğlu, M. (1993). **İletişim Nedir?:** İstanbul: Cem Yayınevi

4




Amaçlarımız

Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

-  Bireylerarası iletişimin doğasını açıklayabilecek,
-  Bireylerarası iletişimin temel unsurları ve ilkelerini tanımlayabilecek,
-  Bireylerarası iletişimde mesajların yapısı ve önemini açıklayabilecek,
-  Bireylerarası iletişimin insan yaşamındaki yerini açıklayabilecek

bilgi ve becerilere sahip olabilirsiniz.

Anahtar Kavramlar

- | | |
|---|--|
|  Bireylerarası İletişim Süreci |  Sözel Olmayan Mesajlar |
|  Bireylerarası İletişim Modeli |  Dinleme |
|  Sözel Mesajlar |  Çatışma |

İçindekiler

- ❖ Giriş
- ❖ Bireylerarası İletişim Nedir?
- ❖ Bireylerarası İletişimin Unsurları
- ❖ Bireylerarası İletişim Modeli
- ❖ Bireylerarası İletişimin İlkeleri
- ❖ Bireylerarası İletişimde Mesajların Yapısı
- ❖ Bireylerarası İletişimde Dinlemenin Önemi
- ❖ Bireylerarası İletişimde Çatışma

Bireylerarası İletişim

GİRİŞ

İnsan olarak varlığımızın temel gereği ilişkilerdir. Kendimizi birçok ilişki içinde buluruz. Bizim ailemiz, eşimiz, çocuklarımız, arkadaşlarımızla ya da diğer yakınlarımızla olan ilişkimiz önemlidir. Hem bireysel hem de daha geniş olan bu ilişkilerin niteliği bizim yaşamımızın niteliğini tanımlar. Bizim iletişimimiz de bu ilişkilerin niteliğini belirler. İletişim bizi biz yapan bir süreçtir.

Bireylerarası iletişim yaşam için nefes almak kadar önemlidir ve tıpkı nefes almak gibi bireylerarası iletişim de kaçınılmazdır. Yaşamımız boyunca diğerleriyle iletişim kurmamız imkânsızdır. Doğmadan önce bile harekete ve sese yanıt veririz. İlk ağlamamızla birlikte bizim de orada olduğumuzu diğerlerine bildiririz.

Yaşamdan izole olmadıkça her gün bireylerarası iletişimde bulunuruz. Ev arkadaşımızı dinleriz, öğretmenimizle konuşuruz, bir arkadaşımızla yemek için buluşuruz ve ebeveynlerimizle ya da eşimizle konuşuruz. Bunların hepsi bireylerarası iletişimdir ve bireylerarası iletişim her yeredir.

BİREYLERARASI İLETİŞİM NEDİR?

Bireylerarası iletişim, birbiriyle ilişkide ya da bağlantıda olan insanlar arasında meydana gelen iletişimdir. Genel olarak örgütlü yer ve zamanda iki kişi arasındaki iletişim olarak da değerlendirilir. Bireylerarası iletişim içinde olan insanlar birbirinin farkındadır ve birbiriyle olan bağlantının bilincindedir. Birbirleri ile bağımlıdırlar; birinin söylediği diğerinin düşüncesini ve söyleyeceği şeyi etkiler.



Bireylerarası iletişim bir ilişki içinde yer alır, bir ilişkiyi etkiler ya da bir ilişkiyi tanımlar. İletişim, ilişkinin bir fonksiyonudur ve içinde bulunduğu ilişkiye özgüdür. Siz öğretmeninizle farklı bir iletişim kurarsınız, en iyi arkadaşınızla farklı; sizin kız kardeşinizle kurduğunuz iletişimle bir komşunuz, iş arkadaşınız ya da tanıdık bir kişiyle kurduğunuz iletişim farklıdır. Ayrıca sizin iletişim biçiminiz, geliştirmek istediğiniz ilişkiyi etkileyecektir. Eğer bir insanla arkadaşça bir iletişim kurarsanız muhtemelen arkadaşlığınızı geliştireceksiniz; eğer düzenli olarak nefret dolu ve incitici mesajların değişimi söz konusuysa, muhtemelen düşmanca bir ilişki içinde olacaksınız; eğer düzenli olarak birbirinize saygı ve destek söz konusuysa, saygılı ve birbirini destekleyici bir ilişki gelişecektir.

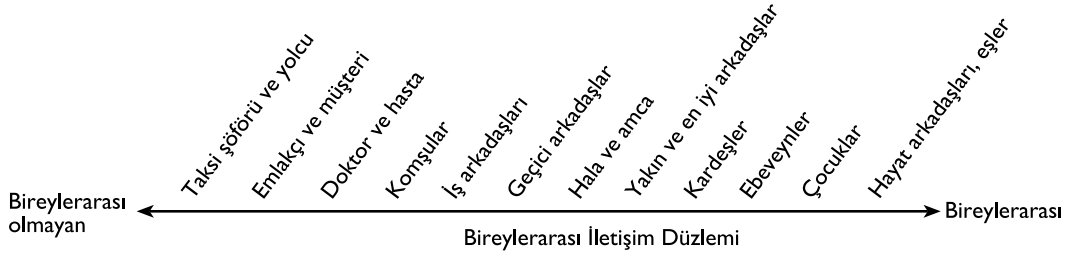
Bireylerarası iletişim sıklıkla yüz yüze gerçekleşir. Bu, bireylerarası iletişim dediğimizde ilk aklımıza gelendir. Örneğin, ders öncesi diğer öğrencilerle konuşmak, aile ya da arkadaşlarla yemekte konuşmak gibi. Bununla birlikte teknolojik gelişmelerin sonucu olarak bugün iletişimimizin bir kısmını bilgisayar aracılığı ile gerçekleştirmekteyiz. Çevrimiçi iletişim ya da bilgisayar aracılı iletişim insanların yaşamında önemli bir yer tutuyor ve dünyadaki insanların bireylerarası deneyimlerinin temel bir bölümünü oluşturuyor. Bu tür iletişimin bir kısmı gerçek zamanlı anlık iletiler, sohbetler olabileceği gibi bir kısmı da mesajınıza belli bir süre sonra yanıt almanızı gerektirecek biçimde gerçek zamanlı olmayabilir. E-mail, anlık ileti, sosyal ağlar, bloglar ve etkileşimli web siteleri bunlara örnek gösterilebilir.

Buraya kadar söylediklerimizi özetlersek:

Bireylerarası iletişim,

- Yüz yüze ya da teknoloji aracılığıyla;
- Şimdi ya da araç nedeniyle gecikmiştir;
- Değişen yakınlıkta kişisel ya da resmidir;
- Değişen yoğunlukta dostça ya da düşmancadır;
- Farklı örgütlü yer ve zamandadır;
- Farklı amaçlarla ve nedenlerdir.

Bireylerarası iletişim, bireysel olmayandan oldukça bireysel olana doğru değişim aşamalarını gösteren bir düzlem üzerindedir. Bireysel olmayanın başında gerçekten birbirini tanımayan insanlar arasındaki iletişim vardır; diğerinde ise birbirini yakından tanıyan insanlar söz konusudur.



Grafik 4.1: (DeVito, 2009: 5)

Bireysel olmayan örnekte, bireyler içinde buldukları role göre birbirine yanıt verirler. Bir taksi şoförü, eğer tanımiyorsa, yolcusuna diğer yolculardan biri gibi davranır, özel bir insan olarak değil; yolcu da aynı şekilde şoföre. İkisinin etkileşimi toplumdaki hâkim kurallar çerçevesinde olacaktır. Örneğin birbirlerine hitap etmeleri, dokunma dereceleri, fiziksel yakınlık derecesi gibi şeyler kendilerinden çok toplum tarafından oluşturulan kurallar çerçevesindedir. Diğer yandan bir baba oğulu düşünürseniz, bireysel kurallar temeli üzerine bir etkileşim kuracaklardır. Şoför ve yolcu arasındaki ilişki bireysel olmayan etkileşimlerdir. Bireye tahminin ölçülmesini sunar. Örneğin bir dersin başlangıç döneminde siz sınıfınızdaki diğer öğrencilerin davranışlarının bazıları tahmin edebilirsiniz; fakat zaman içinde siz sınıf arkadaşlarınızı gözlemleyip etkileşim içine girdiğinizde – ki bu onları daha iyi tanımanızdır – sizin tahmininizin doğruluğu artacaktır. En önemlisi de onların davranışlarını bir dereceye kadar açıklayabiliyor olmanızdır. Bu durum sizin bireysel olmayandan bireysel olana hareketinizin de bir göstergesidir. Şoför ve yolcu arasındaki mesaj değişimi bireysel değildir. Hâlâ çok az kendini açma ve duygusal bir görünümüdür. Baba ve oğul örneğinde ise oldukça bireyseldir ve çok fazla duygu ve kendini açma vardır.



Bireylerarası iletişimi bir düzlem içinde değerlendirdiğinizde nasıl bir özellik gösterir?

Bireylerarası iletişim hem sözel hem de sözel olmayan mesajların değişimini kapsar. Kullandığınız sözcükler kadar sizin yüz ifadeniz, göz temasınız ve vücut duruşunuz da bireylerarası mesajlar gönderir. Sessizlik bile bir bireylerarası mesajdır. Bu mesajlar büyük oranda etkileşim içindeki diğer faktörlere bağlıdır. Siz üniversitedeki hocanızla, en iyi arkadaşınızla ya da ailenizle konuştuğunuz gibi konuşmazsınız. İletişimde sözel veya sözel olmayan mesajların etkililiği duruma göre değişebilir. Bazı durumlarda sözel olmayan mesajlar sözel mesajlardan daha anlamlı olurken bazı durumlarda da sözel mesajlar daha çok bilgi iletacaktır (Bu konuyla ilgili daha geniş bilgi bölüm içinde ayrı bir başlık altında verilecektir).

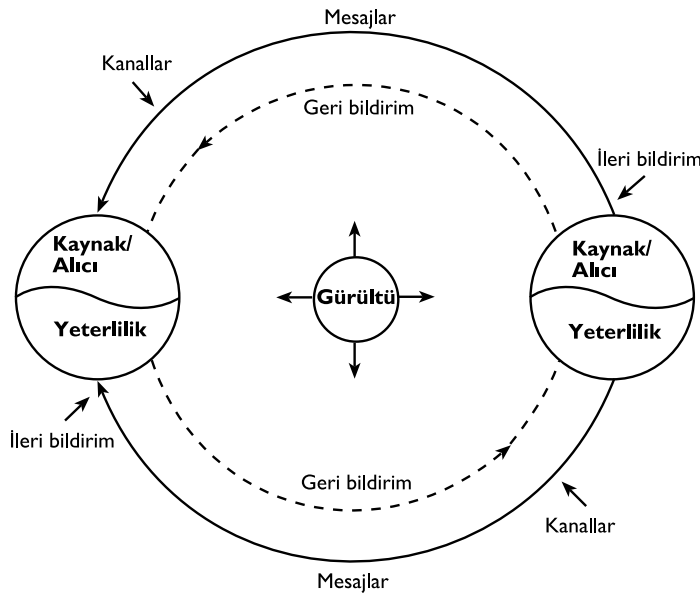
Bireylerarası iletişim bir kişinin kendi inisiyatifi dahilinde ya da kendi dışında gelişen zorunluluklardan dolayı bir ilişkiyi başlatma ve kurmayı gerektirir. Belli onaylama seviyeleri dahilinde aynı fikirde değilsek ilişkiye yanıt vermeme ya da olumsuz nitelikte yanıt verme, görmezlikten gelme ya da dinlememe yoluna gideriz. Bu süreçte kendini açma ilişkinin kurulması ve geliştirilmesinde önemli rol oynar. İlişkinin doğasına, ilişkide tarafların amaçlarına ve koşullara göre, kendini açma farklı anlam, önem ve sonuçlar içerir. Bu, iki tarafın gönüllü ve isteyerek katıldığı bir ilişki olabileceği gibi bir egemenlik ve mücadele ilişkisi olabilir.

İnsanlar bir ilişki kurma çabası içine girdiklerinde, doğal olarak bir yakınlaşma da başlar. Yakınlaşma çeşitli amaç ve gereksinimlerin günlük yaşam koşulları içinde gerçekleştirilmesiyle bağlantılıdır. Bu durum ilişkide paylaşmayı sağlamaya ve ilişkiyi yoğunlaştırmaya yardım eder. Burada belirsizlik kavramı önemlidir. İlişkinin başlangıcında diğer kişi hakkındaki bilginin azlığı belirsizliğe neden olur. Bireyler birbirinden bilgi edinmeye çalışırlar ve bilgi çoğaldıkça da belirsizlik azalır. Düşük seviyede belirsizlik yüksek seviyede yakınlığa, yüksek seviyede belirsizlik de yüksek seviyede karışıklığa neden olur. Bireylerarası benzerlikler belirsizliği azaltır. Belirsizlik azaldıkça insanlar birbirini daha iyi anlar.



Belirsizlik bireylerarası iletişimi nasıl etkiler?

BİREYLERARASI İLETİŞİMİN UNSURLARI



Grafik 4.2: (DeVito, 2009: 9)

Kaynak – Alıcı

Bireylerarası iletişim en az iki insanı gerektirir. Her insan hem kaynağın fonksiyonlarını (mesajları hazırlamak ve göndermek) hem de alıcının fonksiyonlarını (mesajları algılamak ve idrak etmek) yerine getirir. Kaynak mesajın algılanmasında önemli bir role sahiptir. Kaynağın sahip olduğu özellikler

iletişimin istenilen düzeyde gerçekleşmesini sağlar. Aynı şekilde alıcının sahip olduğu özellikler de bu süreci etkileyecektir. Sizin kim olduğunuz, ne bildiğiniz, neye inandığınız, ne istediğiniz, ne anlattığınız, tutumlarınız, bütün bunların hepsi, ne söylediğinizi, nasıl söylediğinizi, ne tür mesajlar aldığınızı ve nasıl yanıt verdiğinizi etkiler.

Mesaj

Mesaj etkileşimin içeriğidir; fikirlerimizi iletmek için kullandığımız sözel ya da sözel olmayan sembolleri içerir. Mesajlar alıcıyı duyma, görme, dokunma, koku alma, tatma ya da herhangi bir kombinasyonda uyarma görevi yaparlar. Sözcükler ve cümleler kadar hareketler ve dokunarak da mesaj iletiriz. Giydiğimiz bir elbise bizim olduğu kadar, karşımızdaki için de bir mesajdır. Yürüme biçimimiz bir şey anlatır; tokalaşma biçimimiz, başımızı eğmemiz, saçımızı tarama biçimimiz, oturma, gülümseme ya da kaşımızı çatmamız. Mesajlar kasıtlı ya da tesadüfi olabilir ve bir şekilde alıcıyı etkiler.

Kanal

Bir mesajın kaynaktan alıcıya iletilme biçimidir. Bir nevi kaynak ve alıcı arasındaki bağlantıyı yapan köprüdür. İletişim nadiren tek kanaldan olur; sık sık aynı anda iki, üç veya dört kanal kullanılabilir. Örneğin yüz yüze iletişimde hem konuşur hem dinleriz; fakat aynı zamanda mesajları görsel olarak alır ve hareket ederiz; koku yayar, diğerlerini de koklarız. Sık sık dokunma yoluyla iletişim kurarız. Telefon, e-mail, chat grupları, film, televizyon, radyo, fax vb. araçlar da kanallar arasında sayılabilir. Burada da görme duyma eylemi, ses ve ışık dalgaları ve başka teknolojik durumlar söz konusudur. İletişimin etkili ve başarılı olabilmesi için kanal seçiminin önemi büyüktür.

Kodlama - Kod Açma

Kodlama mesajların üretimi eylemidir. Duygu ve düşüncelerimizi iletmek için onları biçimlendirir ve mesaj haline dönüştürürüz. Başka bir deyişle kodlarız. İletişimde iki temel kod kullanılır: Sözel kodlar ve sözel olmayan kodlar. Bütün diller bir koddur. İletişim sürecinde hem kodlama hem kod açımı söz konusudur. Kod açımı mesajları anlama, onlara anlam atfetme eylemidir. Bu aşamada duyguların ve düşüncelerin diğer insanlarla paylaşımı temeldir. Biz fikirlerimizi ses dalgalarıyla ya da ışık dalgalarıyla yollayarak fikirlerimizi kodlarız. Ses ve ışık dalgaları içindeki fikirleri çevirerek de kodu açarız. Kodlama ve kod açımı her katılımcı tarafından yerine getirilmiş iki eylemi kapsar. İletişimde kodlama çok önemlidir; yoksa mesajı istenilen biçimde alıcıya ulaştıramayız. Ayrıca kaynak ve alıcının yaşam deneyimlerinin kesişmesi de önemli olan diğer bir noktadır.

Geribildirim

Bireylerarası iletişim süreci boyunca biz söylenen şeye bağlı olarak, karşımızdakine geribildirim mesajları yollarız. Geribildirim kaynağa karşısındaki üzerindeki etkisi ile ilgili bilgi verir. Bunun üzerine kaynak mesajlarının içeriğini ya da biçimini düzenler, değişiklik yapar, güçlendirir, önemsizleştirir ya da değiştirir. Geribildirim bizden ya da karşımızdakinden gelebilir. Biz bir mesaj gönderdiğimizde aynı zamanda kendimizi de iştiririz, yazdığımızı görürüz. Böylece kendi mesajımızdan da geri bildirim alırız. Diğerlerinden aldığımız geri bildirim değişik biçimlerde olabilir. Hoşnutsuz bir bakış ya da gülümseme olabilir; evet ya da hayır olabilir; sırtı olumluca sıvazlama ya da ağıza bir yumruk olabilir. Hiç tepki vermemek de bir geri bildirimdir. Geribildirim her zaman kolay anlaşılabilir.

İleribildirim

İleribildirim bizim asıl mesajımızı göndermeden önce hazırladığımız bilgidir. Daha sonra gelecek mesajlar hakkında bir şeyleri belli eder. Örneğin bir kitabın başındaki önsöz ya da içindekiler tablosu, bir bölümün giriş paragrafı, bir filmin ön gösterimleri, dergi kapakları, bir konuşmanın giriş bölümü gibi. Bizim birisine “Önce şuraya bir otur; söylediklerim seni şok edecek” dememiz de bir ileribildirimdir. Ya da birisiyle sohbet etme isteğimizi “Seni bütün hafta görmedim; neler yapıyorsun” diyerek belirtiriz. Ya da diğerlerine yargılamadan önce dinlemelerini söyleriz.

Gürültü

Gürültü iletişim sürecinde mesajın anlaşılmasını engelleyen her şeydir. Gürültünün dört tipi özellikle konuya uygun görülmektedir.

- *Fiziksel Gürültü:* Yüksek bir ses, güneş gözlüğü takmak, konu ile ilgisi olmayan mesajlar, okunaksız el yazısı, engellenen bir görüntü, telefon hatlarındaki bozukluk, bir insanın aniden çok yakınına oturması vb.
- *Fizyolojik Gürültü:* Görme engeli, işitme kaybı, konuşma problemi ya da hafıza kaybı.
- *Psikolojik Gürültü:* Önyargılar, dalıp gitmeler, peşin hükümler, dar görüşlülük, aşırı duygusallık vb.
- *Anlamsal Gürültü:* Konuşmacı ve dinleyicinin farklı anlamsal sistemlere sahip olması. Örneğin dil ve diyalektik farklılıklar, jargon kullanılması, karmaşık terimler, belirsizlik vb.

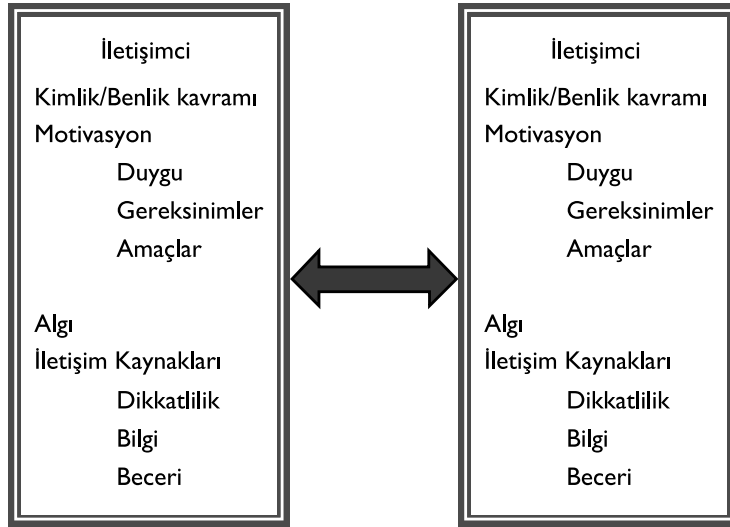
BİREYLERARASI İLETİŞİM MODELİ

Bireylerarası iletişim modeli birbiriyle etkileşim içindeki iki insan arasında gerçekleşen iletişim üzerine odaklanır. Etkileşimi anlamak için temel bileşenleri anlamak gerekir. Bunlar iletişimciler, mesajların içeriği ve iletişimin gerçekleştiği bağlamdır.

İletişimciler

İletişimciler, mesajların gönderilmesini ve alınmasını gerçekleştiren etkileşim halindeki kişilerdir. İletişimcileri anlamak için biz kimliğin rolünü, motivasyonu, algıyı ve iletişim kaynaklarını iyi değerlendirmek zorundayız.

Bireylerarası İletişimdeki İletişimciler



Grafik 4.3: (Jones, Remland & Sanford, 2007: 11)

Kimlik

Bir iletişimcinin kimliği ya da benlik kavramı bireylerarası iletişimin bütün görüntüsünü biçimlendirir. Bir kişinin kendisiyle ilgili durumunu, motivasyonunu, kendisine ya da diğerlerine yönelik davranışını ve iletişim kaynaklarını etkileyecektir. Aynı zamanda insanların bizimle iletişim kurma biçimi de bizim kimliğimizi etkileyecektir. Bu sembolik iletişim kuramının en temel katkısıdır.

Motivasyon

Biz neden yaparız; niçin yaparız? Bizi ne motive eder? İletişimciler duyguları, kişisel gereksinimleri ve amaçları tarafından motive edilirler. Duygular, bir iletişimcinin bir durumla ilgili hissettiği şeydir. Aşk, acı, kırgınlık ya da kıskançlık bizim deneyimleyebileceğimiz duygulardır. Onları yaşayarak, bizim iletişimimizdeki gücünü anlarız. Duygular, hislerden daha fazlasını ifade eder; onlar bir durumla ve diğeriyle ilgili değerlendirmelerdir. Gerçekte duygu sözcüğü motivasyonla aynı sözcük kökeninden gelir. Duygusal olmak motive edilmek demektir.

İnsan olmanın bir gereği de gereksinimlerimizdir. Bizim neye ve nasıl gereksinim duyduğumuz bizi tanımlar ve belirli bir yönde davranmamız için bizi motive eder. Biz, *dahil olma/bağlılık, kontrol/bağımsızlık* ve *yakınlık/samimiyet* gereksinimlerine sahibiz. Bu gereksinimleri hangi oranda hissettiğimiz, ne zaman hissettiğimiz ve bu gereksinimler sonucu nasıl davrandığımızla ilgili farklılık gösterebiliriz. Bunlar insan olmanın bir parçasıdır. *Dahil olma/bağlılık*, bir grubun parçası olma gereksiniminden kaynaklanır. Biz diğerleri olmadan var olamayız; bu nedenle bir grubun ya da grupların üyesi olma yönünde kuvvetli bir biçimde motive ediliriz. Biz yaşamlarımızı *kontrol* etme gereksinimi duyarız. Bizim bütün isteğimiz bize ne olduğunu saptayabilmektir. İnsanlar gereksinimlerini kontrol etme ölçüsünde farklılık gösterse de bütün bireylerarası ilişkilerde bir kontrol gereksinimi vardır. Bununla birlikte arkadaşlarımızla beraber olmaktan hoşlanmamıza karşın onların devamlı olarak nereye gittiğimizi, zamanımızı nasıl harcadığımızı ya da kiminle zaman harcadığımızı sormalarından hoşlanmayız. Bizim bütün isteğimiz biri tarafından sevilmeaktır. Sağlıklı ve mutlu olmak için biri tarafından sevilmeye gereksinim duyarız. *Yakınlık*, hoşlanma ve sevilme gereksinimidir, sevgiyi gösterebilmektir. *Samimiyet* diğerleri tarafından bilinme ve diğerlerini bilme gereksinimidir. Bizim hoşlandığımız, hoşlanmadığımız şeyleri, acılarımızı, korkularımızı, başarılarımızı ve bizi benzersiz bir insan olarak tanımlayan yeteneklerimizi paylaşma gereksinimidir. Kısaca, birçoğumuzun gereksinimi ve isteği hoşlandığımız ya da sevdiğimizle sırdaş, samimi ve yakın olmaktır.

Bizim gereksinimlerimiz ilişkimizi biçimlendirmeyi de etkiler. Biz gereksinimlerimizi dengeleyecek ilişkiler ararız. Üç temel bireylerarası gereksinimden bahsedebiliriz:

- Kendini sunma gereksinimi
- İlişkisel gereksinimler
- Araçsal gereksinimler

Biz belirli bir tarzda görünmek isteriz ve bu imajı desteklemek için kendimizi stratejik olarak sunarız. Bizim ilişkisel gereksinimlerimiz ilişkimizi geliştirmek ve sürdürmek için ne istediğimizle ilgilidir. Araçsal gereksinimler de diğerlerini etkilemek için düzenlenir.

Algı

Bir insanın belli bir yönde eyleme geçebilmesi için ön koşul, o insanın o yönde bir alternatifin varlığını bilmesi ve bu bilgiyi algılamasıdır. Bizim algılarımız dünya ile ilgili deneyimlerimizdir. Biz dünyayı kendi görüş açımızdan görüyoruz. Algılamalarımız ailemiz, tanıdıklarımız, etnik özelliklerimiz ve benzeri birçok faktör tarafından oluşur. Algılama aktif bir eylemdir. Diğer insanla ilişkimizde de algılama çok önemli bir yer tutar. Genel algılama çerçevemiz diğer insanı algılamamızı da etkileyecektir. Biz diğer insanı nasıl algılasak ona göre davranışımızı düzenleriz. İletişimin en güçlü çıktılarında biri, diğeri ile ilgili algılamayı değiştirmek için etkileşim yeteneğidir. Birisiyle memnuniyet verici bir etkileşim, onunla ilgili algılamamızı değiştirebilir.

İletişim Kaynakları

Bireylerarası iletişim, motivasyonumuzu etkili bir şekilde eylemin içine sokabilmemiz için belirli kaynakları gerektiren bilinçli bir çabadır. Biz neyi yapmak istediğimizi biliriz; fakat bunu gerçekleştirmek için gerekli kaynaklara sahip olmayabiliriz. Bunun için gerekli olan şeyleri bazı kavramlarla açıklayabiliriz. Bunlardan bir tanesi *dikkatlilik* 'tir. Dikkatlilik kendinin ya da diğer insanın davranışının, iletişim sürecini de göz önünde bulundurarak, farkında olmaktır. Eğer bizim ilişkimizi ve gerçeği neyin oluşturduğunun farkında değilsek, onu etkilemek biraz zor olacaktır.

Ne olduğunu açıklayamazsak, ne olduğunun farkında olmak yeterli olmayacaktır. *Bilgi* önemlidir. Biz, belirli iletişim davranışlarının niye belli etkilere sahip olduğunu anlayabiliyor muyuz? Örneğin, farklı mesajların nasıl ve niçin duyguları tetiklediğini anlayabiliyor muyuz? Eğer bir farkındalığa ve bilgiye sahipsek, biz etkileşimin ve iletişimin geleceğini tasavvur edebiliriz. Bu konuda *becerilerimizi* geliştirmeye gereksinimimiz vardır. Beceri gelişimi yavaş, pratik yapma ve yardımla artacak bir süreçtir.

İçerik

Mesajın içeriği, etkileşim sürecinde karşılıklı olarak ilettiğimiz ve anladığımız bilgidir. Biz mesajları sözel ya da sözel olmayan kodlarla inceleyeceğiz (Bu konuyla ilgili daha geniş bilgi bölüm içinde ayrı bir başlık altında verilecektir).

Bağlam

İletişim bağlamsaldır. Başka bir deyişle iletişimde şartlar, ortam önemlidir. Bağlamı çeşitli başlıklar altında değerlendirebiliriz.

Fiziksel Bağlam: İç mekân – dış mekân; kalabalık – sakin; kamu – özel; birbirine yakın – uzak; sıcak – soğuk; karanlık – aydınlık gibi şeyleri içerir. Fiziksel bağlamın iletişimi etkilemesi kaçınılmazdır. Örneğin kalabalık bir caddede öğleden sonra yapılacak bir konuşma ile akşam mum ışığında yapılan bir konuşma pek çok yönden farklıdır.

Sosyal Bağlam: Bu, toplumsal olaylara karşı insanların beklentileriyle ilgilidir. Bir sınıf ortamındaki iletişim biçimiyle bir futbol ortamındaki iletişim biçimi farklıdır. Ya da bir düğün ortamıyla yas ortamındaki beklentiler de farklıdır. Bu aynı kültürler için benzer şeyi içerirken farklı kültürlerde farklılık gösterir.

Bireylerarası bağlam: Bireylerarası ilişkilerdeki farklılıkların sonucu olarak diğerlerinin davranışları ile ilgili beklentiler söz konusudur. Örneğin öğrenci - öğretmen arasındaki iletişim, ister sınıf içi isterse sınıf dışı, yakın arkadaşlarla olan iletişimden farklılık gösterir. Aynı şekilde çok yakın olmadığımız kişiler ve aile üyeleriyle olan iletişim de farklıdır. İnsanlar birbirlerini tanıdıkça deneyimlerini paylaşırlar. Kısaca bütün ilişkilerin doğası farklıdır.



Bireylerarası iletişimdeki temel bileşenler nelerdir?

BİREYLERARASI İLETİŞİMİN İLKELERİ

Buraya kadar anlattıklarımızı bazı kavramlar çerçevesinde değerlendirdiğimiz zaman bireylerarası iletişimle ilgili temel ilkeler aşağıdaki gibi oluşturulabilir.

Bireylerarası İletişim Bir Süreçtir

Bireylerarası iletişim sürekli değişen bir süreçtir; her şey bir değişim halindedir. Biz değişiriz, iletişimde bulunduğumuz insanlar değişir ve ortam değişir. Bu değişimler bazen belirgin bir şekilde bazen de farkedilmeden olur; ama her zaman gerçekleşen bir şeydir. Bu süreç daireseldir; bir kişinin mesajı diğerinin mesajı için uyarıcı olarak hizmet eder. O da ilk mesajı gönderen için bir uyarandır. Bu böylece devam edip gider. Bu özelliklerinden dolayı bireylerarası iletişim süreci karşılıklı bir etkileşim sürecidir.

Unsurlar Birbirine Bağlıdır

Bireylerarası iletişimde sadece bireyler birbirine bağlı değildir; iletişimin çeşitli unsurları da birbirine bağlıdır. Bireylerarası iletişimin her bir unsuru birbirleriyle ve bütünlükle yakından bağlantılıdır. Bu nedenle bir unsurdaki herhangi bir değişim diğerlerinde de değişime neden olur. Örneğin siz öğrenci arkadaşlarınızla son sınav hakkında konuşurken öğretmenin yanınıza gelince sizin konuştuğunuz konunun içeriği, bunu ifade tarzı gibi şeylerde bazı değişiklikler olur.

İletişim Süreci Kurallarla Yönetilir

İletişim sürecinde insanların ne yapması gerektiğini ve değerinin ne yaptığını nasıl algılayacağını bilmesi için belirli kurallar takip edilir. Size bir soru sorulur siz yanıtıyorsunuz. Neden? Çünkü bu, iletişimde temel kurallardan biridir. Bir sorunun bir yanıtı olması gerekir. Yanıt vermeme ilgisizlik ya da saygısızlığı gösterir. Karşınızdaki kişi konuşurken siz de aynı anda konuşmazsınız. Neden? Çünkü anlaşılacak ve anlamak için bu gereklidir. Siz anlamadıkça iletişimde yetkin olamazsınız.

İletişim Kültürü Tarafından Belirlenmiştir

Kültürü ve iletişimi anlamamızın bir yolu, kültürün bizim kullandığımız iletişim kanallarının kaynağı olduğunun farkında olmaktır. Biz aile kültürü, bölgesel kültür, dini kültür, ırksal/etnik kültür, mesleki kültür, ulusal kültür ve diğerlerini düşünebiliriz. Bizim geldiğimiz kültür iletişim eylemi boyunca anlamı nasıl nakledeceğimiz ve değerinin iletişim eylemindeki anlamı nasıl yorumlayacağını sağlar. İletişim problemleri sık sık biz farklı kültürlerle iletişim kurduğumuz zaman olur. Böyle durumlarda kişisel iletişim kurallarını takip edemeyebiliriz; bu konuda beceriksiz ya da kaba görülebiliriz. Kültürel farklılıklar sık sık yanlış anlamalara temel oluşturabilir; bunlar da çatışmaya neden olabilirler.

İletişimin Yorumlanması Niyetinden Daha Önemlidir

Bir kişinin bir davranışı nasıl yorumladığını anlamak değerinin iletmeye niyetlendiği şeyi anlamaktan daha önemlidir. Birçok iletişim durumunda, bizim bir iletişimci olarak niyetlendiğimiz şeyi diğer kişi bizim iletmek istediğimiz anlamda yorumlayamayabilir ve kendi yorumlarına göre yanıt verebilir. Yorum iletişim durumunu çerçeveler ve hangi iletişim kurallarının kullanılacağını belirtir; daha sonraki iletişimin yörüngesi olur.

İletişim Geri Alınamaz ve Tekrar Edilemez

Biz iletişim kurma niyetinde olalım ya da olmayalım diğerlerinin davranışını etkileriz. Belirli bir mesajı silme girişimleri (örneğin, “Onu demek istemedim” “Söylediğimi unut” ya da “Başka şeyler konuşalım” gibi) onu daha çok vurgular.

Bireylerarası İletişim Amaçsaldır

Her bireylerarası iletişim bir amaca sahiptir ya da belli amaçların bileşenidir. Bununla ilgili beş amaç tanımlanabilir:

1. **Öğrenmek:** Bireylerarası iletişim dış dünyayı daha iyi anlamamız için objelerin, olayların ve insanların dünyasını öğrenmemizi sağlar. Bilginin büyük bir oranını kitle iletişim araçları aracılığıyla alsak da bilgiyi bireylerarası etkileşim sonucu tartışır, öğrenir ve özümseriz. Gerçekte bizim inançlarımız, tutumlarımız ve değerlerimiz medya ya da biçimsel eğitim sisteminden çok bireylerarası karşılaşmalardan etkilenir. En önemlisi de bireylerarası iletişimin kendimizi tanımaya yardım etmesidir. Diğerleri ile kendimiz hakkında konuşarak düşüncelerimiz, duygularımız ve davranışlarımızla ilgili değerli geribildirimler alırız. Bu iletişimlerle diğer insanlara nasıl gözüktüğümüzü öğreniriz; kim bizden hoşlanıyor, kim hoşlanmıyor, niçin?
2. **İlişki kurmak:** Bireylerarası iletişim bize ilişki kurmayı öğretir. Biz arkadaşlığımızı ya da sevgimizi bireylerarası iletişim aracılığı ile iletiriz. Aynı zamanda diğerlerinin arkadaşlık ve sevgi mesajlarına tepki ya da yanıt veririz. Bu tür iletişim, yakın ilişkiler kurmak ve sürdürmek için duyulan en temel gereksinimlerin de merkezine oturur. Biz sevmek ve sevilmek, hoşlanmak ve hoşlanılmak isteriz. Böyle ilişkiler yalnızlığın ve depresyonun azalmasına hizmet eder; paylaşmamızı sağlar ve memnuniyetimiz çoğaltır. Genelde kendimizle ilgili daha pozitif düşünmemizi sağlar.
3. **Etkilemek:** Bireylerarası karşılaşmalarda diğerlerinin tutumlarını ve davranışlarını etkileriz. Örneğin diğerlerinin belirli bir yönde karar vermelerini ya da düşünmelerini, yeni bir kitap almalarını, bir kaydı dinlemelerini, bir filmi izlemelerini, özel bir kurs almalarını, bir şeyin doğruluğuna ya da yanlışlığına inanmalarını ya da bir fikre değer vermelerini isteyebiliriz. Bu

nedenle ikna çabalarına gireriz. İletişim ikna edici bir süreç olarak kabul edilir ve bizim bütün iletişimlerimiz ikna amaçlı aramalardır.

4. *Eğlenmek*: Hafta sonu etkinlikleri için arkadaşlarımızla konuşmak, spor tartışmak, öyküler anlatmak, şakalar yapmak ve genelde sadece zaman geçirmek eğlenme fonksiyonlarıdır.
5. *Yardım Etmek*: Bireylerarası iletişim sürecinde yardım etme amacı da önemlidir. Örneğin üzgün bir arkadaşımıza yardım ederiz, bazı iş arkadaşlarımıza işle ilgili önerilerde bulunuruz. Profesyonelce ya da başka bir biçimde bu yardım fonksiyonunun başarı ile tanımlanması bizim bireylerarası iletişim bilgi ve becerimize bağlıdır.



Bireylerarası iletişimin süreç olma özelliği ne demektir?

BİREYLERARASI İLETİŞİMDE MESAJLARIN YAPISI

Bireylerarası iletişimde hem sözel hem de sözel olmayan mesajlar kullanılır. Diğerleri ile olan iletişimimizde pozitif bir ortam olmasını, iletmek istediklerimizin istediğimiz yönde, doğru bir şekilde anlaşılmasını istiyorsak sözel iletişimimiz tek başına yetmeyebilir. Bununla birlikte mesajlarımızın sözel içeriğine önem vermezsek diğerleri bizim neyi ifade etmeye çalıştığımızı anlamayabilir. Bundan dolayı hem sözel hem de sözel olmayan iletişim unsurları bir alıcı için tüm mesajı ve onun arkasındaki anlamı almak için gereklidir.

Sözel Mesajlar

Bireylerarası iletişimde dil merkezdedir. Dili kafamızın içindeki düşünceleri başkasına aktarmak için kullanırız. Sembollerin toplamı olan dil bizim bir parçamızdır. Herbirimiz kendimize özgü bir dil içinde düşünür, konuşur ve dinleriz. Dilimiz kültürümüzden, komşularımızdan, mesleklerimizden, kişiliğimizden, eğitimimizden, aileden, arkadaşlardan, yeniden düzenlemelerden, deneyimlerden, cinsiyetten, yaştan ve buna benzer birçok şeyden etkilenir. Örneğin bir fotoğrafı üç farklı yapıdaki insana gösterirseniz üç farklı tanım getirecektir. Bu tanımları kendine göre sözcüklerle yapacaktır. Bu, dilin kişisel doğasını göstermektedir.

Bir dili anlamamız için sözcüklerin nasıl anlamlı hale geldiğini bilmemiz gerekiyor. Öncelikle anlamlar sözcüklerin doğasında yoktur; o anlamları biz onlara veririz. İkincisi, sözcüklerin bir özetleme ya da sadeleştirme olduğudur. Örneğin bulunduğunuz şehir bir haritada bir nokta olarak görülebilir. Bu nokta, şehrinizin nerede olduğunun sadeleştirilerek verilmesidir. Sözcükler de benzer işlevleri görürler. Üçüncü olarak da sözcüklerin gerçeği organize ettiği ve sınıfladığıdır. Konuşmamız esnasında dünyadaki bütün şeyleri sayamayız; onları gruplar içinde toplarız. Örneğin kalabalık içindeki birini yanımızdaki kişiye tanımlarken, onu uzun boylu, kısa kahverengi saçlı ve gözlüklü olarak tarif ederek, ayırt edilebilmesini sağlamak gibi.

Sözel mesajlara temel oluşturan dil diğerleri ile olan iletişimimizde çok önemlidir. Bireylerarası iletişimde dili kullanma biçimimiz bizim karşımızdaki kişiyle olan iletişimimizi de yönlendirecektir. Dili kullanma ile ilgili davranışlarımız bizimle ilgili ipuçları da verecektir. Sözel mesajların iletilme biçimi bizim diğerleriyle olan ilişkilerimizi değişik açılardan etkiler. Örneğin duyguların açıklanması, kişiliğin yargılanması, öğrenme yeteneği, diğerlerini ikna etme yeteneği gibi. Bizim duygu ve düşüncelerimizi karşımızdakine sözel mesajlar aracılığı ile aktarırken eğer dilin kabul edilmiş düzenini takip etmezsek iletişimimiz de kesintiye uğrayacaktır. Yaptığımız gramer hataları, seçtiğimiz sözcükler, cümle yapıları, üslup, klişeler, argo kullanımı, jargon, bölgesellik ya da cadde dili ve benzer şeyler diğeriyle olan iletişimimize engel olan dil kullanımları olarak karşımıza çıkacaktır.

Sözel iletişimimiz esnasında sesle ilgili davranışlarımız önemlidir. Biz iletişimimizin akışını beden dili ya da göz hareketlerimizle birlikte sesimizi kullanma biçimimiz ve vurgulamalarımızla da sağlarız. Hepsi bizimle ilgili karşımızdakine belli ipuçları verir. Bu ipuçları birçok mesajın iletilmesine de yardımcı olur. Bizim konuşma biçimimiz diğerlerine geçmiş deneyimlerimiz, yaşımız, sosyo ekonomik statümüz, nerede yetiştiğimiz ve buna benzer pek çok ipucu verir.

Sesle ilgili konuşurken değinmemiz gereken bir başka nokta da “sessizlik”tir. Birçok inanın tersine, sessizlik konuşmanın tersi değildir. Duruma bağlı olarak bizim düşüncelerimiz, duygularımız, tutumlarımız ve diğerleriyle ilgili birtakım bilgiyi içerir. Sessizlik konuşmanın akışı sırasındaki duraklamalara karşılık gelir. Bu duraklamalar hem “doldurulmuş” hem de “doldurulmamış” duraklamalar olarak tanımlanabilir. Doldurulmuş duraklamalar konuşma esnasında “uh” “er” “ah” gibi yapılan kesilmeler, kekelemeler ya da tekrarlardır. Doldurulmamış duraklamalar ya da sessizlik ise konuşma esnasında sesle ilgili etkinlik durduğu zaman olur. Bunlar değişik olabilir. Örneğin tereddütle ilgili bir sessizlik genellikle bir sonraki konuşmayla ilgili belirsizliğin neden olduğu duraklamalardır. Bazen konuşmayı kodlarken ya da kod açarken duraklamalar olabilir. Bu, konuşmanın gramerle ilgili akışının başlangıcında yoğunudur. Düşünceleri sözcüklerle aktarma esnasında duraklamalar olabilir. Bir başka durum etkileşimli sessizlik ya da duraklamalardır. Bu, etkileşimde bulunanlarla ilgilidir. Örneğin, yaşlı insanlara saygıyı belirtmek için ortaya çıkan sessizlik, çatışma halindeki bireyler arasındaki soğuk sessizlik gibi. Bazen de sessizliği ilişkimizdeki uzaklığı oluşturmak için kullanırız. Fiziksel olarak hareket etmesek de sessiz kalarak psikolojik bir sessizlik yaratabiliriz.

Sözel İletişim İle İlgili Beceriler

Kasıtlı Düzensizlikten Kaçınma

Biz dili kendi kullanımlarımız içinde rahatızdır. Alışkanlık haline getirdiğimiz bazı sözel örnekler vardır ki herhangi bir düzensizlik yarattığımızı düşünmeyiz. Herkesle benzer konuştuğumuzu zannederiz; bizi anladıklarını düşünürüz; ancak bu her zaman mümkün değildir, anlayamayabiliriz. Biz klişelerimiz içinde rahatızdır. Oysa ki bu konu çaba gerektirmektedir. Boş, merak uyandırıcı, klişeler içeren yapıdan ve yapmacıklıktan uzaklaşmak iletişimi daha istenilen yönde geliştirecektir. Bu nedenle temel amaç basit olmak üzerine odaklanmalıdır.

Tanımlayıcı Olmak

Bu, gözlemsel pratiği tanımlama eylemidir. Biz değişik açılardan tanımlayıcı olabiliriz. Bunlardan en basiti algımızı kontrolden geçirmekle başlar. Başka bir insanla iletişime girdiğimizde bir olayla ilgili genel anlamı bilmek, onu yakalamak önemlidir. Diğer insanların bizimle aynı algıya sahip olup olmadıklarını kontrol etmemiz önem kazanmaktadır. Örneğin diğer insana “Burası sıcak değil mi? ”, “Uzun bir hafta olacağına benzer” ya da “Zor bir sınavdı değil mi?” diye sorduğumuzda aslında onay alma, açıklık getirme durumu vardır. Ayrıca duyduğumuz şeyleri daha tanımlayıcı, açıklayıcı bir tavırla dinleyip yanıtlamak iletişime yön vermektedir. Bu davranış önce duyduğumuzun tekrarı daha sonra da onun imasıyla ilgilidir. Bunu cümleler aracılığı ile yaparız. Bazen de beklenmedik sözcükler kullandığımızda ya da bir sözcüğü özel anlamıyla kullandığımızda bir karışıklık meydana gelebilir. Eğer karşımızdaki insanın bu nedenle söylediklerimizi anlamadığının farkına varırsak o kavramı başka bir yolla açıklamak önemlidir. Aynı şekilde biz de aynı şeyle karşılaştığımızda bizim de daha tanımlayıcı olunmasına gereksinimimiz vardır.

Somut Olmak

İletişimde belirsiz ve özetleyici konuşmaktan çok somut ve net olmak önemlidir. Örneğin, “ Benim de görüşlerimi dikkate alsan iyi olur” cümlesi net değildir, bir kesinlik yoktur. Oysa ki “Konuşmaya başladığımdan itibaren üç kez konuşmamı kestir. Benim görüşlerimin senin görüşlerin kadar önemli olmadığını düşündüğünü hissediyorum.” netleştirilmiş, somut bir konuşmadır.

Duyarlılık

Mesaj alıp verirken kendi kullandığımız dil kadar karşımızdakinin de kullandığı dile duyarlılık göstermemiz gerekmektedir. Dilimizin, deneyimlerimizin ve gerçeklerimiz arasındaki farkın unutulmaması önemlidir. Anlamlar uyusmuyorsa, unutmamamız gereken şey anlamların insanlarda olduğudur. Böyle durumlarda anlaşamamazlıklar üzerinde durmak yerine anlama düzeyleri üzerinde durmak gerekmektedir. Diğer insanı konuştuğu dil yüzünden yargılamaktan kaçınmak ve farklılığı vurgulamamak önemlidir.

Açıklık

Bir mesajı aktarmak istediğimiz zaman açık bir ifade tarzı gerekmektedir. Birçok sade, basit sözcüğün de anlaşılabilmesi doğaldır. Anlamak ve anlamlandırmak için alıcının aynı algı, duygu ve düşüncelere sahip olması kolaylık sağlayacaktır. Bununla birlikte aktarmak istediklerimizdeki açıklık, sadelik önemlidir. Karşımızdakine çok fazla bilgi vermeye çalıştığımız zaman dikkati dağılacaktır. Mesajımızın anlaşılmadığı durumlarda farklı yolları denemek iletişimi pozitif anlamda yönlendirecektir. Kısacası karşımızdaki ile aynı dilde konuşmanın yollarını bulmamız gerekmektedir.

Esneklik

Dil kullanımında ve anlamada esneklik önemlidir. İletişim esnasında birçok yanlış anlama, değerlendirme ve yanlış yorumlama olabilir. Bunların farkında olup bir esneklik payı bırakmak gerekmektedir.

Sözel Olmayan Mesajlar

Bireylerarası iletişimde sözel mesajlar kadar sözel olmayan mesajlar da önemlidir. Biz birisiyle iletişim kurduğumuz zaman yalnızca onun sözel ifadelerine değil yüz ifadelerine, el kol hareketlerine, bedeninin duruş tarzına ya da sesinin tonu gibi şeylere de dikkat ederiz. Sözcüklerin dışında da biz devamlı karşımızdakine bir şeyler iletiriz. Sözel mesajlar bir devamlılık gerektirir. Biz bir şeyler söyleriz, susarız. Sonra biraz daha konuşuruz. Sözel olmayan mesajlar süreklidir; asla kesintiye uğramaz. Başka bir deyişle biz iletişimde bulunmadan duramayız. Sözel olmayan mesajlara baktığımızda aslında bazı kesintiler olduğunu görürüz. Örneğin jestler başlar ve biter, göz kontağı başlar ve biter, dokunma başlar ve biter, gülme başlar ve biter; ancak bütün bunlar sözel olmayan mesajların belli parçalarıdır. Bu açıdan bakıldığında bir devamlılık söz konusudur.

Sözel olmayan mesajlar kültürden etkilenir. Belirli konularda nasıl davranacağımızı, kültürümüz öğretir. Benzer bir şekilde kültürümüz diğer insanların sözel olmayan davranışlarının oluşturduğu iletişimi nasıl yorumlayacağımızı da öğretir. Böylece sözel olmayan bir davranış kültürümüz içinde bize güçlü mesajlar gönderirken başka bir kültür için bir şey ifade etmeyebilir ya da hafif bir niteliğe sahip olabilir. Bazen farklı kültürlerdeki aynı tip davranış çok zıt anlamlara sahip olabilir.

Sözel Olmayan Mesajların Fonksiyonları

Tamamlama

Bazı sözel olmayan mesajlar sözel mesajlarla beraber tutarlı bir görünüm sunarlar. Sözel bir mesajı tamamlayan sözel olmayan bir mesaj onu güçlendirir, aydınlatır, genişletir ya da gerçek anlamını açıklar. Örneğin birbirini seven iki insan düşünelim. Biri diğerine “Seni seviyorum” dediği zaman bunu hoş, güzel bir ses tonu ve duygularını pozitif bir biçimde yansıtan yüz ifadesi ile yapıyorsa mesaj daha güçlü olacaktır.

Yalanlama

Sözel mesajları tamamlama yerine onlarla çatışma halindedir, onları yalanlar, reddeder ya da karşı koyar. Bir yönetici tarafından uyarılan bir çalışanı düşünelim. Yönetici “Bana tekrar hata yapmayacağını söyle” dediği zaman çalışan tekrar hata yapmayacağını suratını asarak, biraz da alaylı bir ifadeyle ve masasına bakarak söylediği zaman bu çalışanın aynı hatayı yapmayacağına inanabilir miyiz? Eğer sözel ve sözel olmayan mesajlarda bir çelişki varsa insanlar sözel olmayan mesajlara inanmaya meyillidirler.

Tekrar etme

Sözel olmayan bir mesaj tekrarlama fonksiyonu da sunar. Bu, sözel mesajı yeniden ifade etmek olarak da görülebilir. Örneğin bir yerde otururken iki çay istediğinizi düşünelim. Çoğu zaman parmaklarınızla iki işareti yaparak bunu tekrar edersiniz.

Düzenleme

Sözel etkileşimler düzenleme ve yönlendirme aracılığı ile koordine edilir. Bu tür düzenlemeler ve yönetmeler öncelikle sözel olmayan mesajlar tarafından olur. Bu düzenleyici mesajlar örneğin bir insana bakmak ya da bakışını başka yere çevirmek, birisine konuşmanızın bitmediğini söylemek için parmağınızla (bir dakika) gibi işaret yapmak, sesi alçaltmak ya da yükseltmek gibi şeyler olabilir.

Yerine Geçme

Başka bir şeyin yerini alma sözel mesajlar yerine sözel olmayan mesajlar kullanıldığı zaman olur. Örneğin el sallamak ya da el işaretiyle çağırmak gibi. Bir insana negatif bir sözcük kullanmak yerine kötü ve dik dik bakmak yeterli olacaktır.

Vurgulama

Sözel olmayan mesajlar sözel bir mesaja daha dikkat çekmek, vurgulamak için kullanılır. Örneğin konuşurken ses tonununu belirli bir yerde yükseltmek ya da birine dokunmak gibi. Yapılan belli vurgulamalar sözel bir mesajı güçlendirir ya da zayıflatır.

Yukarıda belirttiğimiz bu fonksiyonlar her zaman ayrı ayrı meydana gelmez. Bazen birden fazlası aynı anda kullanılabilir.

Bireylerarası İletişim Sürecindeki Etkin Sözel Olmayan Mesaj Kategorileri

Yüz İfadeleri

İnsan yüzü duyguların ifadesinde en temel araç olarak kabul edilir. Bunun nedeni genellikle etkileşim anında açık bir şekilde görülür olmasındandır. Bizim duygularımız ve bu duyguların yüzümüze yansması birbirinden ayrılmaz bir bütündür. Yüzümüz bir ayna gibidir; değerleri ile etkileşimimizi düzenler ve yönetir. Biz yüzümüzdeki ifadeyle diğerlerinin mesajını onaylayıp onaylamadığımızı, inanıp inanmadığımızı v.b. belirtiriz.

Yüzdeki ifadelerle ilgili değişik görüşler vardır. Bir görüşe göre bazı yüz ifadeleri insanın doğuştan getirdiği özelliklerdir. Dünyadaki değişik kültürlerdeki insanlarda da benzer ifadeleri görebiliriz. Örneğin üzüntü, kızgınlık, nefret, korku, şaşırma ve mutluluk gibi. Başka bir görüş çevre, toplumsal kurallar ve kültürün bizim yüz ifadelerimize etkisi olduğunu söyler. İlk yıllardan itibaren çocuklar belli durumlar için çeşitli rol modelleri ile ilgili yüz ifadelerini öğrenirler. Bir başka temel görüş daha vardır. Bu görüşe göre de yüz ifadeleri hem doğuştandır hem de sonradan öğrenilir. Eğer yeni doğan ya da küçük yaştaki çocuklara bakarsanız onların duygularını ne kadar spontan gösterdiğini görebilirsiniz. Bununla birlikte büyümeye başladıkça kendi kültürlerinin yetişkin dünyası içinde toplumsallaşmaya da başlarlar. Bu süreçle birlikte duyguların ifade edilmesinde neyin uygun neyin uygun olmadığı da öğrenilir.

Yüz ifadelerinin kontrolünü sağlayan bazı uygulamalar vardır. Bunlardan ilki “*maskeleme*”dir. Biz maskelemeyi belli kültürel ve toplumsal etkiler sonucu öğreniriz. Burada duygularla ilgili ifadelerin bastırılması söz konusudur. Bunun yerine şartlara uygun kabul edilebilir ifadeler yer alır. Başkaları ile girdiğiniz bir yarışta kaybettiğinizi düşünün. Nasıl bir duygu içinde olacaksınız? Büyük bir ihtimalle çok üzüleceksiniz ve belki karşınızdakine de kızacaksınız; ancak bunu açıkça göstermekten kaçınabilirsiniz. İyi görünmek ve onu kutlamak durumunda kalırsınız çoğu zaman. Diğer uygulama “*kuvvetlendirme*”dir. Burada hissettiğimiz duygunun abartılarak sunumu söz konusudur. Örneğin çeşitli Akdeniz ülkelerinde üzüntü ve keder çoğu zaman abartılabilir. Bazı insanlar da bunu konuşma biçimine yansıtır ve duygularını fazlaca abartarak iletişimde bulunur. “*Tepki sergilememe*” de bir başka uygulamadır. Bazı insanların yüzlerinde duygularını belli edici hiçbir ifade göremezsiniz. Bazı durumlarda bu gerekli olabilir. İnsanın ifadelerini yansıtması zor olduğu için biraz da yetenek gerektiren bir uygulamadır.

Yüz ifadeleri ile birlikte le alacağımız göz, insanın iletişim sürecinde çok önemlidir. Dışarıdaki dünya hakkındaki bilgimizin yaklaşık yüzde 80’i gözümüz aracılığıyla bize ulaşır. Konuşma, dinleme, dokunma eylemlerimize karşın biz hala “görsel yönü ağır basan” canlılarız. İnsanlar arasındaki ilk temas gözler

aracılığıyla kurulur. Eğer gözle kurulan temasta bir taraf ya da iki taraf belli bir memnuniyetsizlik duyarsa bu iletişimin devamı büyük bir olasılıkla gelmeyecektir. Gözlerimizle başlangıçlar yaparız, kontrol ederiz, severiz, nefret ederiz, saldırırız ya da aşağılarız. Bütün bunları tek bir söz bile etmeden yapabiliriz.

Bireylerarası iletişimde gözle kurulan teması değerlendirirken dikkat edeceğimiz kategoriler vardır. Bunlar; “cinsiyet”, “kişilik özellikleri” ve “kültürel geçmiş”tir. Ayrıca göz temasındaki yoğunluk ilişkinin niteliği ile de çok ilgilidir. Örneğin düşük statülü bir birey saygısını göstermek için daha fazla göz teması kurma çabasıdadır. Bir insandan hoşlanıp hoşlanmamamız da göz teması kurmamızda önemli bir faktördür. Bu çok yakın ilişki kurduğumuz kişilerde daha yoğundur. Göz temasını karşımızdakine doğru yoğunlaştırmamız bizim onun söylediği şeyle ilgilendiğimiz ya da dikkat ettiğimiz de bir göstergesidir; ancak bu kültürlerarası iletişimde farklılık gösterebilir. Bir insanın kültürü bu konuda çok önemlidir.

Jestler ve Vücut Hareketleri

Jestler ve vücut hareketleri bir insanın sözcüklerinin arkasındaki gerçek duygularını ifade eder. Burada üç farklı kategori söz konusudur: İşaretler, tasvir ediciler, düzenleyiciler.

İşaretler, sözel olmayan iletişim kategorisi içinde ele alınmalarına karşın sözel iletişimle birlikte daha çok anılırlar. Doğrudan sözel mesajların taşıyıcısı olabilirler ve kasti olarak kullanılabilirler. Birçok durumda sözcüklerin yerine geçmesi için kullanılır. Toplumda kullanılan dil gibi bu işaret dili de öğrenilir. Bu yüzden farklı kültürlerden olanlar için anlaşılması güç olabilir.

Tasvir ediciler, genellikle belli kategorilerden oluşurlar. İlk kategori konuşmayı açıklayıcı ya da ima edici jestlerdir. Örneğin yakaladığımız balığın büyüklüğünü karşımızdakine anlatmak için ellerinizle bunu gösteren bir tasvirde bulunursunuz. Bir başka kategori mesajın vurgulanmasıdır. Örneğin biz üç fikirden bahsederken parmaklarımızla da bu sayma işlemi gösteririz. Kaynağa konuşmayı yönlendiren bir başka kategori daha vardır. Bunlar konuşma ile aynı zamanda olur. Örneğin diğer insanın konuşmaya devam etmesi için başımızla, gözümüzle ya da vücut hareketimizle belli işaretler göndeririz. Tasvir ediciler daha çok yüz yüze iletişimde ortaya çıkar; çünkü bizim yüz yüze iletişimimizde kaynak olarak konuşmamızı açıklayıcı bir şanstır bu. Tasvir ediciler kullanıldığı zaman konuşma daha yumuşak, açık ve daha az karmaşık geçer.

Düzenleyiciler, işaretler ve tasvir ediciler gibi kasti değildir. Örneğin bir toplantıda söz almak istediğinizde muhtemelen biraz ileri doğru uzanacaksınız, elinizi yukarı kaldıracaksınız, nefesinizi ayarlayacaksınız ve doğrudan konuşmacıya bakacaksınız. Eğer konuşmacı söz vermeye istekli ise size bakacak ve konuşmanızı isteyen bazı hareketler yapacaktır. Size söz vermeyip konuşmasına devam edecekse sesini daha yükseltecek, konuşmasını hızlandıracak ve eğer çok yakınsanız eliyle size dokunup “bir dakika bekle” mesajı verecektir. Bütün bunlar çok çabuk olur. Biz bu düzenleyicileri nadiren algılarız; ancak bunlar etkileşimi düzenleyici niteliktedir.

Duruş

Duruşlar duygusal durum ve ilişkiler için zengin bir bilgi kaynağıdır. Bizim yürüyüşümüz, oturduğumuz diğerleri için bir mesajdır. Siz bir insana bakarak duygularını anlayabilirsiniz. Vücut nadiren yalan söyler. Örneğin yabancı bir ortamda ve özellikle ayaktaysak kollarımızı kavuşturur ve savunmaya geçeriz. Eğer ön sırada ve açıkta oturuyorsanız ellerinizi ve ayaklarınızı nereye koyacağınızı bilemezsiniz. Eğer bir bardağı elinizde tutuyorsanız yine bir savunma durumundasınız; ancak bunu genellikle daha yabancı olarak gördüğünüz insanların yanında yaparsınız. Bacak bacak üstüne atma yine savunmanın bir başka şeklidir. Eğer bir kişi fikrini açıklamak için konuya girerse bacak bacak üstüne atmaktan vazgeçecektir. Eğer birkaç kişi yanımızdaysa muhtemelen ayağımızın yönü kendinize daha yakın hissettiğiniz kişiye doğru olacaktır. Bu örnekleri çoğaltabiliriz. Tabii ki bir hareketten yola çıkarak yorum yapmak bazen yanıltıcı olabilir. Başka faktörler de önemlidir.

Dokunma

Dokunma iletişimin temellerinden biridir ve ilişkilerde önemlidir. İlişkinin niteliği hakkında bize bilgi verir. Bizim dokunma davranışımızın fonksiyonları çeşitli yollarla olur. Diğerleriyle ilişkimiz, bizim onlara dokunma biçimimiz ve bunun miktarı değişik fonksiyonlar sunar.

Normal bir dokunma nedir? Bu sorunun yanıtı birçok faktöre bağlıdır. Sizin normal olarak kabul ettiğiniz şeyi ben normal olarak görmeyebilirim. Dokunmanın kuralları, içinde bulunduğumuz bireylerarası ilişkideki etkileşime ve bu etkileşimle ilgili durumlara bağlıdır. Bazı durumlarda dokunma daha sık olabilir; o yüzden keskin normlardan bahsedemeyiz. Bazı durumlarda dokunma ön plana çıkıyor; *Birine öneride bulunurken, daha derin konuşmalarda ve ilgi ve destek durumlarında.*

Bazı insanlar çok fazla dokunma eyleminde bulunurken bazı insanlar dokunmaktan kaçınır. Bu tür insanlar hem kendileri dokunmaz hem de kendilerine dokunulmasından hoşlanmazlar. Dokunma ile biz pozitif duygularımızı iletiyoruz. Yakınlık dokunma ile ilgilidir. Çok fazla dokunma varsa bu kişiler arasında bir yakınlığın olduğunu anlarız. Dokunma bir hoşlanma belirtisidir de. Hoşlanmadığımız birine dokunmayız. Dokunma etkileşimin güçlenmesine de neden olur. Dokunmanın artmasıyla duygular da artar. Dokunma olumsuz anlamda itme hareketiyle karşımıza çıkar. Yine dokunmayı da ele alırken kültürel faktörleri de düşünmemiz gerekmektedir.

Alan Kullanımı

Alan kontrol edilebilir bir iletişim ögesidir. Bu nedenle yüz yüze ikili ilişkilerde alanı bilinçli olarak kullanmak büyük yarar sağlar. Kişinin diğer insanlarla arasına koyduğu uzaklık onlara karşı olan duygularıyla da ilgilidir. Birlikte yaşayan her canlının beslenmek, hareket etmek, uyumak ve bırakım ihtiyaçlarını karşılamak için kendisine özgü bir alana gereksinimi vardır. Herkes kendine ait bir alan belirler ve sonra da bu alanı savunma içine girer.

Alan farklı mesafelerle bölünmektedir:

Özel Alan (Mahremiyet bölgesi): Sadece anne – babamız, eşimiz ya da yakınlarımızın girebildiği bir alandır. Bazen aile üyeleri, arkadaşlar bile bu alana giremeyebilir. Birinin kulağına bir şey fısıldamak isterseniz mahrem alana girmiş olursunuz. Bu alana yabancı biri girerse kalp daha hızlı atmaya başlar. Kaçma isteği ya da saldırganlık hissi duyulabilir.

Kişisel Alan: 45 – 50 santimlik mesafeden başlar 120 santime kadar çıkar. İşyerlerinde, davetlerde birbirini tanıyan kişiler bu uzaklıkta durur. Çok samimi olmadığımız birisiyle aranızdaki mesafeyi kişisel alana girecek kadar azalttığımızda karşınızdakinin rahatsız olduğunu göreceksiniz. Büyük bir ihtimalle bu kişi o alanı korumak için sizden uzaklaşacaktır.

Sosyal Alan: Bu alan 120 santimden 350 santime kadar ulaşan bir alandır. Yakın sosyal alan ve uzak sosyal alan olmak üzere ikiye ayrılır. Gişe ya da bankonun olduğu yerlerde görevli kişi ve halk arasında, öğretmen ve öğrenci velisi arasında, aynı odadaki beraberliklerde v.b.

Kamusal Alan: Otobüs durakları, tren istasyonları, büyük otellerin lobileri gibi bir toplumda birbirini tanımayan insanların yer aldığı mekânlarda olur. Araya konan mesafe en az 2,5 metredir.

Bireylerarası iletişimde bunların dışında başka sözel olmayan iletişim unsurları da etkili olur. Fiziksel görünüm, sesin kullanımı, zaman kullanımı ve mekân gibi unsurlar da önemlidir.



Bireylerarası iletişimdeki mesajların yapısı nasıldır?

BİREYLERARASI İLETİŞİMDE DİNLEMENİN ÖNEMİ

İletişim sürecinde meydana gelen kopukluklar ilişkilerimizi olumsuz yönde etkiler. Farkında olarak ya da olmayarak bu kopukluğa neden olan önemli davranışlardan bir tanesi de dinlemedir. Konuşmaya son derece istekli olmamıza karşın, dinleme konusunda çoğu zaman yetersiz kalırız. Oysa dinleme, iletişimin yeterliliğini artırır ve bireylerarası iletişim sürecinde bir beceri olarak kabul edilir. Olumlu ilişkiler geliştirmede, bilgi almada, başkalarını tanımada ve anlamada dinleme temel öge olmaktadır.



Dinlemenin çeşitli amaçları vardır. Bu amaçlar genel olarak iletişimin amaçlarıyla aynıdır. Bunlar; öğrenmek, ilişki kurmak, etkilemek, eğlenmek ve yardım etmektir.

Öğrenmek: Dinlemenin bir amacı öğrenmek içindir. Siz diğer insanlar hakkında öğrenmek, onları anlamak için dinlersiniz; aynı zamanda sorunlardan uzaklaşıp, daha makul kararlar verebilmek için.

İlişki Kurmak: Sağlıklı ilişkiler için en önemli iletişim becerilerinden biri de arkadaşlarınızı, aile üyelerinizi, meslektaşlarınızı ya da ilişki içinde olduğunuz herhangi birini dinlemektir. Biz sosyal kabul ve popülerlik kazanmak ve insanların bizden hoşlanmasını sağlamak için dinleriz. En çok konuşmak istediğimiz insanlar dinlemesini bilen insanlardır. Siz dikkatli ve destek verir biçimde dinlediğiniz zaman diğerleri için gerçek, samimi bir ilgi iletirsiniz; bu diğer insanları önemseydiğiniz anlamına gelir.

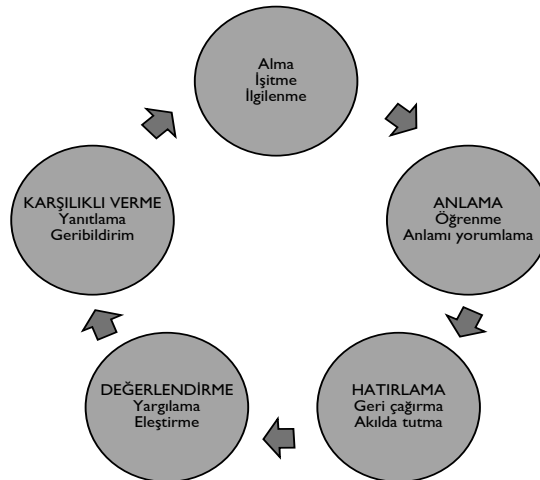
Etkilemek: Siz diğer insanların tutumlarını, değerlerini, düşüncelerini ve davranışlarını etkilemek için dinlersiniz. Sizin hayatınızda etkili olan insanları düşünün. Büyük olasılıkla bunlar sizi dinleyen, sizi bilen ve anlayan insanlardır. Sizi gerçekten dinlediğini hissettiğiniz insanın tavsiyelerine uyarınız; çünkü sizin görüşleriniz ve ilgileriniz işitilmiş ve anlaşılmıştır.

Eğlenmek: Müzik dinlemek ya da benzeri şeyler eğlenme amaçlıdır. Buradaki dinlemenin bizim için bir kazanç ifade etmesi gerekmez. O sadece bir anlık hoşlanmadır. Aile üyelerinden hoş öyküler ve meslektaşlarımızın anekdotlarını dinlemek, iş dünyası ve eğlence dünyasıyla aramızda rahatlatıcı bir denge sağlayacaktır.

Yardım etmek: Yardım için dinlemeyi, yetişme dönemimizde ailemizin bizim ilgilerimizi dinlediğinde ya da sorunlarımızı çözmek için dinlediğinde deneyimleriz. Bazen hiçbir tavsiyede bulunmadan dinlemek daha yardımcı olabilir. Destekleyici ve bir etkide bulunmadan dinlemek diğer insanın düşüncelerini aydınlatmak için yardım eder.

Dinleme Süreci

Dinleme süreci beş unsurdan oluşur:



Grafik 4.4: (DeVito, 2009; 80)

Alma (mesajı işitme ve ilgilenme): Dinleme konuşmacının gönderdiği mesajları alma sürecinde işitme ile başlar. Bilinen yanlışlardan bir tanesi de işitme ve dinlemenin aynı olarak kabulüdür. İşitme pasif bir süreçtir. Bu süreçte hiçbir dikkat ya da güç sarfetmemiz gerekmez; oysa dinleme düşünce ve dikkat gerektirir.

Anlama (işitilen mesajın yorumlanması): Bu aşamada konuşmacının ne demek istediğini öğreniriz. Bize açıklanan duyguları ve düşünceleri kavrarız.

Hatırlama (duyulanın hafızada tutulması): Etkili dinleme hatırlamayla yakın ilişkilidir. Hatırlanan şey söylenen şey değildir; bizim söylenenden ne hatırladığımızdır. Hafıza yeniden inşa edicidir; biz işittiğimiz mesajı bizim için bir anlam ifade edecek bir sistem içinde yeniden inşa ederiz.

Değerlendirme (mesaj hakkında eleştirel düşünme ve yargılama): Değerlendirme mesajların bir şekilde yargılanmasından meydana gelir. Bazen bu değerlendirme süreci çok farkında olarak, bilinçli yapılmaz. Bizim değerlendirmemiz daha çok eleştirel analizin doğası içindedir.

Karşılık verme (konuşmacıya yanıt ya da geribildirim verme): Bu, iki aşamada olur: Ya konuşmacı konuşmasına devam ederken ya da konuşmasını bitirdiği zaman. Bu karşılık vermeler geribildirimdir. Bu, konuşmacıya onun mesajları ile ilgili neler hissettiğimiz ve düşündüğümüz ile ilgilidir. Destekleyici karşılıklar konuşmacı konuşurken daha etkilidir; bizim dinlediğimizi gösterir. Konuşmacının konuşması bittikten sonra verilen karşılıklar ise daha ayrıntılıdır ve empatiyi içerebilir.

Dinleme Engelleri

Fiziksel ve zihinsel engel: Dinlemedeki fiziksel engeller işitme kaybı, gürültülü bir çevre, yüksek müzik vb. olabilir. Bu durumda dinleme başarısızdır. Örneğin televizyon izlerken bir insanı destekleme amaçlı dinleyemeyiz. O nedenle içinde bulunduğunuz ortamın fiziksel koşulları dinlemede önemli bir etken olmaktadır. Zihinsel engeller de fiziksele benzerdir. Dinlemeye odaklanmamızı engeller. Örneğin birisini dinlerken zihnimiz başka bir şeyle meşgulse sağlıklı dinleyemeyiz.

Önyargı: Gruplara ya da bireylere karşı önyargılı olmak dinlemeyi her zaman bozacaktır. Buna ek olarak dar görüşlülüğü de ekleyebiliriz.

Odaklanma eksikliği: Bir insanın söylediğine odaklanmak dinlemenin bir gereğidir. Odaklanmayı engelleyecek pek çok şey vardır. Dinleyici olarak temel fikir üzerine odaklanmak detaylara dalmaktan daha iyidir. Konuşmacı olarak da temel fikri dağıtacak detaylardan kaçınmak gerekir.

Erken yargılama: Bunun en açık örneği, konuşmacının ne söyleyeceğini bildiğimizi varsaymaktan kaynaklanır; bize göre dinlemeye gerek yoktur. Dinlemeden, konuşma tamamlanmadan sonuca yönelmek yaygın bir dinleyici reaksiyonudur.

Etkin Dinleme

Eğer bir insanın ne demek istediğini ve hissettiklerini anlamak istiyorsak onunla *empati* kurmamız gerekmektedir. Bir insanla empati kurmak onun hissettiğini hissetmek, dünyayı onun gördüğü gözle görmeye çalışmaktır. Empatik dinleme bizim ilişkilerimizi de geliştirir; ancak birçok iletişim biçiminde empatik dinleme tercih edilse de bazen *nesnel* bir dinlemeye de gereksinim vardır. Nesnel gerçekliği göz önünde bulundurarak anlamları ve hisleri değerlendirmek gerekmektedir. Bazen empatik dinleme yerine tarafsız olma ve nesnellik daha yararlı olmaktadır.

Etkin dinleme bir başka açıdan da hem *yargısal olmayan* hem de *eleştirel* dinlemeyi gerektirir. Biz yargısal olmadan dinlemek zorundayız; açık fikirlilikle ve anlamaya yönelik. Bununla birlikte aynı zamanda da eleştirel olmak durumundayız; belirli bir görüş bildirmeye yönelik değerlendirmeleri ya da yargıyı içeren. Bunun için öncelikle anlamaya yönelik dinlememiz gerekiyor; tamamen anladıktan sonra da değerlendirme ya da yargı olabilir. Açık fikirli olarak dinlemek mesajları daha iyi anlamayı sağlar; eleştirel dinleme de mesajları analiz etme ve değerlendirmeye yardım eder.

İletişim sürecindeki bazı mesajlar açıktır ve çok çaba sarfetmeden söylenmek istenen şeyi anlarız; fakat bazen anlamın başka bir düzeyi vardır. Bu da derin bir dinlemeyi gerektirir. Biz sadece yüzeydeki şeyi dinlersek altı çizilen mesajları kaçırabiliriz. Bu da diğer insanların duygularını ve gereksinimlerini anlamamamıza neden olur.



BİREYLERARASI İLETİŞİMDE ÇATIŞMA

Bireylerarası çatışma, birbirleri ile etkileşimde olan bireyler arasındaki anlaşmazlıktır; çeşitli fikir, duygu ve görüş ayrılıklarını ifade eder. Bu süreçte her iki insan da birbirini etkiler. Farklı biliş, algı, duygu, bilinçdışı gereksinimler, iletişim becerileri, rol farklılıkları, sosyal ve fiziksel çevre ya da iletişim sürecinde verilen mesajın niteliği gibi pek çok faktörden kaynaklanabilir.

Bireylerarası çatışma kaçınılmazdır; her bireylerarası iletişimin bir parçasıdır. Ebeveyn ve çocuklar, kardeşler, arkadaşlar, eşler ya da iş arkadaşları arasında olabilir. Bireylerarası çatışma her zaman gerginlik yaratsa da, onun hem negatif hem de pozitif bir tarafı vardır. Bilinmesi gereken önemli noktalardan biri çatışmanın saldırganlık olmadığıdır. Diğer de rekabet ve çatışmanın farklı şeyler olduğudur; ancak rekabet çatışmaya neden olabilir.



Çatışma Yönetimi Biçimleri

Rekabet: Kazan – Kaybet

Rekabetçi çatışma biçimi bizim kendi arzu ve gereksinimlerimizle büyük, diğerlerinininkilerle ise çok küçük oranda ilgilidir. Bizim gereksinimlerimiz karşılandığı ölçüde çatışma bizim açımızdan başarılıdır. Rekabet tarafından motive edilen çatışma içinde biz muhtemelen sözel olarak agresif oluruz ve diğer insanı suçlarız. Bu ben kazanayım sen kaybet felsefesidir; ancak bu durum kaybeden üzerinde bir dargınlığa yol açabilir ve buna bağlı çatışmalar da doğabilir. Ayrıca burada çatışma çözülmemiştir, sadece o an için sonuçlanmıştır.

Kaçınma: Kaybet – Kaybet

Çatışmadan kaçınanlar, kendilerinin ya da karşı tarafın gereksinimlerine ve arzularına nispeten ilgisizdirler. Sorunla ilgili gerçek iletişimden kaçınırlar; sorun ortaya çıkınca konuyu değiştirirler ve genellikle hem fiziksel hem de psikolojik olarak ortamdaki uzaklaşırlar. Bu biçimde, herhangi bir çatışmayı çözmek için çok az şey yapılır ve bu nedenle ben kaybedeyim sen de kaybet felsefesi olarak görülür. Bireylerarası sorunlar kendiliklerinden çözülemeyeceği için, onlarla yüz yüze gelip etkili bir şekilde ele almak gerekir. Yoksa kapanmış gibi görünüp sonra tekrar ortaya çıkarlar.

Uyum Sağlama: Kaybet - Kazan

Burada biz, diğer insanın gereksinimleri için kendimizinkilerden fedakârlık yaparız. Bizim temel amacımız ilişkimizdeki uyumu ve huzuru korumaktır. Bu biçim, huzurun korunmasına yardım edebilir ve karşı tarafı tatmin edebilir; fakat kendi gereksinimlerimizi gözardı etmiş oluruz. Uyum sağlama, ben kaybedeyim sen kazan felsefesidir. Bu karşı tarafı mutlu etse bile bireylerarası çatışma için kalıcı bir çözüm elde edileceğinin kanıtı değildir. Bir eşitsizlik ve haksızlık söz konusudur.

İşbirliği: Kazan – Kazan

İşbirliğinde, hem bizim hem diğer insanın gereksinimlerine hitap etme durumu vardır. Bu biçim ideal olarak düşünülür; iletişim için isteklilik vardır. İdeal olarak her insanın gereksiniminin karşılanmasına olanak verir; ben kazanayım sen de kazan felsefesi söz konusudur.

Uzlaşma: Kazan, Kaybet – Kazan, Kaybet

Bu ortada bir durumdur. Hem bizim hem karşıımızdaki gereksinimleri ile ilgilenmek gerekmektedir. Buradaki strateji bir nevi “Orta yolu bulmak”tır; ya da “Al gülüm ver gülüm”. Burada huzurun devamı sağlanabilir; ancak hâlâ her iki taraf için de kayıplardan dolayı memnuniyetsizlikler söz konusu olacaktır. Ben kazanayım ve kaybedeyim, sen de kazan, kaybet felsefesi vardır. Her iki taraf da istediğini tam olarak elde edemeyecektir. Burada bazı kazanımlar olsa da bu her şey için söz konusu değildir.



Bireylerarası iletişimde çatışma nelerden kaynaklanır?

Özet

Birbiriyle ilişkide ya da bağlantıda olan insanlar arasında meydana gelen bireylerarası iletişim her yerdedir. Bireylerarası iletişim içinde olan insanlar birbirinin farkındadır ve birbirleriyle olan bağlantının bilincindedir.

Bireylerarası iletişim yüz yüze gerçekleştiği gibi teknolojik gelişmelerin sonucu olarak bilgisayar aracılığı ile de gerçekleşir. Çevrimiçi iletişim ya da bilgisayar aracılı iletişim insanların yaşamında önemli bir yer tutar ve dünyadaki insanların bireylerarası deneyimlerinin temel bir bölümünü oluşturur.

Birbirini tanımayan insanlar arasındaki iletişimin gerçekleştiği bireysel olmayandan, birbirini yakından tanıyan insanlar arasındaki iletişimin gerçekleştiği bireysel olana doğru değişim aşamalarını gösteren bir düzlem üzerinde olan bireylerarası iletişim, en az iki insanı gerektirir. Her insan hem kaynağın fonksiyonlarını hem de alıcının fonksiyonlarını meydana getirir. Bizim kim olduğumuz, ne bildiğimiz, neye inandığımız, ne istediğimiz, ne anlattığımız ve tutumlarımız, bütün bunların hepsi, ne söylediğimizi, ne tür mesajlar aldığımızı ve nasıl yanıt verdiğimizizi de etkiler.

Bireylerarası iletişim süreci kaynak ve alıcı ile birlikte mesaj, kanal, kodlama – kod açımı, geri bildirim, ileribildirim ve gürültü gibi unsurlardan oluşur. Mesaj etkileşimin içeriğidir; kasıtlı ya da tesadüfi olabilir ve bir şekilde alıcıyı etkiler. Kanal bir mesajın kaynaktan alıcıya iletilme biçimidir; kaynak ve alıcı arasındaki bağlantıyı yapan köprüdür. Kodlama mesajların üretimi eylemidir. Bütün diller bir koddur. Geribildirim kaynağa karşısındaki üzerinde bıraktığı etki üzerinde bilgi verir. Bunun üzerine kaynak mesajlarının içeriğini ya da biçimini düzenler, değişiklik yapar, güçlendirir, önemsizleştirir ya da değiştirir. İleribildirim bizim asıl mesajımızı göndermeden önce hazırladığımız bilgidir. Daha sonra gelecek mesajlar hakkında bir şeyleri belli eder. Gürültü ise iletişim sürecinde mesajın anlaşılmasını engelleyen her şeydir.

Bireylerarası iletişim bir model üzerinden tartışılabilir. Bu model, birbiriyle etkileşim içindeki iki insan arasında gerçekleşen iletişim üzerine odaklanır ve etkileşimi anlamak için de temel bileşenleri anlamak gerekir. Bunlar iletişimciler, mesajların içeriği ve etkileşimin gerçekleştiği bağlamdır.

Bireylerarası iletişim sürekli değişen bir süreçtir. Bu süreç içindeki bireyler başta olmak üzere tüm unsurlar birbirine bağlıdır. Bu nedenle bu unsurlardan her hangi birindeki bir değişim diğerlerinde de değişime neden olur. Süreç içinde, insanların ne yapması gerektiğini ve diğerinin ne yaptığını nasıl algılayacağını bilmesi için belirli kurallar takip edilir. Amaçsallık da bireylerarası iletişim sürecinde önemlidir; öğrenmek, ilişki kurmak, etkilemek, eğlenmek ve yardım etmek temel amaçlardandır. Ayrıca, bireylerarası iletişim sürecinde her zaman iletişimin yorumlanması niyetinden daha da önemlidir.

Bireylerarası iletişim sürecinde sözel ve sözel olmayan mesajlar kullanılır. Bir alıcının hem mesajı hem de onun arkasındaki anlamı anlaması için hem sözel hem de sözel olmayan iletişim unsurları gereklidir. Anlamada önemli bir diğer unsur dinlemedir. Dinleme iletişimin yeterliliğini artırır ve bireylerarası iletişim sürecinde bir beceri olarak kabul edilir. Olumlu ilişkiler geliştirmede, bilgi almada, başkalarını tanımada ve anlamada dinleme temel öğe olmaktadır. Bütün bu çabalara karşın bireylerarası iletişim sürecinde çatışma kaçınılmazdır. Birbirleriyle etkileşimde olan bireyler arasında zaman zaman çeşitli fikir, duygu ve görüş ayrılıklarının olması doğaldır; gerginlik yaratsa da çatışma yönetimi biçiminin doğru kullanılmasıyla bu durum pozitif bir fayda yönünde değerlendirilebilir.

Kendimizi Sınayalım

1. Bireylerarası iletişim kavramı ile ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi **yanlıştır**?

- a. Değişen yakınlıkta kişisel ya da resmidir
- b. Yüz yüze ya da teknoloji aracılığıylaadır
- c. Farklı amaçlarla ve nedenlerleadır
- d. Değişen yakınlıkta ve dostçadır
- e. Şimdi ya da araç nedeniyle gecikmiştir

2. Aşağıdakilerden hangisi bireylerarası ilişkileri başlatma ve kurma sürecinde gösterilen onaylamama göstergelerinden biri **değildir**?

- a. Yanıt vermeme
- b. Olumsuz nitelikte yanıt verme
- c. Görmezlikten gelme
- d. Dinlememe
- e. Şikayet etme

3. Aşağıdakilerden hangisi bireylerarası iletişim sürecindeki yaklaşmanın sonuçlarıyla ilgili **değildir**?

- a. Paylaşımın sağlanması
- b. İlişkinin yoğunlaştırılması
- c. Ortak kararlar alınması
- d. Belirsizlik kavramının azaltılması
- e. Tarafların birbirini daha iyi tanınması

4. Aşağıdakilerden hangisi gürültü tiplerinden **değildir**?

- a. Fizyolojik gürültü
- b. Anlamsal gürültü
- c. Fiziksel gürültü
- d. Psikolojik gürültü
- e. Mekânsal gürültü

5. Bir insanın belli bir yönde eyleme geçebilmesi için gerekli ön koşulu ifade eden kavram aşağıdakilerden hangisidir?

- a. Algı
- b. Bellek
- c. İçerik
- d. Motivasyon
- e. Bağlam

6. Aşağıdakilerden hangisi bireylerarası iletişimin ilkeleri ile ilgili yanlıştır bir ifadedir?

- a. İletişim sürecindeki unsurlar birbirine bağlıdır
- b. İletişim süreci kurallarla yönetilir
- c. İletişim geri alınamaz, tekrarlanamaz
- d. İletişim kültür tarafından belirlenmiştir
- e. İletişimin niyeti yorumlanmasından daha önemlidir

7. Aşağıdakilerden hangisi sözel iletişimle ilgili bir beceriyi ifade etmez?

- a. Yerine geçme
- b. Duyarlılık
- c. Somut olmak
- d. Tanımlayıcı olmak
- e. Açıklık

8. Aşağıdakilerden hangisi sözel olmayan mesajların fonksiyonlarından **değildir**?

- a. Düzenleme
- b. Vurgulama
- c. Yalanlama
- d. Esnek olma
- e. Tekrar etme

9. Aşağıdakilerden hangisi dinleme sürecinde işitilen mesajın yorumlanması ile ilgilidir?

- a. Alma
- b. Karşılık verme
- c. Anlama
- d. Odaklanma
- e. Değerlendirme

10. Aşağıdakilerden hangisi çatışma yönetimi biçimlerinden “uyum sağlama”yı ifade eder?

- a. Kaybet – Kazan
- b. Kazan – Kaybet
- c. Kazan – Kazan
- d. Kazan, kaybet – Kazan, kaybet
- e. Kaybet - Kaybet

Kendimizi Sınavalım Yanıt Anahtarı

1. **d** Yanıtınız yanlış ise “Bireylerarası İletişim Nedir?” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

2. **e** Yanıtınız yanlış ise “Bireylerarası İletişim Nedir?” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

3. **c** Yanıtınız yanlış ise “Bireylerarası İletişim Nedir?” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

4. **e** Yanıtınız yanlış ise “Bireylerarası İletişimin Unsurları” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

5. **a** Yanıtınız yanlış ise “Bireylerarası İletişim Modeli” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

6. **e** Yanıtınız yanlış ise “Bireylerarası İletişimin İlkeleri” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

7. **a** Yanıtınız yanlış ise “Bireylerarası İletişimde Mesajların Yapısı” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

8. **d** Yanıtınız yanlış ise “Bireylerarası İletişimde Mesajların Yapısı” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

9. **c** Yanıtınız yanlış ise “Bireylerarası İletişimde Dinlemenin Önemi” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

10. **a** Yanıtınız yanlış ise “Bireylerarası İletişimde Çatışma” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Bireysel olmayandan bireysel olana doğru değişim aşamalarını gösterir. Bu düzlem, birbirini tanımayan insanlar arasındaki iletişimden birbirini yakından tanıyan insanlara uzanır.

Sıra Sizde 2

Düşük seviyede belirsizlik yüksek seviyede yakınlığa, yüksek seviyede belirsizlik de yüksek seviyede karışıklığa neden olur. Belirsizlikler azaldıkça insanlar birbirini daha iyi anlar.

Sıra Sizde 3

İletişimciler, mesajların içeriği ve iletişimin gerçekleştiği bağlam.

Sıra Sizde 4

İletişimde her şey bir değişim halindedir. İnsanlar değişir, ortam değişir. Bazen farkedilen bazen de farkedilmeyen bu değişimler dairesel bir süreç içinde karşılıklı etkileşimi sağlayan bir uyarıcı görevi görürler.

Sıra Sizde 5

Bireylerarası iletişimde hem sözel hem de sözel olmayan mesajlar kullanılır. Her ikisi de önemlidir. Hem sözel hem de sözel olmayan iletişim unsurları tüm mesaj ve onun arkasındaki anlam için önemlidir.

Sıra Sizde 6

Dinleme, iletişimin yeterliliğini arttıran bir beceridir. Olumlu ilişkiler geliştirmede, bilgi almada, başkalarını tanımada ve anlamada dinleme temel öğedir.

Sıra Sizde 7

Birçok neden olmakla birlikte genellikle farklı bilgi, algı, duygu, bilinçdışı gereksinimler, iletişim becerileri, rol farklılıkları, sosyal ve fiziksel çevre ya da iletişim sürecinde verilen mesajların niteliği ön plana çıkmaktadır.

Yararlanılan Kaynaklar

Açıl, M. (2005). Başarılı ve Etkili Öğretmenin Beden Dili. **İstanbul: Armoni.**

Beebe, S., Beebe, S. J. & Redmond, M.V. (2008). Interpersonal Communication. **Boston, MA: Pearson.**

Cüceloğlu, D. (1980). İnsan İnsana. **İstanbul: Altın Kitaplar.**

Devito, J. A. (2008). Interpersonal Messages. **Boston, MA: Pearson.**

Devito, J.A. (2009). The Interpersonal Communication Book. **Boston, MA: Pearson.**

Erdoğan, İ. (2002). İletişimi Anlamak. **Ankara: Erk.**





Jones, T. S., Remland, M. S. & Sanford, R. (2007). Interpersonal Communication Through The Life Span. **Boston, MA: Houghton Mifflin Company.**

Zeike, W. (1993). **Sözsüz Konuşma.** Çev: Esat Nermi. **İstanbul: Sa**

5

Amaçlarımız

Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

-  Grup kavramını ve grubun özelliklerini tanımlayarak gruba katılım nedenlerini açıklayabilecek,
-  Grup oluşumunun aşamalarını sıralayabilecek,
-  Grup iletişimini ve önemini açıklayabilecek,
-  Örgüt içi iletişimi tanımlayarak örgüt içi iletişimin işleyişini açıklayabilecek

bilgi ve becerilere sahip olabilirsiniz.

Anahtar Kavramlar

- | | |
|--|---|
|  Grup |  Örgüt İçi İletişim |
|  Birincil Gruplar |  Biçimsel İletişim |
|  İkincil Gruplar |  Biçimsel Olmayan İletişim |
|  Grup İletişimi |  Yatay İletişim |
|  Örgüt |  Dikey İletişim |

İçindekiler

- ❖ Giriş
- ❖ Grup Kavramı
- ❖ Grup İletişimi
- ❖ Örgüt Kavramı
- ❖ Örgüt İçi İletişim

Grup İletişimi ve Örgüt İçi İletişim

GİRİŞ

İnsanlar, ortak amaçlara ulaşmak için, aralarında belirli derecede bir işbirliği kurup birbirleriyle sosyal ilişkilere girmekte ve bundan grup kavramı doğmaktadır. İnsan organizması, özdeşi gereği, grup içinde yaşar. İnsanın dil yoluyla gerçekleştirdiği simgesel iletişim kapasitesi, başkalarıyla sürekli etkileşimine olanak verir. Bu etkileşim süreci içinde, öğrenme yoluyla birikim oluşturmuş beceriler, bilgiler ve davranış kuralları kuşaktan kuşağa aktarılır. İnsanlar toplumsal bir varlık olmaları nedeniyle hayatları boyunca birçok gruplara üye olurlar. Bunlar aile grubundan başlayıp iş gruplarına doğru bir gelişim gösterir. Bu gruplar, üyesi olduğu bireyin davranışını etkileme açısından ortak özelliklere sahiptir. Bunlar, meslek grupları, dernekler, sendikalar, örgütler, şirketler gibi daha resmî (biçimsel) gruplar olabildiği gibi, aile, arkadaş grubu, akraba, komşu grupları gibi resmi olmayan (doğal) gruplar da olabilir.

Türü ne olursa olsun, tüm grupların oluşması, varlığını sürdürmesi ve amaçlarına ulaşması için iletişim son derece önemli bir faktördür. İlk olarak, kişiler arasında iletişim olmadan bir grubun meydana gelmesi, mümkün değildir. Yine grubun varlığını devam ettirmesi ve başarılı olması için iletişime gerek vardır.

Ortak bir amacı gerçekleştirmek için bir araya gelen bireyler, gruplar, topluluklar ve örgütler için iletişim hayati bir öneme sahiptir. Örgütteki bireyler ve gruplar arasında olması gereken uygun etkileşimi sağlayan öge ise örgüt içi iletişimdir. Örgüt içi iletişim bir örgütün varlığını sürdürmesinde merkezi bir konuma sahiptir ve tüm örgütsel süreçlerde önemli bir rol oynamaktadır. Örgüt içi iletişim olmadan herhangi bir örgütsel eylemin ya da yönetim sürecinin başarılması imkânsızdır.

GRUP KAVRAMI

İnsanlar yaşamlarını toplum içinde sürdürürler. Toplum içinde bulunduğumuz ilişkiler bütünüdür. Bu ilişkiler, çoğunlukla bir toplumsal yapı içinde toplumsal gruplar aracılığıyla gerçekleşir. Birey kendi gereksinimlerini karşılamak ve yaşamını devam ettirebilmek için başkalarının yardımına, desteğine ve işbirliğine gereksinim duyar ve bu gereksinimini karşılayabilmek için bir gruba dahil olur. Herkes gününü bir ya da birden fazla grup ile birlikte geçirir. Birlikte sinemaya, tatile giden arkadaşlar, yemek sofrasındaki aile bireyleri farklı zaman ve mekânlarda oluşmuş gruplardır. İnsanlar grup koşullarında doğarlar, büyürler, eğitilir, çalışır ve eğlenirler.

Genel olarak grup, yapı ve büyüklüğü çok değişik olabilen sayısı az ya da pek çok insanlardan oluşmuş birlikleri ifade etmektedir. Daha özel bir tanımla grup, ortak amaç ve hedefi olan insanların hedeflerine ulaşmak için birbirleriyle etkileşimli, birbirlerine bağımlı, birbirlerinin farkında olan ve kendilerini bir grup olarak gören en az üç insandan oluşan topluluktur (Renz ve Greg, 2000). Bir oluşumu grup olarak nitelendirebilmek için 4 temel konsepte başvurulur. Bunlar(Renz ve Greg, 2000):

- **Grup üyelerinin sayısı:** Bir topluluğun grup olarak atfedilmesi için grubun en az 3 kişiden oluşması gerekir. Grubun büyüklüğü ile ilgili bir üst limit yoktur fakat 7 kişiden sonrası için grubun alt gruplara ayrılacağı ve grupta bir lider ihtiyacının doğacağına dair görüşler vardır.
- **Etkileşim:** Grup üyeleri arasındaki ilişki ve iletişim yani etkileşim grubu topluluktan ayıran temel bir özelliktir.

- **Ortak amaç:** Grup, bir çok alanda ortaklıklar üzerine kurulmaktadır. Grubu oluşturan bireyler, bu ortak amaç doğrultusunda hareket ederler.
- **Birbirine bağımlılık:** Ulaşılmak istenen hedeflerin varlığı; kişilerin iş birliği ve dayanışma içinde olmalarını gerektirir. Gruptaki her bir birey, bir diğer bireye ortak amacı gerçekleştirebilmek için bağımlıdır.

Büyüklüğü ne olursa olsun, bir grup oluştuğunda üyeler arası rol ve statü farklılaşması ve işbölümü gerçekleşir, lider belirir ve grup normu biçimlenir. Ayrıca tüm gruplarda, amaçların gerçekleştirilmesine ilişkin kararların alınması ve/ya da etkinliklerin yapılması zorunluluğu vardır.

Amaç birliği, etkileşim ve birbirine bağımlılık grup olmanın temel koşullarıdır. Ancak, grubu grup yapan başka özellikler de vardır. Bu özellikleri şöyle sıralayabiliriz (Beebe ve Masterson, 2009):

- Grubun ortak değer ve normları vardır, grup üyelerinin bu değer ve normlar doğrultusunda hareket etmesi beklenir.
- Gruptaki her bireyin, öteki insanlara göre belli bir yeri (statü) ve bu yerin gerektirdiği bir işi (rolü) vardır.
- Grup, yığın ya da kalabalığa göre görece bir sürekliliğe sahiptir. Karşılıklı ilişki içinde bulunan grup üyeleri, ortak amaçlarını gerçekleştirdiklerinde dağılıbilir ya da yeni ortak amaçlar doğrultusunda yeni gruplar oluşturabilirler.
- Grubun kendine özgü bir kimliği vardır ve bu kimlik grup üyelerinde grup bilincini oluşturur.
- Grup üyelerinde aidiyet duygusu vardır.



Grupla, yığın ve kalabalık arasındaki farklar nelerdir?

Gruba Katılımın Nedenleri

İnsanlar bazen kendiliğinden bir grubun üyesi olabilir. Bir aile içinde dünyaya gelen çocuk, o ailenin (aile grubunun) üyesi olur. Bazen de grup üyesi olmak kişinin isteğine bağlıdır. Bir bireyin bir gruba dahil olma isteğinin altında yatan en temel neden, grubun bireyin tek başına karşılayamayacağı gereksinimlerini karşılamasıdır. Bu gereksinimler, fiziksel ve psikolojik olmak üzere iki temel kategoriye ayrılır. Bireyin ihtiyaçları üzerine çalışan Schutz ve Festinger'in kuramları psikolojik nedenleri açıklarken, Maslow'un kuramı hem fiziksel hem de psikolojik nedenleri açıklamaktadır.

Schutz, bireyin bir gruba dahil olma isteğinin altında yatan psikolojik ihtiyaçları dahil edilme ihtiyacı, kontrol ihtiyacı ve sevgi, şefkat ihtiyacı olarak tanımlamaktadır (Renz ve Greg, 2000). Schutz'a göre bu üç ihtiyaç, bireyden diğerlerine, diğerlerinden bireye doğru olmak üzere iki yönlüdür. Şöyle ki birey hem diğerleri tarafından dahil edilme hem de diğerlerini dahil etme; hem diğerlerini kontrol etme hem de diğerleri tarafından kontrol edilme; hem diğerlerini sevme hem de diğerleri tarafından sevilme ihtiyacı duyar (Renz ve Greg, 2000) ve birey bu ihtiyaçlarını tatmin etmek için bir gruba katılır.

Festinger ise bireyin, kendini diğerleriyle karşılaştırma ihtiyacını gidermek adına bir gruba dahil olmak istediğini savunur (Renz ve Greg, 2000). İnsanların görüş ve yeteneklerini değerlendirme güdüsüne sahip oldukları, bunun için diğer insanların görüş ve yetenekleriyle kendilerinininkini karşılaştırdıkları varsayımından hareket eden Festinger'in sosyal karşılaştırma kuramı adını verdiği kuramına göre, insanlarda; kendilerini ve kendi özelliklerini (fikirlerini, yeteneklerini, gelişmelerini vb.) değerlendirme yönünde, doğuştan gelen bir eğilim bulunmaktadır. İnsanlar bu değerlendirmeye ilişkin objektif bir bilgiye ulaşmaları mümkün olmadığı zaman, kendilerini "kendilerine benzeyen" başkalarıyla karşılaştırmayı tercih etmektedirler. Yeteneklerini ve diğer özelliklerini sürekli geliştirmek yönünde bir baskı hisseden bireyler, bunun bir sonucu olarak, karşılaştırma yaptıkları bireylerden daha iyi olma yönünde çaba sarf ederler (Renz ve Greg, 2000).

Maslow, insan ihtiyaçlarını beş temel kategoride incelemiş, ihtiyaçları hiyerarşik olarak ele almış ve insanın en alttaki ihtiyaçların karşılanmasının ardından bir üstteki ihtiyaçlar kategorisine doğru yöneldiğini söylemiştir (Beebe ve Masterson, 2009). Maslow'un kuramına göre bu ihtiyaçlar şunlardır:

Fizyolojik ihtiyaçlar: İnsanların doğuştan sahip oldukları ve arzu ettikleri temel ihtiyaçlardır. Yemek, içmek, uyumak, solumak, seks gibi ihtiyaçlar bu kategori için örnek olarak gösterilebilir (Maslow, 1970'den akt.:Ertürk ve Kıyak, 2011).

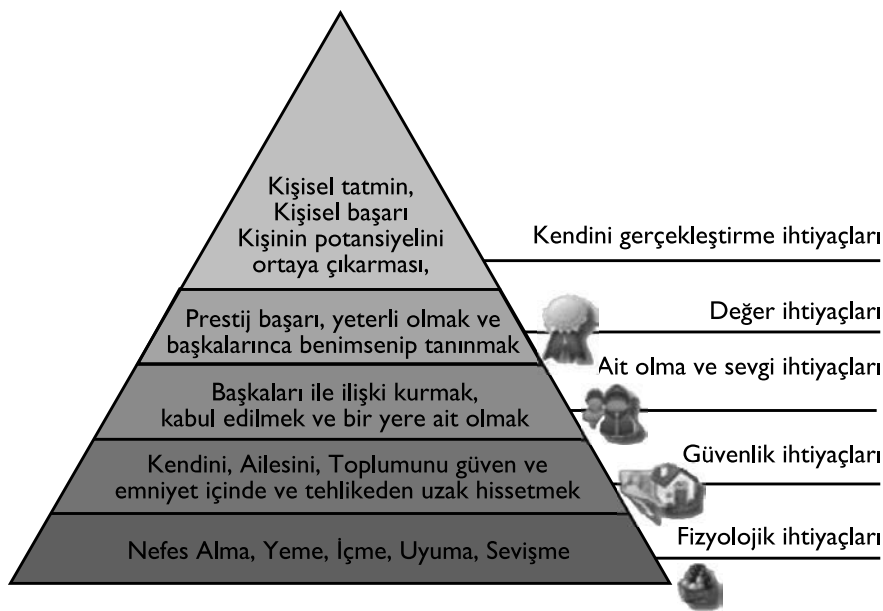
Güvenlik ihtiyaçları: İnsanlar, can ve mal varlıklarının korunmasına ihtiyaç duyarlar. İnsan, doğası gereği özgürlüğü ve mülkiyeti seven bir yaratıktır. Bu nedenle, tüm insanlar baskıya ve zorlamaya karşı kendilerini korumak isterler. Bunların dışında yaşlılık, hastalık, işsizlik vs. durumlara karşı da insan, geleceğinin güvenlik içerisinde olmasını arzular. Örneğın hayatını devam ettirmek için gerekli olan malî konular için güvenceli, sigortalı bir iş araması, kendine güvenli bir yaşam oluşturmak için gerekli sosyal çevre oluşturması ve gruplara katılması bu çerçevede değerlendirilebilir (Beebe ve Masterson, 2009).

Sevgi ve aidiyet ihtiyaçı: Sevme, sevilme, bir gruba mensup olma, yardımseverlik, şefkat türündeki ihtiyaçlar bu gruba örnek gösterilebilir. Sevme ve sevilmenin olmadığı yer insanı rahatsız edecektir. Sürekli sevip sevebileceğı ortamlar arayacak ve birey bu ihtiyaçı karşılamak için bir gruba dahil olma isteğı duycaktır.

Saygı ve değer ihtiyaçı: İnsanlar sevmek, sevilme dışında kendilerine saygı duyulmasını da isterler. Tanınma, sosyal statü sahibi olma, başarı elde etme, takdir edilme gibi ihtiyaçlara yönelirler. Maslow bu gruptaki ihtiyaçları saygı görme ihtiyaçları olarak sınıflandırmaktadır ve bunların iki yönlü olduğunu belirtmektedir. Birincisi bireyin ortaya koyduğu başarı, hizmet veya performansının başkaları tarafından değer görmesi ve takdir edilmesidir. İkincisi ise, kişinin kendini takdir etmesi, kendi kendine saygı göstermesidir. Başkalarından gördüğü takdir ve saygı kişinin özgüvenini ortaya çıkarır. Maslow, bu gruptaki ihtiyaçların başkalarının takdirini kazanmayla ilgili yönünü prestij, statü, başkalarınca tanınma, önemli görünme, arkadaş çevresine egemen olma şeklinde; kendini takdir etme kısmını ise başarılı olma, kendine saygı duyma, kendine güvenme, bağımsız olma, işinde uzmanlaşma şeklinde örneklendirmektedir. Bu ihtiyaçların yeterince giderilmesi bireyin aşağılık kompleksinden kurtulmasını sağlar. Bu durumda da birey mükemmelliğe doğru bir geçiş yapma olanağı bulur (Maslow, 1970'den akt.:Ertürk ve Kıyak, 2011).

Kendini gerçekleştirme ihtiyaçı: Alt kategorilerdeki ihtiyaçlarını karşılamış olan birey son aşamada ideallerini ve yeteneklerini gerçekleştirme ihtiyaçı duyar ve başarmaya ve haz duymaya daha fazla önem verir (Maslow, 1970'den akt.:Ertürk ve Kıyak, 2011).

Maslow'un modeline göre, bireysel ihtiyaçlar, hiyerarşik bir sıra izler, alt sıralardaki ihtiyaçlar doyurulmadıkça daha üst sıralardaki ihtiyaçlar birey açısından fazla önem taşımaz. Bireyin davranışlarına yön veren bu ihtiyaçlar, bireyin bir gruba dahil olma isteğinde önemli bir rol oynar (Beebe ve Masterson, 2009).



Resim 5.1: Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Piramidi

Bir birey, belli bir grubun üyesi olmaya karar verip, grup tarafından da kabul edilince, grupta yerleşmiş kuralları benimsemiş ve yönetsel düzeni kabul etmiş demektir. Böyle bir birleşme, bir bakıma bireysel beklentilerle, grubun amacının belli bir oranda tutarlılık gösterdiğinin göstergesidir. Bu durumda bireyin, üye olarak grubun temel değerlerine uygun davranması beklenir. Grubun kararlarına ve kurallarına ters düşen bir üyenin, o grup içinde kalması, pek mümkün olamaz.



Grubun birey üzerindeki etkilerini tartışınız.

Grup Oluşumunun Aşamaları

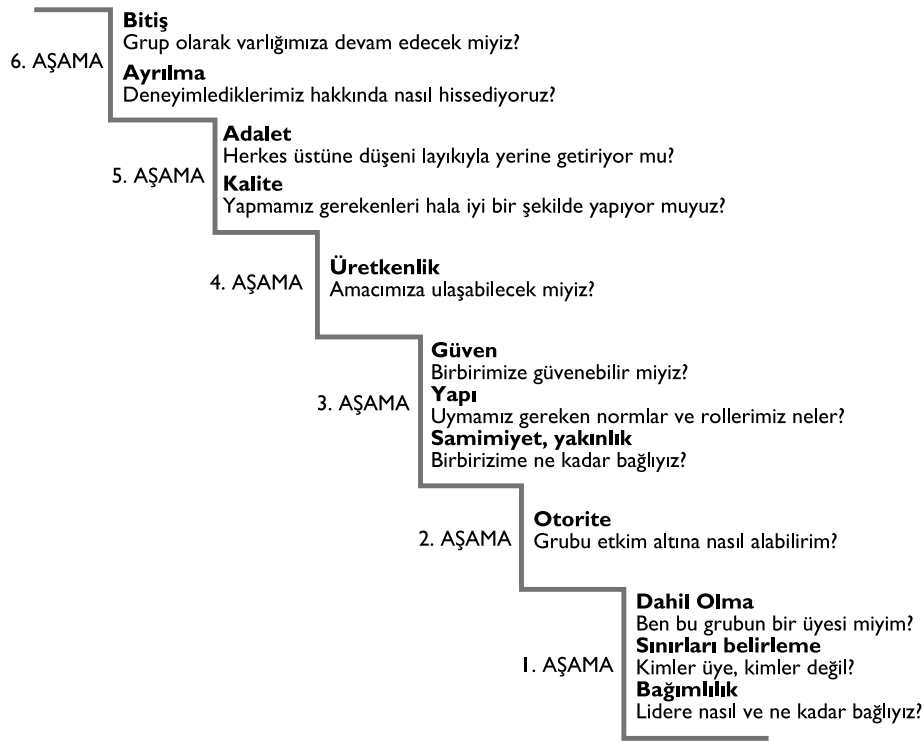
Gruplar birçok bakımdan birbirlerinden çok farklıdır. Bazı gruplar üye sayısı açısından oldukça büyükken, bazıları oldukça küçüktür. Bazı gruplar çok kısa süreliğine var olur, bazıları varlığını yüzlerce yıl devam ettirir. Grupların amaçları da birbirinden çok farklıdır. Birbirlerinden ne kadar farklı olurlarsa olsunlar, grupların gelişim aşamaları birbirine benzerlik gösterir. Caple tarafından geliştirilen, grupların gelişim aşamalarını tanımlayıcı nitelikteki grup gelişim modeline göre, gruplar birbirini takip eden beş gelişim aşamasından geçmektedir (akt: Aktaş, 1997). Bu aşamalar (Caple, 1978'den akt: Aktaş, 1997):

- Oryantasyon ve uyum sağlama aşaması: Bu aşamada grup üyelerinin faaliyetleri arasında bir belirsizlik vardır. Üyelerin davranışları birbirleriyle uyumlu değildir, birbirlerine tanımaya, anlamaya çalışırlar.
- Çatışma aşaması: Bu aşamada grup içinde bir anlaşmazlık söz konusudur. Teklif edilen planlara, önerilere karşı olma, sürekli müdahale etme bu dönemin belirgin özelliğidir.
- Bütünleşme aşaması: Bu aşama üyeler arasında uzlaşma ve anlaşmanın başladığı aşamadır. Kutuplaşmalar yerini ortak noktalarda uzlaşmaya bırakır.
- Başarı aşaması: Bu aşamada grup artık fonksiyonel bir düzeye gelmiştir. Bireyler arası ilişkiler güçlenmiş, grup içi rol ve statüler belirginleşmiş, yaşanan problemler daha rasyonel düzeyde ele alınmaya başlamıştır. Kısaca grup iyi işlemeye başlamıştır.
- Düzenleme aşaması: Bu aşama üyelerin gruptan ve grup yaşantısından doyum sağladıkları bir aşamadır. Grup üyeleri birbirleriyle bütünleşmiştir. Bu aşamanın en temel konusu grubun geleceğidir, grubun gelecekte ne olacağıdır.

Grup oluşum ve gelişim süreçlerine ilişkin bir diğer bakış açısına göre ise grup oluşum süreci altı aşamadan oluşmaktadır (Renz ve Greg, 2000). Bu aşamalar şu şekilde sıralanmaktadır (Renz ve Greg, 2000):

- Dahil olma, grup sınırlarını belirleme ve bağımlılık aşaması: Bazı grup üyeleri, grubun ilk buluşmasında kendilerini çok rahat hissetmezler çünkü gruba dahil olma, gruba uyum sağlama, grubun nasıl çalışacağı, nasıl bir grup olacağı konularında bazı endişeleri olur. Bu süreçte gruba sessizlik hakimdir çünkü grup üyeleri henüz birbirlerini tanımamaktadır. Bunun yanı sıra gruptan dışlanmak istemediklerinden çok rahat davranamaz ve kendilerini çok rahat ifade edemezler. Grup bir lider tarafından oluşturulduysa grup üyeleri kendilerini lidere fazlasıyla bağımlı hisseder. Grubun henüz bir lideri yoksa liderin kim olabileceği düşünölmeye başlanır. Bu aşamada bir diğer konu ise grubun sınırlarını yani grupta kimleri var olmaya devam edeceğini belirlemektir.
- Otorite kazanma aşaması: Grubun sınırları belirlenmeye başlamış olsa da henüz tam kesinleşmemiştir. Grup üyeleri birbirleri üzerinde etki yaratma ve grup içinde kalma ya da lider olma çabası içindedir. Bu nedenle bu aşamada grup üyeleri daha aktif hale gelir ve kendilerini çekinmeden daha iyi ifade etmeye başlar. Bu aşamada grup içinde gürültü hakimdir, üyeler arasında kutuplaşmalar başlar ve ortaya çatışma çıkar.
- Güven, yapılaşma ve samimiyet aşaması: Grup üyelerinin rollerinin belirlenmeye başladığı bu aşamada grubun normları da şekillenmeye başlar. Grup üyelerinin birbirlerini daha iyi tanıdığı, her bir üyenin üzerine düşen yetki ve sorumlulukları kabul ettiği bu aşamada üyeler birbirlerine güven geliştirmeye ve birbirlerine bağlanmaya başlar.

- Üretkenlik aşaması: Bu aşamaya gelindiğinde grubun amaçları açıkça ortaya konmuş ve bu amaca ulaşmak için yapılması gerekenler yapılmaya başlanmıştır. Grup üyelerinin birbirleriyle çok rahat bir şekilde etkileşimde oldukları bu aşamada uzlaşılmalı konular rahat bir şekilde tartışılır. Bu aşamada gerçekleşen iletişim amacı gerçekleştirebilmeye odaklıdır. Kısaca artık grup işlemeye ve amaca yönelik hareket etmeye başlamıştır.
- Adalet arama ve kaliteyi sorgulama aşaması: Bireysel istek ve arzuları olan grup üyeleri, grup için çalışırken aynı zamanda bu bireysel istek ve arzularının da tatmin olmasını beklerler. Bunun yanı sıra diğer grup üyeleri tarafından takdir edilmeyi beklerler. Grup içinde yapılan işler artık rutinlik kazandığından üyeler arasındaki iletişim azalmaya başlar. Bu aşamada grup gücünü ve bazı üyelerini kaybetmeye başlayabilir. Bu aşamada grubun, işleyiş sürecini değerlendirerek, grup üyelerinin rollerini ve grup normlarını yeniden tanımlayarak işleyiş sürecini revize etmesi gerekebilir. Bunu başaramayan gruplar son evreye yani bitiş evresine geçmek zorundadır.
- Ayrılma ve bitiş aşaması: Bazı gruplar çok kısa süreliğine kurulur ve amaçlarını gerçekleştirdikten sonra dağılır. Bazen de gruplar amaçlarını gerçekleştirilmeden dağılırlar. İyi işleyen, iletişimi iyi olan bir grup dağılırken grup üyelerinin olumlu hislere sahip olması beklenir. İyi işleyemeyen, birbirleriyle sağlıklı iletişim kuramayan üyelerin oluşturduğu bir grubun üyeleri ise, birbirlerini suçlama eğiliminde olacaktır. Bazen bir grup üyesi kendi isteğiyle ya da elinde olmayan sebeplerden ötürü gruptan ayrılmak zorunda kalabilir. Ayrılan üye grup içinde iyi işler yapmış ve etkin olmuş bir üye ise, grupta kalan diğer üyeler onu anma törenleri düzenleyerek onu onure ederler.



Resim 5.2: Grup Oluşumunun Altı Aşaması

Grup Türleri

Gruplar; üyeleri arasındaki ilişkiler, üye sayıları, üyelerin katılımı, süreleri, işlevleri ve dayanışma biçimleri açısından sınıflandırılabilir.

Gruplar, sahip oldukları üye sayısı bakımından; **büyük, orta ve küçük gruplar** diye ayrılır. Büyük gruplar; çok sayıda insandan oluşan kent, ulus gibi gruplardır. Orta gruplar; büyük gruplara oranla daha az üyeye sahip olan sendikalar, siyasî partiler gibi gruplardır. Küçük gruplar; az sayıda üyeden oluşan aile, arkadaş grubu gibi gruplardır. Küçük gruplar, üye sayısı az olan ve iletişimiyoğunluğu fazla olan gruplardır.

Gruplar üyelerinin katılımı açısından **açık, kapalı ve koşula bağlı** gruplar olarak ayrılır. Açık gruplar; üyelerinin katılımının serbest olduğu gruplardır. Sivil toplum örgütleri, siyasî partiler ve kentler açık gruplara örnektir. Kapalı gruplar; giriş çıkışın serbest olmadığı, üyelerin iradeleri dışında katıldıkları gruplardır. Aile ve ulus bu gruplara örnektir. Koşula bağlı gruplar; üyelerinin girişinin bir koşula bağlı olduğu gruplardır. Kooperatifler ve sendikalar bu tür gruplara örnektir.

Gruplar, süreleri açısından **uzun süreli, kısa süreli ve periyodik(devirli) gruplar** diye ayrılır. Uzun süreli gruplar; grubun ömrünün insan ömründen uzun olduğu köy ve aile gibi gruplardır. Kısa süreli gruplar; bir amaçla kurulan ve bu amaç gerçekleşince dağılabilen gruplardır. İş ve oyun grupları bu gruplara örnektir. Periyodik gruplar; belirli sürelerde bir araya gelen insanlardan oluşan gruplardır. Gezi grupları, tatil arkadaşlıkları bu gruplara örnektir.

Gruplar işlevleri açısından **tek görevli ve çok görevli gruplar** diye ayrılır. Tek görevli gruplar; tek işlevi gerçekleştiren futbol takımı ve yapı kooperatifi gibi gruplardır. Çok görevli gruplar; çok sayıda işlevi gerçekleştiren ulus ve belediye gibi gruplardır.

Gruplar, üyeleri arasındaki dayanışma açısından **mekanik ve organik dayanışmanın egemen olduğu gruplar** diye ayrılır. Mekanik dayanışmanın egemen olduğu gruplar; küçük ve düzenli gruplardır. Mekanik dayanışma, üyelerin benzer rolleri yerine getirerek birbirini tamamladıkları dayanışmadır. Örneğin, imece usulüyle her gün bir başkasının tarlasında çalışan köy halkının aralarındaki dayanışma, mekanik dayanışmadır. İnsanlar, aşağı yukarı aynı işlevleri yerine getirirler. Bu gruplarda genellikle iş bölümü gelişmemiştir. Mekanik dayanışmanın egemen olduğu gruplarda ilişkiler, insanların birbirlerini tanıması nedeniyle sıcak, dostça ve samimîdir. İnsanlar, ortak bir temele bağlı oldukları, inanç ve değerleri birbirine benzediği için dayanışma içinde bulunurlar. Organik dayanışmanın egemen olduğu gruplar; ilişkilerin resmî, kuralcı ve akılcı olduğu gruplardır. Bu gruplar, iş bölümü ve farklılaşmanın zorunlu sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Organik dayanışma, bireylerin farklı rolleri yerine getirerek birbirlerini tamamladığı dayanışmadır. Örneğin, şehir gruplarında iş bölümü artmıştır. Çeşitli meslek dallarında uzmanlaşma fazladır. Herkes farklı işlevleri yerine getirerek dayanışma sağlar. Bu tür bir dayanışma, organik dayanışmadır. Birincil ilişkilerin azaldığı ve zayıfladığı bu dayanışma tipinde insanları birbirine bağlayan, toplumda yerine getirdikleri görevlerdir.

Toplumsal ilişki biçimine göre gruplar **birincil ve ikincil gruplar** olmak üzere ikiye ayrılır. Birincil gruplar, yüz yüze ilişkilerin, yardımlaşma ve dayanışmanın yoğun olarak yaşandığı; sevgi bağlarının kuvvetli olduğu gruplardır. Grup üyelerinde “biz” bilinci hâkimdir. Üye sayısı azdır ve bireyler arasındaki ilişkilerde süreklilik vardır. Aile, arkadaş, komşu, akraba gibi toplumsal gruplar birincil toplumsal gruplardır. Birincil gruplar her zaman küçüktürler, çünkü büyük sayıdaki üyeler arasında yoğun bir ilişki kurmak çok güçtür. İkincil toplumsal gruplar yapı olarak daha büyük, yazılı normlara dayalı olarak kurulan, belli bir amacı gerçekleştirdikten sonra dağılan gruplardır (Hedefler insan ömrünü aşacak biçimde uzun süreli olabilir; devlet, siyasî parti, sendika gibi). İlişkilerin temelini, grubun hedeflerinin gerçekleştirilmesi oluşturur. Bu nedenle bu tür gruplarda ilişkiler amaca yönelik ve resmîdir. Yüz yüze, samimî ilişkiler kurulsun da birtakım kurallara uymak zorunludur. Örneğin, bir okulda ilişkiler ve amaçlar resmî olarak oluşturulmuştur. Grup üyeleri grubun kurulma amaçlarını gerçekleştirmek için bu kurallara ve ilişki türüne uymak zorundadır. Yoksa grubun amaçlarını gerçekleştirmesi güçleşir. Bu grupların üyeleri birbirleriyle belli çıkar ve aktiviteleri açısından ilişki kurarlar. Etkileşimlerinde belirli roller hâkimdir. Örneğin; öğrenci, müdür, yönetici, şef, işçi gibi. Bu grubun örneklerini özellikle sanayileşmiş toplumlarda görmekteyiz. Kültürel farklılaşma ve iş bölümünün yaygınlaşması, kentleşme sonucu bu tür gruplar çoğalmaktadır.

Gruba Dahil Olmanın Avantajları ve Dezavantajları

İnsanlar tek başlarına üstesinden gelemeyecekleri işleri gerçekleştirebilmek, ait olma gereksinimlerini doyumak, birtakım ödüller alma gibi amaçlarla gruplara katılırlar. Bir gruba dahil olmanın bir çok avantajı olduğu gibi dezavantajları da vardır. Avantajları şu şekilde sıralanabilir (Beebe ve Masterson, 2009):

- Gruplar bilgi kaynağıdır. Özellikle, belirsiz uyarıcı durumlarında, bireyler gerçeğin ne olduğunu anlamak için başkalarının görüşlerine gereksinim duyar. Bu gibi durumlarda gruplar, normlar yoluyla gerçeği aydınlatmada ölçüt oluştururlar. Bir tek başına bireyin üreteceği bilgi ile gruptaki birçok birbirinden farklı bireyin üreteceği bilginin aynı olması beklenemez.
- Gruplar tek bir bireye göre daha yaratıcıdır. Akıl akıldan üstündür deyişinde gerçeğinin öngördüğü gibi bir problem karşısında her bir bireyin söz konusu probleme yönelik farklı çözüm önerileri olacağından gruplar, soruna en iyi çözüm yolunu bulma konusunda oldukça etkindir. Bunun yanı sıra grup üyeleri bu çözüm arayışı sürecinde, problem çözme ve karar verme güçlerini geliştirirler.
- Bir grubun içinde olmak öğrenmeyi daha etkin hale getirir. Bir grubun içinde herhangi bir konuyu tartışarak, fikir alışverişinde bulunarak öğrenmek, tek başına düşünüp fikir yürüterek öğrenmekten daha etkilidir.
- Herhangi bir konuda karar alma durumunda grup içindeki birey söz konusu konu hakkındaki tartışmaya katılmış ve grubun amacına hizmet edecek kararın alınmasında yardımcı olmuşsa kendini tatmin olmuş hissedecektir.
- Grup içinde farklı görüş ve düşünceler, kişilerin gelişimine hizmet edecek biçimde sunulur. Bir gruba ya da örgüte katılanların sahip oldukları kişisel görüş, duygu ve düşüncelerin diğer üyelerin taşıdığı farklı görüş ve düşüncelerden etkilendiği ya da yön değiştirdiği bir gerçektir. Grup içinde olan bir birey, gruptaki diğer bireylerin kendisini nasıl değerlendirdiğine bakarak kendini daha iyi ve daha objektif tanıma ve yanlışlarını düzeltme şansı elde eder.
- Bazı görevler karmaşıktır ve çok miktarda bilgiyi hatırlama, yeniden örgütlemeyi gerektirir. Bu gibi durumlarda, grup üyeleri birbirlerinin yaptığı, tek başına çalışırken dikkatten kaçabilecek hataları düzeltirler. Ayrıca, bu gibi bir durum işbölümüne olanak tanır. Grubun her üyesi, görevin farklı yönlerine kendi becerisini ve yeteneğini koyarak örnek olabilir. Bu türden görevler, üyelerin yeteneklerini biraraya getirmelerine ve birbirlerinin gücüne güç eklemelerine olanak verir; Bu gibi durumlarda, yeteneklerin birleşmesinin etkisi görülür: Grup bir bütün olarak tek üyenin yalnız başına yapacağından daha iyisini yapar.

Bir gruba dahil olmanın dezavantajları ise şu şekilde sıralanabilir (Beebe ve Masterson, 2009):

- Çatışmadan kaçınma eğiliminde olan bazı grup üyeleri, çoğunluğun sahip olduğu hakim fikre katılmaları için diğer grup üyelerini baskılayabilirler.
- Müzakere esnasında grup içindeki bir birey müzakereye hükmetmeye çalışabilir.
- Grup içindeki bazı bireyler, diğerle grup üyelerine güvenerek üzerlerine düşen işi yapmama eğiliminde olabilir.

Grupların İşlevleri

- Gruplar, bireye kimlik kazandırır. Her birey, içinde bulunduğu grubun değer ve normlarını benimser, içselleştirir ve kişiliğinin bir parçası haline getirir.
- Gruplar, insanların temel gereksinimlerinin karşılanmasını sağlar. Yeme, barınma, sağlık gibi insan gereksinimleri, çeşitli grupların gerçekleştirdiği işlevlerle karşılanır. Örneğin; bir okulda görev yapan öğretmenler, bir hastanede çalışan doktorlar yer aldıkları grubun işlevlerini yerine getirerek insan gereksinimlerini karşılarlar.
- Gruplar, bireyin yeteneklerinin farkına varmasına ve onları geliştirmesine yardımcı olur.
- Gruplar bireyin toplumsal varlığını anlaması ve topluma uyum göstermesini sağlar.
- Gruplar bireyin yalnızlık duygularını ortadan kaldırır, ona güven verir.
- Gruplar dayanışma ve bağlılık duygularını geliştirir. Kişinin yaşamına bir amaç ve anlam kazandırır.

GRUP İLETİŞİMİ

Gruplar, insanların sosyal varlık olmasının doğal bir sonucu olduğundan kişiler arasında iletişim olmaksızın gruptan söz etmek mümkün değildir. Gruptan söz edebilmek için insanların “bir arada” veya “yanyana” bulunmaları yeterli değildir; aralarında bir etkileşim veya iletişim de mutlaka bulunmalıdır. Bunun yanı sıra temelde varlık nedeni, insan ilişkileri grupların özeldir ve yapıları ne olursa olsun, varlıklarını amaçlı ilişkiler ve dolayısıyla iletişimle sürdürürler. Bu nedenle grup ve iletişim olgusu adeta birbirinin ayrılmaz bir parçasıdır.

Gruplarda iletişim, “bir grup olarak hareket etme özelliği kazanmış kişiler” arasında gerçekleşmektedir. Grubun ortak özellikleri artık grup iletişimini büyük ölçüde belirlemektedir. Grup iletişimi de kişilerarası iletişimde olduğu gibi, aynı mekânı paylaşma ve yüz yüze gerçekleşme özelliklerini taşır. Grup iletişimi bazı durumlarda aracılanmış iletişim olarak da gerçekleşebilir. Gruplar iletişimlerini yüz yüze kurabilecekleri gibi, iletişim teknolojileri aracılığıyla da kurabilirler. Tele-konferans teknikleriyle gerçekleştirilen iletişim, grup içi ve gruplararası iletişimin aracılanmış haline iyi bir örnektir.

Grup iletişimi, grup içi ilişkileri düzenleyen, grubu koordine eden ve grup normlarını belirleyip yayan bir iletişim türüdür. Bu sayede bireyler arasında koordinasyon sağlanmakta, otorite ve normlar tanımlanmakta, çevreyle veri alışverişi gerçekleştirilmektedir. Grup iletişimini etkileyen en önemli faktör grubun özellikleridir. Grubun özelliklerine göre kendine has iletişim yapısı oluşur ve grup üyeleri içinde yer aldıkları bu yapıya ters düşmemek için zorunluluğu olan veya olmayan iletişim kurallarına ve biçimine uymaya özen gösterirler.

Gruplar farklı açılardan incelendiğinde farklı türlere ayrılabilir da insani ilişkiler ve iletişimin gerçekleşmesi baz alındığında birincil ve ikincil gruplar olmak üzere ikiye ayrılır. Birincil grubun amacı belli tek veya birkaç amacı gerçekleştirmeye yönelik değildir; onun yerine bireylerin toplam yaşamıyla ilgili olarak destek ve anlayış temeli üzerine kurulmuştur. Bu nedenle birincil gruplarda ilişkiler kişisel ve senli benli gerçekleşir. Günlük yaşamda insanlar aynı zamanda ikincil gruplarda yer alırlar. İkincil gruplar geçicidir; amaçları değişir; yapıları ve rolleri gevşekçe tanımlanmıştır; birincil amaçları belli bir görevi tamamlamak değildir; paylaşılan eylem veya bağdan geçerek ortak tatmine ulaşmaktadır. İkincil gruplarda sayı genellikle daha fazladır; ilişki kişisel, yakın ilişki değil, resmi sızli bizli ilişkilerdir.

Birincil Gruplarda İletişim

Aile, arkadaşlar, akrabalar, komşular gibi gruplardan oluşan **birincil** gruplarda, ilişkiler içten, yakın, kişiseldir. Bireyin kişiliğinin, birçok yönüyle iletişime girmesi, birincil ilişkilerin kurulmasını kolaylaştırmaktadır. Bu gruplarda üyelerin her birinin, üzüntüleri, neşeleri başarı ve başarısızlıkları tüm grup üyelerinin ilgi alanına girer.

Bu gruplarda herkes birbirini tanıır. Üyeler arasında statü farkı azdır. Yardımlaşma, dostluk ve sevgi bağları insanları birbirine bağlar. İnsanlar, bu gruplar içinde sıcak ve dostça bir ortam içinde yaşarlar. Birbirlerine güvenirlir. Bu grupların üyeleri, birbirlerine resmî kurallarla bağlı değildirler. Denetim daha çok gelenek, görenek, töre ve âdetlere dayanır. Ayıplama, kınama ve dışlama gibi yaptırımlar yaygındır. Her üye, rolünün ve sorumluluğunun bilincindedir ve bunu zorlama ya da bir çıkar karşılığında yapmaz. Grubun gereksinimlerinin giderilmesi için çalışır. İnsanlar arasında “biz” duygusu güçlüdür. Grubun çıkarı, bireysel çıkarlardan önde gelir.

Birincil gruplarda iletişim, grup üyelerinin istediği zaman ve grup amaçlarının gerektirdiği ölçüde gerçekleşebilir. Ayrıca, bu tür gruplarda her grup üyesi kaynak ve alıcı olma özelliğine sahiptir. Duygusal doyum önemli bir yer tutar.

İkincil Gruplarda İletişim

İkincil gruplarda ilişkiler, resmi ve yarar sağlamayı ön plana alan bir nitelik taşımaktadır. Organizasyon içindeki iş grupları, sendikalar, dernekler, resmi devlet daireleri ikincil gruplara örnek gösterilebilir.

Bir kaç kişi ilk kez bir araya gelip etkileşime girdiklerinde, tutarlı bireysel ayrılıklar belirtmeye başlar. Bazı kişiler diğerlerine göre daha fazla konuşur; kimileri grup kararları üzerinde daha etkili olur; bazıları genellikle daha faaldir; bazıları da diğer grup üyeleri üzerinde daha çok saygı uyandırır. Grubun üyeleri

arasında, çeşitli boyutlar açısından eşitsizlikler yaratacak biçimde farklılıklar yer alır. Bu farklılıklar, grup yapısının biçimlenmesine temel oluşturur. Farklılaşmalar gelişirken, çeşitli kısımlar arasında ilişkiler kurulur ve böylece grupta bir ilişkiler örüntüsü oluşur.

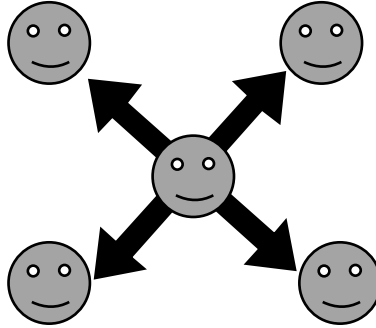
İkincil gruplarda, kişilerin üye olarak önemi, grupta üstlendiği görevlerle sınırlıdır. Birincil gruplarda kişilerin ihtiyaçlarının giderilmesi ön plâna alınırken, ikincil gruplarda görevin ne denli iyi yapıldığı birinci plana alınmaktadır. Bireyler açısından önemli olan üstlenilen bazı görevleri yerine getirmektir. İlişkiler, duygulara değil akla dayalı çıkar ilişkileridir.

İkincil ilişkilerin gerçekleştiği gruplar olan meslek grupları insanların belirli birtakım amaçlarını gerçekleştirmek üzere oluşturdukları, uzmanlığa dayalı gruplardır. Bu grupların işleyişleri belirli tekniklere ve uzmanlığa dayanır. Bu da karışık bir örgütlenmeyi gerektirir. Gruba çok sayıda kişi katılır, yetkiler belirli kişilerde toplanmıştır. Grup içinde bir yetki sıralaması vardır. Meslek gruplarında grup genişledikçe üyelerin bir arada çalışması mümkün olamamaktadır. Her kişinin uzmanlık alanı da farklı olduğundan grubun üyelerini birleştirme işlevi azalmaktadır. Grubun bazı üyeleri sadece seyirci pozisyonunda kalmaktadır. Örneğin; büyük şirketlerin sadece hisse senedi sahibi olan, siyasî partilerde sadece kayıtlı olan üyelerin bulunması gibi. Meslek gruplarında sözleşmeyle kurulan ilişkiler ve otorite egemendir. Otorite, hukuk kurallarına dayalıdır. En önemli ilke, sorumluluk ilkesidir. Meslek gruplarının üyeleri arasında ortak nitelikler ve benzerlikler yoktur. Çünkü bu gruplar üyelerin kişisel nitelikleriyle ilgili değildir. Grup üyeleri birbirlerinin özel yaşamlarıyla ilgilenmezler. Bu nedenle, meslek gruplarından oluşan gelişmiş toplumlarda kişi özgürlüğü büyük ölçüde gerçekleşmiştir.

İkincil gruplarda iletişim resmidir ve belirli kalıp ve kurallara göre yapılıdır. Bu gruplarda insanlar arasındaki karşılıklı yükümlülük ve hakları; yasa, tüzük ve yönetmelikler belirler.

İkincil gruplarda iletişim yapısı beş farklı modelle açıklanabilir. Bu modeller şunlardır (Leavitt, 1951):

Merkezi model: Bu model otorite ve karar alma inisiyatifinin örgütün en üst yöneticisinde toplanmasını temel alan, bir modeldir. Grubun bütün üyelerinin merkezi konumdaki yetkili ile bilgi alışverişinde bulunmalarına karşın, kendi aralarında bir iletişim yaşanmamaktadır. Modelin merkezileşme derecesi yüksek, grup tatmini az, kişisel tatmin yüksek ve iletişim hız ve doğruluk derecesi çok yüksektir.



Resim 5.3: Merkezi model

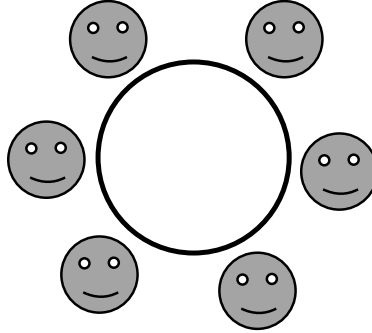
Y Modeli: Merkezi modelden sonra merkezileşme derecesi en yüksek grup iletişim modelini oluşturur. Daha az sayıda iletişim kanalına sahip olan bu modelde, önderlik tatmini, merkezileşme derecesi ve hız çok yüksek, kişisel tatmin ve doğruluk derecesi yüksek, grup tatmini ile haberleşme kanal sayısı ise düşüktür.

Zincir Modeli: Zincir modelinde iletişim, üyelerin birbirine yakınlık derecesine göre işlendiğinden, grubun bazı üyeleri izole durumda kalabilir. Zincir tipi iletişim yapısında; uçtaki iki üye sadece bir kişiyle diğerleri ise yanlarındaki iki kişiyle haberleşir. Böylelikle iletişim işlevsel niteliğini yitirerek, bireyler arası ilişkilerin zayıfladığı ve grup verimliliğinin tehlikeye düştüğü bir model oluşur. Bu modelde; merkezileşme derecesi, haberleşme kanalı sayısı, önderlik tatmini, grup tatmini, kişisel tatmin, hız ve doğruluk derecesi yüksek değildir.



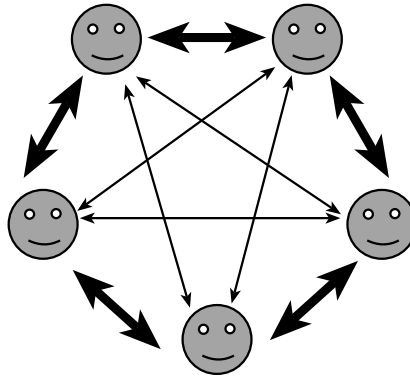
Resim 5.4: Zincir modeli

Daire Modeli: Grupta belirgin bir lider yoktur. Bireylerin herhangi biri iletişimi başlatabilir. Grup üyelerinin birbirleriyle iletişim olanaklarının bir hayli fazla olduğu daire modelinde, bir tek kişinin iletişim kurması çok zordur. Merkezleşme derecesinin az, haberleşme kanalının ve grup tatmininin orta, önderlik tatmini, hız ve doğruluk derecesinin düşük olduğu bir modeldir.



Resim 5.5: Daire model

Serbest Model: Tüm haberleşme kanallarının her zaman ve herkese açık olduğu, herkesin herkese hiçbir kısıtlama olmadan iletişimde bulunduğu bu model demokratik bir modeldir. Merkezileşme ve önderlik tatmin çok az, haberleşme kanalı sayısı ve kişisel ve grup tatmini çok yüksektir. Ancak, hız ve doğruluk derecesi bu modelde düşüktür.



Resim 5.6: Serbest model

Bu iletişim modellerinde açıklanan iletişim şekilleri, grup üyelerinin grupta bulunmak ve iş yapmaktan duyduğu “tatmini” de etkilemektedir. Merkezi yapıli gruplarda “lider” konumundaki merkezi kişi, büyük tatmin sağlarken, diğer (kenardaki) üyeler ise pek fazla tatmin olmazlar. Merkezi olmayan gruplarda ise, hemen hemen tüm üyeler daha fazla tatmin duyarlar. Çünkü grup merkezkaçlaştıkça her üyenin iletişim yoluyla grup kararı (ve faaliyeti) ne katılma olanağı artmaktadır. Bilindiği gibi kararlara veya yönetime katılma, kişilerin güdülenmesi (motive edilmesi) ve tatmininde önemli bir araçtır. Kısaca, “merkezi” yapıli gruplardan “merkezkaç” gruplara gidildikçe üyelerin tatmin düzeyi artmaktadır. Ancak bu tatmin üyelerin bireysel ihtiyaç, özellik ve motivasyonlarına da bağlıdır.

Grubun büyüklüğü, üye sayısı ile ölçülür ve grubun iletişim yapısı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Her şeyden önce, grup büyüdükçe üyeler arası etkileşim ve iletişim daha karmaşık hale gelir. Çünkü grubun üye sayısı arttıkça grup daha heterojen hale gelir. Tüm üyelerin birbirleriyle doğrudan iletişim kurmaları daha güçleşir. Bu yüzden, büyük gruplarda tüm üyeleri içeren serbest modelin küçük gruplarda

olduğu gibi işlemesi çok güçtür. Büyük gruplarda (10-12'den fazla üyeyi içeren) tüm üyelerin birbirleriyle aynı sıklıkta iletişim kurması, görevin ve kişilerin özellikleri dolayısıyla, çoğunlukla imkânsızdır. Daha sık haberleşen grup üyeleri arasında, büyük bir olasılıkla küçük "alt gruplar" ortaya çıkacaktır. Böylece büyük grupların iletişim şebekesi, alt gruplarda geçerli "küçük grup iletişim şebekelerini" de kapsayan daha karmaşık bir yapı arz edecektir. Bu ve benzeri nedenlerle, grup büyüdükçe iletişim ilişkilerinin daha biçimsel hale dönüşmesi eğilimi vardır.

Gruplarda her bir üyenin bir "statü"sü vardır. **Statü**, grup içinde bir role (ve rol sahibine), gruba sağladığı katkının önemine göre verilen değeri gösterir. Statü bakımından da üyeler az veya çok farklılaşmıştır. Statüyü dolduran birey, bu haklardan yararlanır ve statünün gerektirdiği yükümlülükleri yerine getirir. Statü, üyelerin hakları ve sorumluluklarını ifade ederken, **rol**, grup içinde her bir üyeden beklenen davranışlar topluluğudur. Gruplarda herkesin belirli bir rolü (görevi) vardır. Üyelerden rollerinin gereğini yapmaları, rollerine uygun davranmaları beklenir. Örnek olarak Statü, gruplarda yer alan iletişim türü ve miktarını etkiler. Gruplarda iletişim kanalı statü silsilesinde aşağıdan yukarı doğrudur. Düşük statüdekiler yüksek statüdekilerle, yüksek statüdekiler ise kendi düzeylerindekiyle iletişim kurma eğilimindedirler. Yüksek statülü kişiye ulaşan bilgi genelde yanlıdır. Düşük statülü kişiler yüksek statülü kişileri kendilerine zararları dokunur korkusuyla pek eleştirmezler. Bu nedenle, yüksek statülü kişilere yöneltilen iletişimin kapsamı, düşük statülü kişilere yöneltilen iletişim kapsamından daha olumludur. Yüksek statülü kişi çok fazla miktarda bilgi edinebilir, ancak, çoğu gerçeği yansıtmaktan ziyade yüksek statülü kişinin duymak istediği şeylerden oluşur. Statü, sadece kimin kiminle konuşacağını etkilemez, aynı zamanda, konuşan kişinin ne dereceye kadar dinleneceğini de etkiler. Araştırmalar, ne söylendiğinin değil, kimin tarafından söylendiğinin geçerli olduğunu ortaya koymuştur. Statünün, problem çözme üzerindeki etkisini araştıran çalışmaların bulgularına göre, yüksek statülü üyeden gelen doğru yanıtlar, düşük statülü üyeden gelen doğru yanıtlara kıyasla daha kolaylıkla kabul edilmektedir.

Gruplarda, rol ve statü yapı ve ilişkileri ile iletişim arasında, sıkı bir etkileşim vardır. İletişim şebekesinde merkezi bir konumda bulunmak, kişinin grup içindeki rolünün önemini artırıcı ve statüsünü yükseltici bir etki yapmaktadır. Çünkü bu konumdaki üye, genellikle daha fazla bilgiye ulaşma dolayısıyla grubun performansına daha çok katkıda bulunma olanağına sahiptir. Grupta üyelerarası rol ve statü farklılığının artması ise genellikle, iletişimi güçleştirici bir etki göstermektedir.

ÖRGÜT KAVRAMI

Örgüt, bir grup insanın, bir iş bölümü içerisinde, otorite ve sorumluluk hiyerarşisi altında, belirli bir ortak amacı gerçekleştirmek amacıyla oluşturdukları, akılcı, planlı ve eşgüdümlü bir yapılandırma. Örgütün oluşumu insanların varlığına bağlı bulunduğu gibi, insanlarda amaçlarını gerçekleştirmek için örgüte dayanmaktadır. Fakat aynı zamanda örgüt, kendini oluşturan insanların toplamından farklı bir oluşumdur (Oktay, 1996).

Örgüt, ortak bir amacın gerçekleştirilmesi için bir grup insanın meydana getirdiği bir topluluktur ve iletişimde bu sürecin çok önemli bir kısmını oluşturur. Ayrıca ortak bir amacın gerçekleştirilmesi için iletişimin meydana gelmesi şarttır ve beraber çalışan bir grup insan birbiriyle etkileşim halinde olmalıdır bu da ihtiyaçları, düşünceleri, planları ve diğer ihtiyaçları için birbiriyle iletişim halinde olmaları gerekliliğini ortaya koymaktadır.

ÖRGÜT İÇİ İLETİŞİM

İletişim, bireyler arası teması sağlayarak, onların bilgi alışverişinde bulunmaları ve böylece birbirlerinin tutum ve davranışlarını pekiştirmeleri ya da değiştirmelerini sağlayarak onların çevreleriyle etkileşime geçmelerine ve çevrelerini yönetmelerine olanak sağlayan sembolik bir süreçtir (Book ve diğerleri, 1980). Örgüt içi iletişim is bir örgütün çeşitli birimleri ve çalışanları arasında bilgi, duygu, anlayış ve yaklaşım paylaşımını, bu paylaşım sürecindeki her türlü araç-gereç ve yöntemi, söz konusu paylaşım ile ilgili çeşitli kanalları ve mesaj şekillerini içeren süreçtir (Gürgen, 1997).

Örgüt içi haber ve bilgilerin yayılmasına olanak sağlayan örgüt içi iletişim, kişiler ve süreçler arasında bir köprü vazifesi de görmektedir. Örgütlerin açık sistem anlayışı çerçevesinde işleyen yapılar olduğu düşünüldüğünde iletişimsiz kalan örgütlerin yaşayamayacağını söylemek mümkün olabilmektedir (Varol, 1993).

Örgütte çalışanların genel olarak üç iletişim ihtiyacı içinde oldukları söylenebilir. Örgütün ne yöne doğru gittiğini, oraya nasıl ulaşılacağını ve en önemlisi bütün bunların kendileri için ne anlama geldiğini bilmek isterler. Çalışanların bu ihtiyaçlarla ilgili mantığı çok açıktır. Çalışanlar, kendi esenliklerinin ve kendi geleceklerinin örgütün genel başarısıyla yakından ilişkili olduğunu bilirler. Örgüt üyeleri olarak, genel hatlarıyla çalışma planının nasıl bir şey olduğunu, bu planın işe yaraması için hangi stratejilerin oluşturulduğunu ve örgüt için belirlenmiş hedeflere ulaşmak için kendilerinin ne kadar çaba göstermek zorunda kalacaklarını bilmek isterler (Grunig, 2005).



Örgütler için etkili, biçimsel bir iletişim sistemi oluşturmanın neden gerekli olduğunu tartışınız.

Örgüt İçi İletişimin Önemi

İletişim, bir örgütün var olma sebebi olarak görülebilecek olan ortak amaçların gerçekleştirilmesi için gerekli olan ortak bir anlayışın geliştirilmesinde etkili olması nedeniyle bir örgütün başarısı ve başarısızlığında en etkin süreç olarak da tanımlanabilir. Yönetmel faaliyetlerin yürütülmesinde, karar vermek ve yönetme ihtiyacı için doğru bilgiye duyulan ihtiyaç, iletişim sayesinde sağlanır. İletişim iş etkinliğinin artırılması ve örgütsel kaynakların harekete geçirilmesi için zorunludur. Organizasyonlarda yönetmel ve örgütsel etkinliklerin yerine getirilmesi örgütsel iletişim sayesinde olur. Birimler örgütsel amaçlar ve bu amaçlara ulaşmayı sağlayacak yöntemler hakkında iletişim sayesinde bilgi sahibi olurlar.

Örgütsel iletişimin önemi ve sağlıklı işlediğinde sağladığı faydalar şu şekilde sıralanabilir (Scholtz, 1962; Torrington ve Hall, 1987; Ergeneli ve Eryiğit, 2001; Jensen, 2003'den akt: Bakan ve Büyükbeşe, 2004):

- Yönetime karar almada ihtiyaç duyulan bilgiyi elde etme imkanı sunar.
- Yöneticilerin aldığı kararların çalışanlar tarafından algılanması ve uygulamaya dönüştürülmesini sağlar.
- Çalışanların örgüte bağlılığını artırarak, müşteri hizmetlerinin iyileşmesini sağlar.
- İş tatmini, motivasyon, örgütsel bağlılık gibi çalışanların davranışları üzerinde olumlu etkiler yaratarak örgütsel performansı artırır.
- Çalışanların paylaşım duygusunu artırır.
- İş ortamındaki sürtüşme ve baskıları azaltır.
- Örgütsel faaliyetlerin istikrar ve iş birliği içinde gerçekleşmesine katkıda bulunur.
- Örgütsel değişime karşı güven oluşturur ve değişim sürecini hızlandırır.
- Daha az hata yapılmasına ve sonuçta giderlerin azalmasına imkan tanır.
- Karlılığı ve etkinliği artırır.
- Stratejik planların etkin bir şekilde uygulanabilmesinde önemli bir faktördür.

Örgüt İçi İletişimin Amaçları

Örgütsel iletişimin amaçları arasında, çalışanlara kurum kültürü hakkında bilgi sağlaması ve herkesin bu kültürle bütünleşmesine yardımcı olması sayılabilir (Akıncı, 1998). Diğer taraftan örgüte yeni katılan kişi örgütsel ve bireysel davranışı yönlendiren kurum kültürünü de bilgi alış verişleriyle öğrenebilir. Böylece yeni üye, örgütün öncelikleri, davranış kalıpları, amaçları ve vizyonunun neler olduğunu örgütsel iletişim sayesinde öğrenmektedir. Çalışanların sorumluluk alanları, işlerin nasıl ve ne zaman ve nerde yapılacağı örgütsel statüye bağlı olarak kimden hangi rolün beklendiği etkin bir örgütsel iletişimle öğrenilebilir. İletişim, örgütün dikkatini başarılması gereken örgütsel amaçlar üzerinde toplamaktadır (Yıldırım, Arıkan ve Aşan, 1996). Önemli olay ve ortak yaşam ile ilgili faaliyetler, hikayeler, iletişim yoluyla birbirlerine aktarılmaktadır. Böylece çalışanlar şirketin kültürel yapısını öğrenmekte, performansı etkileyen ortak politikaları benimsemektedirler (Kirel, 2000). Böylelikle örgütsel iletişimi, gerek bireysel gerekse örgütsel performansı etkileyen faktörler arasında da saymak mümkün olabilir.

Örgütsel iletişimin amaçlarını aşağıdaki şekilde de sıralamak mümkündür (Varol, 1993; Gökçe, 2006):

- Örgütün amaçları, hedefleri ve politikalarının çalışanlarca bilinmesini sağlamak,
- Örgütsel politika ve kararların örgüt üyelerine duyurulması yoluyla söylentilere engel olunarak örgüt ve üye bütünleşmesi sağlamak,
- İş ve işlemlere ilişkin bilgi vermek ve bu yolla iş ve beceri eğitimini kolaylaştırmak,
- Yenilik ve yaratıcılığı özendirerek, çalışanları deneyim, sezgi ve akıllarına dayanarak, yönetime bilgi ve geri bildirim sağlamaları konusunda özendirmek,
- Örgütün bütçesi, faaliyetleri ve projelerinin ilgililere duyurulması örgütün tanınmasına ve örgüte olan güvenin sağlanmasına zemin hazırlamak,
- Yeni teknoloji ve yönetim anlayışına ilişkin bilgileri ilgili taraflara aktararak bunlara uyum sağlanmasını kolaylaştırmak,
- Çalışanların iş sırasında veya iş sonrasında örgütü temsil niteliklerini geliştirmek,
- Örgüt içinde bir aile ortamının yaratılmasını, dostluk, yardımlaşma, sevgi ve bağlılık ilişkilerinin geliştirilmesini sağlamak,
- Örgütün faaliyet konusuna ilişkin her türlü mevzuatın örgüt üyelerine duyurularak hatalara engel olmak,
- Örgüt üyelerinin amaçlara yönelik olarak güdülenmesi sağlamak,
- Ast ve üst arasındaki iki yönlü karşılıklı iletişimi özendirmek,
- Üyeler, geleceğe yönelik beklentiler, ilerleme olanakları, ücret ve ödüllendirme gibi konularda bilgilendirmek,
- Etkili kararların alınabilmesi, eş güdümün sağlanabilmesi ve kontrollerin yapılabilmesine katkı sağlamak,
- Bütün bunlar ve iletişim etkinlikleriyle bir örgüt iklimi, kültürü ve kimliği yaratmaya ve bunu sürdürmeye çalışmak

Örgüt İçi İletişim Biçimleri

Neske, örgütlerin iletişim çabası içerisinde olup olmadıklarına göre iletişim biçimlerini dört gruba ayırmaktadır (Neske, akt: Okay, 2000):

1. **Bürokratik İletişim:** Bu iletişim biçiminde örgütler hedef gruplarına bilgi vermedikleri gibi onlardan da bilgi almamaktadırlar. Bu tip iletişim daha çok bürokratik örgütlerde uygulanmaktadır.
2. **Manipülatif İletişim:** Bu iletişim biçiminde hedef grubla bilgi alış verişi yapıldığı gibi bir görünüm yansıtılmaya çalışılmaktadır. Oysa alınıp verilen bilgiler sadece seçilmiş bilgilerdir. Bu iletişim biçiminde amaç bir çeşit propagandadır.
3. **Demokratik İletişim:** Açıklığa dayanan bir iletişim biçimidir. Örgüt hedef grubuna doğru bilgiyi iletmeye hazırdır ve iletmektedir. Hedef gruptan da bilgi alınarak değerlendirilmesi yapılmaktadır.
4. **Orantsız İletişim:** Bu iletişim biçimi örgüt bilgilendirmeye hazır olduğu halde, kamuoyu hakkında hiç bilgi alamadığı ya da yoğun biçimde kamuoyu araştırılmasına rağmen elde edilen bilgilerin değerlendirilip bir sonuca varılmadığı durumlarda gerçekleşmektedir.

Örgütsel iletişim yapısal açıdan ele alındığında ise biçimsel ve biçimsel olmayan iletişim türleri karşımıza çıkmaktadır. Biçimsel iletişim, örgütte örgütsel kurallar doğrultusunda gerçekleştirilen, örgüt üyelerinin kişiliklerinden soyutlanmış, statüler arası bir iletişim türüdür. Biçimsel olmayan iletişim ise çalışanların oluşturdukları biçimsel olmayan gruplar ve bu gruplar arasında gerçekleşen kişiler arası bir iletişimdir (Gürgen, 1997). Örgütlerde farklı birimlerin, görev ve unvanların bulunması, örgütsel hiyerarşiyi doğurur. Bu hiyerarşinin varlığı, farklı birimler arasında biçimsel ve biçimsel olmayan iletişim kanallarının bulunmasını zorunlu kılar (Tutar ve Yılmaz, 2002) çünkü örgüt içerisinde çalışan herkesin

işin tüm detayları konusunda bilgilendirilmesi sonucunda oluşan aşırı bilgi yükü örgütsel yapıyı çalışamaz hale getirebilmektedir. Bu şekilde yaşanması muhtemel bir sorunu önlemek açısından bilgi akış şeklinin doğru olması ve bilgilerin doğru kişilere ulaşmasını sağlayacak şekilde örgütsel yapının sınırlandırılması önemlidir (Jandt, 2002). Örgüt içerisindeki bilgi, doğru kanallar aracılığıyla doğru hedeflere ulaştığı zaman istenen etkiyi gerçekleştirmektedir. Aksi takdirde aşırı bilgi yükü örgütsel bir sorun olmaktadır.

Biçimsel İletişim

Örgütün kendi içinde yetkili kişilerce önceden belirlenen kurallar çerçevesinde sürdürülen bilgi akışına biçimsel iletişim denilmektedir. Organizasyonlarda biçimsel iletişim üç yönde akmaktadır. Bunlar; dikey, yatay ve çapraz akış yönüdür. Dikey iletişim kavramı organizasyonlarda farklı kademelerde görev yapan işgörenlerin örgütsel yapı ve politikaları ile ilgili olarak yukardan aşağıya (hiyerarşik üstten hiyerarşik alta) ve aşağıdan yukarıya (hiyerarşik alttan hiyerarşik üste) doğru kurmuş oldukları iletişim biçimini ifade eder. Örgütlerde yatay iletişim, eşit veya benzer statüye sahip olan birimler ve kişiler arasında kurulur. Yatay iletişim fonksiyonel ilişkilerden kaynaklanmaktadır. Örgütsel hiyerarşinin farklı kademeleri arasında kurulan iletişim ise çapraz iletişimdir (Tutar ve Yılmaz, 2002).

Dikey İletişim: Dikey iletişim yönetenler ve astlar arasında kurulan iletişim biçimidir. Dikey iletişim organizasyonda hem aşağı doğru hem de yukarı doğru akar. Yukarıdan aşağıya doğru iletişim üst yöneticiden başlar ve aşağıya doğru en alt düzeydeki çalışana kadar iner. Aşağı doğru iletişimin temel amacı; astlara bilgi verme, onların performansını değerlendirme, örgütün amaç ve politikaları konusunda onları bilgilendirmedir. Bu iletişim yönü, hiyerarşik kademeleri birbirine bağlamakta ve böylece farklı düzeylerdeki faaliyetleri birbiriyle uyumlaştırmaktır (Paksoy, 2001). Bu yöntemde astlara resmi kanallardan bilgi ve emirler ulaştırılır. Bu şekilde astların çalışmalarının nasıl değerlendirileceği, başarı veya başarısızlık durumunda çalışanlara ne tür ödül ve cezaların verileceği açık ve net olarak da ortaya konmuş olur. Çalışanlar kendilerine ulaşan bu bilgilerden yola çıkarak, neyi nasıl yapacaklarını öğrendikleri gibi, neleri yapmamaları gerektiği konusunda da bilgi sahibi olmuş olurlar (Işık ve Biber, 2006).

Yukarı doğru gerçekleşen iletişimin temel amacı ise alt birimlerde yaşananlar hakkında üst yönetimi bilgilendirmektir ve yukarı doğru yatay iletişim alt kademelerden üst kademelere gönderilen mesajları kapsamaktadır. Bu bilgi akışı genelde, astın üstüne o kişinin de bir üstüne rapor verme şeklinde hiyerarşik kademeye göre gerçekleşir. Yukarı doğru iletişim, aşağı doğru iletişimin tamamlayıcısıdır Bu tür iletişim; gelişme raporları teklifler, açıklamalar ve kararlar için gerekli olan çeşitli bilgi ve verileri içerir (Tutar, 2002). Yöneticiler daha isabetli karar vere bilmek için alt kademelerden gelecek bilgiye ihtiyaç duyarlar. Aynı zamanda üst kademeden gelen mesajların anlaşılıp anlaşılmadığını test etme olanağı da sağlar (Paksoy, 2001).

Yatay İletişim: Yatay iletişim, aynı kademedeki yönetici ve meslektaşlar arasındaki iletişimi içermektedir. Daha çok yönetici pozisyonunda görev yapanlar arasında gerçekleşmektedir. Ekip çalışmasının önemli rol oynadığı örgütsel sorunların çözümünde oldukça etkindir. Yatay iletişimin amacı yalnızca bilgilendirmek olmayıp, bağlı birimler arasında faaliyetleri koordine etmek, desteklemek ve kolaylaştırmaktır (Gökçe, 2006). Sorunsuz bir yatay iletişim işbirliğini güçlendirmektedir. Bunun sonucunda işlerin verimi ve verilen hizmetin kalitesi artmaktadır. Farklı departmanların bir araya gelerek bilgi iletme ve bilgilenebilmesi teknik ve toplumsal konularda çalışanların gelişmesine ve etkinliklerin bütünlük sağlanmasına imkan tanımaktadır (Baykal, 1981).

Yatay iletişimin örgütü sağladığı en önemli kazanımlardan biride zaman açısından ortaya çıkmaktadır. Çünkü bu iletişim şekli, komuta zincirindeki diğer iletişim kanallarına göre daha hızlı ve doğrudandır. Örgütteki belirli bir birim yöneticisinin bir üstteki amirine danışmaksızın, diğer bölümdeki kişilerle doğrudan iletişime geçebilmesi önemli bir zaman kazancı sağlamaktadır (Karakoç, 1989). Zaman, örgütler açısından bir maliyet olarak değerlendirildiği için yatay iletişim daha bir önem kazanmaktadır.

Yatay iletişim, işgörenlerin organizasyonlarda otoriter liderlik anlayışını kontrol etmenin önemli bir aracıdır. Aynı zamanda olumlu yatay iletişim, destekleyici örgütsel iletişim iklimine olumlu katkılar

sağlar ve örgütte koordinasyonu iyileştirir. Yatay iletişim, fonksiyonel departmanlar arasında (üretim, pazarlama, personel, halkla ilişkiler vd.) ortaya çıkan sorunların çözümlenmesi, koordinasyon sağlanması veya örgütsel işleyişin hızlandırılması gibi amaçlarla kurulur. Yatay iletişim, sorunları üst kademelere taşımadan ve resmi iletişimin zaman öğütücü kurallarına takılmadan, hızlı ve karşılıklı güvene dayalı olarak yürütülen iletişimdir (Tutar ve Yılmaz, 2002). Bu kanalın kullanımının öneminin çalışanlar tarafından da bilinmesi etkinliği arttıracaktır.

Çapraz İletişim: Çapraz iletişim, farklı fonksiyonel birimlerde çalışan ast ve üstler arasında gelişen bilgi içerikli iletişimdir. Birçok örgütlerde çapraz iletişimin olmadığı görülmektedir. Halbuki bu iletişim örgüte yönelik uzmanlaşmayı, farklı birimlerin birbirlerine karşı sorumluluklarını daha iyi kavramalarını ve yardımlaşmayı kolaylaştırıcı bir etki yaratır. Özellikle ekip çalışmasına ağırlık veren işletmelerde, katılımın yararlı sonuçlar verebilmesi için çapraz iletişime önem verilmesi gerekir (Tutar ve Yılmaz, 2002). Çoklu düşüncenin ortaya çıkmasını sağlayan bir iletişimdir. Değişik kademelerdeki farklı bakış açılarını değerlendirme ve sorunu daha kolay çözmeye imkan tanımaktadır.

Bir örgütsel iletişim yöntemi olarak bazı durumlarda zaman, para ve emek israfını önlemek amacıyla örgütsel hiyerarşinin gözetilmediği görülmektedir. Burada önemli olan bir nokta çapraz iletişimin acil durumlarda istisnai olarak kullanılması gerektiğidir. Üst düzey yöneticiler hiyerarşik yapıyı bir kenara bırakarak çapraz iletişimi sürekli olarak öncelikle kullanırsa örgütsel dengeler olumsuz etkilenmektedir (Işık ve Biber, 2006). Ekip çalışmasında etkin olan bu yöntem, yöneticiler tarafından otoritelerini bozmayacak bir seviyede kullanılmalıdır.



İletişimin yeterli olduğu bir örgütte örgüt üyelerinden beklenenler nelerdir?

Biçimsel Olmayan İletişim

Her örgütte biçimsel (formal) iletişim sistemi bulunmakla beraber, dedikodu olarak bilinen ve yönü çok net belirlenemeyen biçimsel olmayan (informal) iletişim sistemi de bulunmaktadır. Biçimsel olmayan iletişim, örgütteki yetkili herhangi bir kişi ya da kurum tarafından örgütlenmeyen iletişim biçimidir (Şimşek, 1996). Örgütte iletişim genellikle biçimsel şekilde sürdürülmekle beraber, biçimsel olmayan iletişim, bazen işleri hızlandırmak ve etkinliği yükseltmek, bazen de örgüt çalışanların arasındaki kişisel yakınlık ve etkileşimler sonucu ortaya çıkmaktadır. Örgütün iletişim sistemini biçimsel iletişim sistemi tek başına karşılayamamaktadır. Bu eksikliği, genellikle dedikodu veya söylenti terimleriyle anılan biçimsel olmayan iletişim sistemi tamamlamaktadır. Dedikodu daha çok örgüt çalışanlarının kişisel amaçlarını tatmin etmelerini sağlamakta ve kişilerden çok, durumların yarattığı bir sonuç olarak görülmektedir (Gürgen, 1997).

Söylenti ve dedikodular örgütte biçimsel iletişim kanallarından daha etkilidir ve daha hızlı çalışır. Çalışanlar işletmeyle ilgili haberleri öncelikle biçimsel olmayan kanallardan öğrenirler. Aynı haber biçimsel kanallardan iletinceye kadar artık eski bir haber konumuna düşer. Örneğin bir yöneticinin istifa ya da kovulma haberi 30 dakika içinde tüm örgüte yayılabilir. Örgütte çıkan söylentilerin yaklaşık dörtte üçü doğrudur. Çalışanlar bunlara inanırlar. Bununla beraber sıklıkla mesajlar çarpıtılabilir veya yanlış anlaşılabilir. Söylenti kulaktan kulağa dolaşırken çalışanların büyük çoğunluğuna yanlış şekilde aktarılabilir. Çalışanların sadece %10'u söylentileri iletirler. Bunu yapanlar ise söylentileri bir kişiye değil, birçok çalışana iletirler (Dubrin, 1997).

Örgüt lehine ya da aleyhine olsun, resmi olmayan iletişimin oldukça etkilidir. Bu nedenle yöneticiler, resmi olmayan iletişimin etkililiğini örgüt lehine çevirerek kullanmak durumundadırlar. Yöneticiler bu mekanizmayı kullanarak dedikodunun kötü sonuçlarından örgütlerini korurken, çalışanlara iletmek istenen bilgileri en kısa sürede ve doğru olarak iletebileceklerdir. Aksi durumda resmi olmayan iletişim örgüt aleyhine çalışacaktır (Vural, 2003). Bu nedenle örgüt içi iletişimin etkili ve başarılı kılınması için resmi iletişim kanalları ile birlikte resmi olmayan iletişim kanalları da tercih edilerek geliştirilmeli ve desteklenmelidir (Okay, 2002). Yöneticilerin bu konuda yapabilecekleri şu şekilde özetlenebilir (Atak, 2005):

- Yöneticilerin resmi olmayan iletişim kanallarını kullanabilmesi, iş ortamında çalışanlarla sıcak ilişkiler kurmasına bağlıdır. İş ortamında çalışanlar arasında karışan, onlarla sohbet eden ve dertlerini dinleyen yöneticilerin resmi olmayan haberlere ulaşması ya da bu kanalları kullanması daha kolay olacaktır. Ancak yöneticilerin bu noktada çalışanlardan bilgi topluyor havası yaratmaması ve samimi olması önemlidir. Aksi halde bu kanalların tamamen kapanmasına neden olabilir.
- Yöneticiler, çalışma saatleri dışında kokteyl, akşam çayı, piknik vb. sosyal aktiviteler tertip ederek, resmi olmayan olarak zaten konuşulmakta ve tartışılmakta olan işle ilgili konuların daha rahat konuşabileceği bir ortam oluşturmaktadır. Bunun için samimi bir ortamın varlığı çok önemlidir. Çalışanlara, dedikodu ettikleri şeklindeki bir bakışı hissettirmek yerine, kişilere ve örgüte zarar verebilecek söylenti ve konuşmaların kötülüğünün hissettirilmesi, bu mekanizmanın vereceği zararları önlemesi açısından önemlidir. Böylece çalışanlar, bir taraftan kötü dedikodular yapmayarak örgüte ve kişilere zarar vermeyecek, diğer taraftan da iş stresinden uzak rahat bir ortamda, yönetici için gerekli bilgilerle, o güne kadar fark edilmeyen önemli sorunların öğrenilmesine farkında olmadan katkıda bulunacaklardır. Bu tarz sosyal aktiviteler, resmi olmayan bilgilerin elde edilmesinin yanında, yöneticilere gruplaşmaları izleyerek örgütteki resmi olmayan grupları, liderlerini ve üyelerini belirleme ve var olan resmi olmayan iletişim kanallarını tespit etme imkanı sağlayacaktır. Yönetici bu gruplara iletmek istediği mesajları, grup üyesi bir kişiye iletmek suretiyle iletmış olacaktır. Bu sayede yöneticiler resmi olarak iletmekte güçlük çektikleri mesajları, resmi olmayan kanalları kullanarak rahatlıkla iletebileceklerdir.
- Yöneticilerin, zaman zaman çalışanlar arasında karışarak bizzat onlarla konuşması, görüş alışverişinde bulunması ve onların dertlerini dinlemesi olarak bilinen “Management By Walking Around” uygulamalarında bulunması resmi olmayan iletişim kanallarının daha iyi kullanılmasını sağlayacaktır.
- Yöneticiler, güvendiği kimseleri kullanarak resmi olmayan iletişim kanalları vasıtasıyla bilgi toplama ve istedikleri mesajları iletmeye şansına da sahiptir. Ancak, bu kimselerin varlığından çalışanların haberinin olması kötü sonuçlar doğurabilir.
- Yine bir kısım laf taşıyan kimseler vasıtasıyla yöneticiler, oluşturduğu karşıt görüşlerin yayılmasını sağlayabilir. Böylece de o konu ile ilgili sorunların neler olduğunu ve kimlerin ne gibi görüşleri olduğunu, öğrenme ve ona göre tedbir alma şansını elde edebilir.
- Yöneticiler, ileride yapmayı planladıkları konuları ortaya atarak resmi olmayan kanallarda tartışılmasını sağlayabilir, tepkileri alabilir ve bir resmi olmayan beyin fırtınasını yürütebilir.
- Yöneticinin resmi olmayan iletişimi kullanmaya çalışırken hareket noktası, bu kanalları kontrol altına almak ve örgüt için zararlı ve kötü sonuçlar doğurmasını engellemek olmalıdır. Yöneticiler; bu kanalları kontrol altına almanın resmi olmayan iletişim kanallarını kapatmak olmadığını unutmamalıdır. Çünkü örgütün en değerli sermayesi insandır ve çalışanlar insan olmanın bir gereği olarak gruplar kurmakta ve bu grupla iletişim içerisinde bulunmaktadırlar. Bunun engellenmesi çalışanların motivasyonunu olumsuz etkileyecektir.

Biçimsel olmayan iletişimin birçok faydası olup genellikle ihtiyaçlara yönelik ortaya çıkmasına rağmen, asılsız söylenti ve dedikodulara dikkat edilmesi gerekir. Asılsız söylenti ve yanlış dedikodular moral bozukluğu yaratabilir ve üretkenliği düşürebilir. Olumsuz bir söylenti ortaya atıldığında örgütün zarar görmemesi veya en az zararla durumu atlatabilmesi için izlenebilecek stratejiler şunlardır (Dubrin, 1997):

- Söylenti tamamıyla asılsızsa reddetmek gerekir, çünkü bir süre sonra kendiliğinden unutulacaktır.
- Söylentide doğruluk payı varsa doğru olan kısmı kabul etmek gerekir.
- Mutlaka yorum yapmak gerekir, “yorumsuz” yanıtı her zaman evet olarak algılanır.
- Söylenti reddedilecekse bu doğru bir temele dayandırılmalıdır. Eğer doğru reddedilirse çok büyük bir tepki alınabilir.

- Söylenti hakkında açıklama yapmaya gereksinim duyulduğunda, gerekli açıklamaları yapmak amacıyla konuşan örgüt yetkilileri tutarlı olmalıdırlar. Bir yetkilinin söylediğini diğeri reddetmemelidir.
- Son olarak çalışanların desteğini alacak söylentiyle ilgili görüşmeler yapılabilir. Açık bir tartışma ortamı yıkıcı söylentileri ve dedikoduları engelleyebilir.

Örgüt İçi İletişimin Etkin İşlemesini Engelleyen Faktörler

İletişimin etkin işleyememesinin ana nedeni iletişimde tarafların insan olmasıdır. Her insanın olaylara tepkisi farklıdır. Örgütsel iletişimi engelleyen başlıca faktörler şunlardır (Cole, 1996; Chruden and Sherman, 1976; Appleby, 1991; Stoner and Freeman, 1992; Dubrin, 1997; Schermerhorn et al., 1995'den akt: Bakan ve Büyükbeşe, 2004):

- **Kültürel farklılıklar:** İletişim sahip olunan bilgilerin kullanılarak sahip olunmayan bilgilerin paylaşılmasıdır. Aynı kültürdeki insanların farklı kültürdeki insanlara göre sahip olduğu daha fazla ortak bilgi ve ortak nokta bulunmaktadır. Bu nedenle iletişim aynı kültür içindeki insanlar arasında çok daha kolay ve hızlıdır. Farklı kültürden insanların iletişimde ise mesajların iletilmesinde kullanılan sembollerin, değer yargılarının, beklentilerin farklı oluşu iletişimi güçleştirir. Örneğin çok uluslu şirketlerde çalışanlar arasındaki dil farklılıkları gibi...
- **Geri besleme olmayışı veya yetersiz geri besleme:** Geri besleme örgütte iletilen mesajın alıcının eline zamanında ve doğru olarak geçtiğinin ve doğru anlaşıldığının (şifrenin doğru çözüldüğünün) belirlenmesi için gereklidir.
- **Statü farkı:** Hiyerarşik yapıdan kaynaklanan yetki farklılıkları iletişimde engel oluşturabilir.
- **Mesaj alıcının motivasyon ve ilgi eksikliği:** Bir çok mesaj, alıcının ilgisizliği ve mesajı alma isteksizliğinden dolayı iletilmemektedir. Mesaj doğru zamanda iletilmelidir. Örneğin örgütte yeni bir malzeme alımı için önerinin yapılacağı en ideal zaman mali yılın başıdır. Bütçe hazırlama döneminde bu talebin yapılması uygun olacaktır.
- **Fazla bilgi yüklemesi:** Bireye taşıyabileceğinden fazla bilgi yüklemesi iletişime engel oluşturur.
- **Elektronik iletişimden kaynaklanan sorunlar:** Örgütte kullanılan ileri teknoloji iletişimde çeşitli sorunlara yol açabilmektedir.
- **Fiziksel koşullar:** Daha çok iletişim kanalı ve bunu engelleyen çevre koşullarıyla ilgilidir. İletişim kanalı, gönderilecek mesaja uygun olmalıdır. Örneğin, duygusal veya karmaşık mesajlar genellikle yüz-yüze iletişime uygun düşmektedir.
- **Güvensizlik:** Alıcının mesaja inanmaması veya göndericiye güvenmemesidir. Sözlü ve sözsüz iletişimdeki tutarsızlık da kişiler arasında bir iletişim engeli olmaktadır. Söylenilen sözcüklerle, sözcüklerin ifade ediliş tarzı, yüz ifadesi, duruş, fiziksel mekan kullanımı gibi etmenlerin birbiriyle uyumlu olması gerekmektedir. Bir bireyin sözlü ve sözsüz iletişimini uyumlu bir şekilde iletişim kurduğunda sürdürmesi, o kişinin karşısındaki insanlar tarafından tutarlı, dürüst ve güvenilir olarak algılanmasına neden olmaktadır (Kelly, 2000; 92-97).
- **Örgütsel hatalar:** Sorumlulukların açıkça tanımlanmaması, yetki eksikliği, gibi durumlardır.
- **Kişisel farklılıklar:** Verici ve alıcının bireysel amaçları, hisleri, duyguları, alışkanlıkları, algılama farklılıkları gibi kişisel özellikleri mesajın kodlanmasını, algılanmasını ve mesajlara karşı tutumunu etkiler.

Yukarıda sayılan faktörler dışında örgütsel iletişimi engelleyen diğer birçok faktörden de söz edilebilir. Örneğin, yöneticilerin kişiliği, lüzumsuz veriler ve teknik terimlerin kullanılması bunlardan bazılarıdır. Örgütlerde etkin ve verimli bir iletişim sisteminin kurulabilmesi için iletişimi engelleyen unsurlar ortadan kaldırılmaya çalışılmalıdır.

Özet

Gruplar, iki ve daha fazla kişinin ortak bir amaç doğrultusunda etkileşim ve iletişimde bulunmaları ile ortaya çıkan sosyal varlıklardır. Yaşam boyunca tüm insanlar şu veya bu şekilde gruplara veya takımlara üye olmuş ve bu olguyu diğer insanlarla birlikte paylaşmıştır. İnsanlar tek başlarına üstesinden gelemeyecekleri işleri gerçekleştirebilmek, ait olma gereksinimlerini doyumak, birtakım ödüller almak gibi amaçlarla gruplara katılırlar. Grubun kurulması ve sürdürülmesi özel özen gerektirir. Amaç birliği ve iş birliği, grup olmanın temel koşullarıdır. Ancak, grubu grup yapan, etkileşim içinde olma, ortak değerlere ve ortak normlara sahip olma, üyeler arasında duygusal yakınlık, ortak ilgi ve benzer ihtiyaçlara sahip olma ve benzer yaşam ve anlayış felsefesi gibi başka özellikler de vardır. Toplumsal gruplar son derece karmaşık ve çeşitlidir. Sayıca çok oldukları gibi çok değişik işlevlere de sahiptir. Bu nedenle tek bir sınıflandırma yapmak imkânsızdır. Toplumsal gruplar sınıflandırılırken farklı ölçütler kullanılır. Fakat en yaygın olarak kullanılan yöntem, toplumsal ilişki biçimine göre birincil ve ikincil gruplar olarak sınıflandırmaktır.

Grup iletişimi grup içinde ortaya çıkar; başka bir ifadeyle grup iletişiminin yarısından fazlası, grup içinde gerçekleşir. Her üye, grup içinde birbirine bağımlı durumdadır. Gruplarda iletişim merkezi ve merkezi olmayan bir biçimde ortaya çıkar. Merkezi iletişim biçiminde tek kişi, ağın neresinde olursa olsun, mesaj gönderme ve almada anahtar bir rol oynar. Tekerlek şeklindeki merkezi bir iletişimde bir kişi, merkezde bulunur ve grup iletişimini sınırlandırır. Tekerleğin merkezinde olan şahıs iletişim sürecinde yüksek bir bağımsızlığa sahiptir. Merkezi olmayan iletişim biçiminde, ağın herhangi bir yerinde olan birinin, iletişimi kontrol etmesi veya merkezi bir rol oynaması söz konusu değildir. Merkezi olmayan iletişim biçiminde mesaj, ağlar yoluyla grup üyeleri arasında serbestçe dolaşır. Küçük gruplarda üç veya daha fazla insan, iletişim sürecinde doğrudan ve etkileşimli (interaktif)olarak iletişim kurar. Gruplar iletişimlerini yüz yüze kurabilecekleri gibi, bilgisayar tabanlı iletişim teknolojilerinden yararlanarak da, kurabilirler.

Örgüt, bir grup insanın, bir iş bölümü içerisinde, otorite ve sorumluluk hiyerarşisi altında, belirli bir ortak amacı gerçekleştirmek amacıyla oluşturdukları, akılcı, planlı ve eşgüdümlü bir yapılanmadır.

Sosyal yaşamın tüm etkileşimlerinde yer alan iletişim olgusu, çağın hızla değişen rekabet ortamlarında yer alan örgütler açısından da büyük önem taşımaktadır. Örgüt amaçlarının belirlenmesinde ve bu amaçlara ulaşılabilmesi için, örgütte bir iletişim sisteminin kurulmasına gereksinim vardır. İletişim sisteminin statik durumdan dinamik duruma gelişini ise, iletişim araçları sağlar. Örgüt içinde etkili iletişimin meydana gelmesinde kullanılan yöntem ve araçların önemi büyüktür. Örgüt olgusunu yaratan ve örgütün bir sistem olarak işleyişinde, örgütteki tüm öğeleri birbirine bağlayarak bütünlüğünü sağlayan iletişim sürecidir.

Bu nedenle örgütlerde iletişimin önemi her geçen gün artmaktadır. Teknolojinin gelişmesi ile hızla gelişen iletişim akışı, örgütlerin büyümesi ve karmaşık hale gelmeleri, alanlarına göre uzmanlaşması örgütlerde iletişimin öneminin artmasının etkenleridir. İletişim, örgütlerde yöneticilerin doğru kararlar almalarına yardım eden temel bir öğedir. Özellikle yöneticilerin yetki boyutlarının diğer işgörenlerle göre oranla geniş olması ve alacağı kararların işletmenin geleceğini doğrudan etkileyecek olması, yöneticilere verilen bilgilerin doğru olmasını gerekli kılmaktadır. Aksi taktirde, yöneticilere verilecek yanlış ve eksik bilgiler işletmelerde çalışan tüm işgörenlerin çalışmalarını bozacağı gibi işletmeyi olumsuz yönde etkileyecektir.

Kendimizi Sınavalım

1. Grup için **yanlış** olan ifade aşağıdakilerden hangisidir?

- Grup, birbirleri ile ilişkide bulunmayan, geçici bir nedenle bir araya gelmiş insanlardan oluşur.
- Grup, ortak amaç ve hedefi olan insanlardan oluşur.
- Grup üyeleri grup hedeflerine ulaşmak için birbirleriyle etkileşim içinde bulunur.
- Grup üyeleri birbirlerine bağımlıdır.
- Grup üyeleri birbirlerinin farkındadır.

2. Caple'ın grup gelişim modeline göre teklif edilen planlara, önerilere karşı olma, sürekli müdahale etme hangi aşamada yaşanmaktadır?

- Oryantasyon ve uyum sağlama aşaması
- Bütünleşme aşaması
- Çatışma aşaması
- Başarı aşaması
- Düzenleme aşaması

3. Caple'ın grup gelişim modeline göre üyeler arasında uzlaşma ve anlaşmanın başladığı aşama hangisidir?

- Oryantasyon ve uyum sağlama aşaması
- Çatışma aşaması
- Düzenleme aşaması
- Bütünleşme aşaması
- Başarı aşaması

4. Altı aşamalı grup gelişim modeline göre grup normlarının şekillenmeye başladığı aşama aşağıdakilerden hangisidir?

- Üretkenlik aşaması
- Güven, yapılaşma ve samimiyet aşaması
- Adalet arama ve kaliteyi sorgulama aşaması
- Ayrılma ve bitiş aşaması
- Otorite kazanma aşaması

5. Üyelerinin girişinin bir koşula bağlı olduğu gruplar hangi tür gruplardır?

- Açık gruplar
- Kapalı gruplar
- Tek görevli gruplar
- Çok görevli gruplar
- Koşula bağlı gruplar

6. Tüm haberleşme kanallarının her zaman ve herkese açık olduğu, herkesin herkese hiçbir kısıtlama olmadan iletişimde bulunduğu grup iletişim modeli aşağıdakilerden hangisidir?

- Y modeli
- Dairesel model
- Serbest model
- Zincir modeli
- Merkezi model

7. Örgüt içi iletişimin sağladığı yararlar açısından aşağıdaki ifadelerden hangisi **yanlıştır**?

- Çalışanların örgüte bağlılığını artırır.
- İş ortamındaki sürtüşmeleri artırır.
- Örgütsel performansı artırır.
- Karlılığı ve etkinliği artırır.
- Çalışanların paylaşım duygusunu artırır.

8. Yönetenler ve astlar arasında kurulan örgüt içi iletişim biçimi aşağıdakilerden hangisidir?

- Çapraz iletişim
- Söylenti
- Yatay iletişim
- Dikey iletişim
- Dedikodu

9. Olumsuz bir söylenti ortaya atıldığında örgütün izleyebileceği stratejiler için yanlış olan ifade aşağıdakilerden hangisidir?

- Kesinlikle yorum yapmamak gerekir.
- Söylenti tamamıyla asılsızsa reddetmek gerekir.
- Söylentide doğruluk payı varsa doğru olan kısmı kabul etmek gerekir.
- Söylenti reddedilecekse bu doğru bir temele dayandırılmalıdır.
- Söylentiyle ilgili çalışanların katılacağı açık bir tartışma ortamı yaratmak gerekir.

10. Yöneticinin resmi olmayan iletişimi kullanırken aşağıdakilerden hangisini yapmaması gerekir?

- İş ortamında çalışanlar arasına karışıp onlarla sohbet etmek ve onların derinlerini dinlemek
- Kokteyl, akşam çayı, piknik vb. işle ilgili konuların daha rahat konuşabileceği bir ortam oluşturmak
- İleride yapmayı planladığı konuları ortaya atarak resmi olmayan kanallarda tartışılmasını sağlamak
- İleride yapmayı planladığı konular hakkında çalışanların görüşünü almak
- Çalışanlardan bilgi topluyor havası yaratmak

Kendimizi Sınavalım Yanıt Anahtarı

1. a Yanıtınız yanlış ise “Grup Kavramı” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

2. c Yanıtınız yanlış ise “Grup Oluşumunun Aşamaları” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

3. d Yanıtınız yanlış ise “Grup Oluşumunun Aşamaları” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

4. b Yanıtınız yanlış ise “Grup Oluşumunun Aşamaları” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

5. e Yanıtınız yanlış ise “Grup Türleri” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

6. c Yanıtınız yanlış ise “Grup İletişimi” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

7. b Yanıtınız yanlış ise “Örgüt İçi İletişimin Önemi” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

8. d Yanıtınız yanlış ise “Örgüt İçi İletişim Biçimleri” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

9. a Yanıtınız yanlış ise “Örgüt İçi İletişim Biçimleri” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

10. e Yanıtınız yanlış ise “Örgüt İçi İletişimin Etkin İşlemesini Engelleyen Faktörler” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Kalabalık ya da yığın, birbirleri ile ilişkide bulunmayan, geçici bir nedenle bir araya gelmiş insanlardan oluşur. Örneğin sinemadaki izleyiciler ya da otobüs kuyruğundaki insanlar. Grup ile yığın ve kalabalığı birbirinden ayıran temel faktör etkileşim ve iletişimidir. Fiziksel açıdan birlikte olan insanlar her ne kadar gruba benzese de, eğer birbirleriyle etkileşim içerisinde değillerse, aralarında bir iletişim yoksa grup değillerdir.

Sıra Sizde 2

Gruplar içinde barındırdığı kişileri kendi iradeleri, ya da istekleri dışında grubun isteğine göre harekete zorlamaktadırlar Kişi, grubun isteği ile uyum halinde ise mesele yoktur. Fakat uyum içinde değilse o grubun içinde kalmak için grup psikolojisini benimsemek veya en azından öyle görünmek zorundadır. Değişik görüşleri çok önemli ise onunda grup içinde faaliyet gösterilerek grup tarafından benimsenmesinin sağlanması daha salim ve gerçekçi bir yoldur. Yoksa insan, çok doğru fikirleri ile yalnız kalabilir. O fikirlerinden toplumun yararlanmasını kendi eliyle engellemiş olur. Bu kural bütün sosyal gruplar için geçerlidir. Bu tür faaliyet toplum içinde sevimli ve benimsenmeye, ilişkilerde uyuma yol açar.

Sıra Sizde 3

Örgütte işlerin sağlıklı bir şekilde yürüebilmesi için etkili, biçimsel iletişim sisteminin oluşturulması gerekir. Etkili biçimsel iletişimi oluşturma ve tüm üyeler için iletişim kanallarını açık tutma yönündeki çabalarla biçimsel örgüt kuvvetlendirilecek ve aynı zamanda başta kendini gerçekleştirme ve saygı görme ihtiyaçları olmak üzere bireysel ihtiyaçlar tatmin edilecektir. Bunun yanı sıra bu tür çabalarla karar almanın kolaylaştırılması yanında, örgüte bağlılık duygusunun doğması da sağlanabilir.

Sıra Sizde 4

İletişimin yeterli olduğu bir örgütte, örgütün amaçlarının doğru olarak anlaşılması ve kavranılması, örgüt üyelerinin bu ortak amaçların gerçekleştirilmesi doğrultusunda işbirliği içinde eşgüdümlü olarak davranma eğilimi içinde olmaları beklenilmektedir.





Yararlanılan Kaynaklar

- Akıncı, B.Z. (1998). **Kurum Kültürü ve Örgütsel İletişim**, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Aktaş, A.M. (1997). **Grup Süreci ve Grup Dinamikleri**. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Atak, M. (2005). “Örgütlerde Resmi Olmayan İletişimin Yeri ve Önemi”, **Havacılık ve Uzay Teknolojileri Dergisi**, Temmuz 2005 cilt: 2 sayı: 2.
- Bakan ve Büyükbeşe, (2004). “Örgütsel İletişim ile İş Tatmini Unsurları Arasındaki İlişkiler: Akademik Örgütler için Bir Alan Araştırması” **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi** (7).
- Baykal, B. (1981). **Organizasyonların Yönetimi**, İstanbul: Met-Er Yayınları.
- Book, C. L., Albrecht, T. L., Atkin, C., Bettinghaus, E. P., & Donohue, W.A. (1980). **Human communication: Principles, contexts, and skills**. New York: St. Martin's Press.
- Beebe, S.A. ve Masterson, J.T. (2009). **Communicating in small Groups : Principles and Practices**. Boston : A&B Pearson,
- DuBrin, A.J. (1997). **Human relations: Interpersonal, Job-Oriented Skills**. New Jersey: Englewood Cliffs, Prentice Hall.
- Erdoğan, İ. (2005). **İletişimi Anlamak**, Ankara: Geliştirilmiş 2. Baskı.
- Ertürk, K.Ö. ve Kıyak, C.M. (2011). “Müşteri Memnuniyetini Artırma Aracı Olarak Halkla İlişkilere Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Penceresinden Bakmak” **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi** Bahar 2011, Sayı:32.
- Gökçe, O. (2006). **İletişim Bilimi İnsan İlişkilerinin Anatomisi**, Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Gülner, B. (2007). **Örgütlerde İletişim ve İş Doymu**, İstanbul: Literatürk Yayıncılık.
- Gürgen, H. (1997), **Örgütlerde İletişim Kalitesi**, İstanbul: Der Yayınları.
- Grunig, J.E. (2005). “İç İletişimde Simetrik Sistemler”, **Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik**, (Ed.: James E.Grunig, Çeviren: Elif Özsayar), İstanbul: Rota Yayın Yapım Tanıtım.
- Işık, M. ve Biber, L. (2006). “İletişim, İletişim Süreci ve İletişim Çeşitleri”, **Genel ve Teknik İletişim**, (Ed.: Metin Işık). Konya: Eğitim Kitapevi Yayınları.
- Jandt, F.E. (2002). **Yönetim Sorunlarına Etkili Çözümler**, (Çeviren: Levent Akın ve Vedat G. Diker). İstanbul: Hayat Yayınları.
- Karakoç, N. (1989) “Örgütsel İletişim ve Örgütsel Zaman Arasındaki İlişkiler”, **Kurgu Dergisi**, Sayı: 6, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Kirel, A. Ç. (2000). **Örgütlerde Etik Davranışlar Yönetimi ve Bir Uygulama Çalışması**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İ.İ.B.F. Yayınları No: 168.
- Leavitt, H.J. (1951). “Some Effects of Certain Communication Patterns on Group Performance” **The Journal of Abnormal and Social Psychology**, 46.
- Ober, S. (1995). **Contemporary Bussiness Communication**, New Jersey: Ball State Universty, Second Edition. , Princeton
- Okay, Ayla, (2000), **Kurum Kimliği**, Ankara: Media Cat Kitapları.
- Oktay, M. (1996). **Davranış Bilimlerine Giriş**, İstanbul, Der Yayınları.
- Paksoy, M. “Gruplarda İletişim”, **Örgütsel İletişim** (Ed.: İnan Özalp). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No:964.
- Renz, M.A. ve Greg, J.B. (2000). **Effective Small Group Communication in Theory and Practice**. Boston, Mass. : Allyn and Bacon.
- Şimşek, (1996). Ş. (1999) **Yönetim ve Organizasyon**. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Tutar, H. ve Yılmaz, M.K. (2002). **Genel İletişim Kavramlar ve Modeller**, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Varol, M. (1993), **Örgüt Sosyolojisine Giriş**, Ankara Üniversitesi Yayınları, No: 2, Ankara.
- Yıldırım, S., Arıkan Güney, S. ve Aşan, Ö. (1996). “Örgütlerin Yönetiminde İletişimin Önemi”, Ankara: **Hacettepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, 14.

6


Amaçlarımız

Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

-  Kitle kavamını açıklayabilecek,
-  Kitle iletişimini tanımlayabilecek,
-  Kitle iletişim araçlarını açıklayabilecek,
-  Kitle iletişim araçlarının toplumsal özellikleri ve işlevleri hakkında

bilgi ve becerilere sahip olabilirsiniz.

Anahtar Kavramlar

- | | |
|---|---|
|  Kitle |  Kitle İletişimi |
|  Kitle Toplumu |  Kitle İletişim Araçları |

İçindekiler

- ❖ Giriş
- ❖ Kitle Kavramı ve Kitle Toplumu
- ❖ Kitle İletişimi
- ❖ Kitle İletişim Araçları

Kitle İletişimi

GİRİŞ

İnsanoğlunun yaşam tarihinde Sanayi Devrimi'nin çok önemli bir yeri vardır. Tarım Devrimi ile gerçekleşen köklü değişim ve dönüşüm, Sanayi Devrimi ile bir kez daha kendini göstererek yeni bir hayatın oluşmasını sağlamıştır.

Kitle kavramı bu tarihsel dönem içerisinde ortaya çıkar. Birbirine benzediği, aynı şeyleri düşünüp, aynı kararları aldıkları varsayılan ve toplumsal ilişkiler nedeniyle aralarında sıkı bağlar bulunmayan inşa topluluğudur. Kitlenin benzerliği sanayi tipi üretim biçimlerinden gelmektedir. Fabrika üretiminde nasıl her bir ürün birbirinin aynısıysa kitlenin de standart bir özellik gösterdiği belirtilmektedir.

19. yüzyıl iletişim teknolojilerinde önemli ilerlemelerin ortaya çıktığı bir yüzyıldır. Ortaya çıkan kitle iletişim araçları mesafeleri kısaltmış ve her zaman diliminde en hızlı iletişimin gerçekleşmesine olanak vermiştir. Gazeteler, radyolar, televizyonlar, bilgisayarlar ve internet teknolojisi yaşamımızın ayrılmaz parçaları haline gelmişlerdir. Zaman ve mekan kavramları kitle iletişim araçlarının gelişimiyle birlikte değişime uğrayarak, yeni algı biçimlerini oluşturmuştur. Kitle iletişim araçları ve medyası zihinsel düzenlemeler, yeni ekonomik yapılar ve yeni bir kültür ile birlikte gelir. Böylelikle yaşamı daha farklı yorumlar ve daha farklı anlamlandırırız. Yeni davranış biçimleri, tüketim eylemleri gerçekleştiririz. Yeni toplumsal değerleri benimseyip, daha farklı bir toplumsal ilişkiler ağında yaşamımıza sürdürürüz. Hangi konuların konuşmaya değer ve önemli olduklarına, hangilerinin ise değersiz olduklarına kitle iletişim medyasından gelen iletilerle karar veririz. Kitle iletişim araçları sadece yaşamımızı kolaylaştırmas aynı zamanda bizlerin eğiticileri de olurlar.

KİTLE KAVRAMI VE KİTLE TOPLUMU

Kitle iletişimi kavramına geçmeden önce, kitle iletişim kavramının alt yapısını oluşturan kitle kavramını ve kitle iletişiminin somutlaştığı kitle toplumu kavramlarını açıklamak, bütünlüklü bir okuma için yararlı olacaktır.

Kitle kavramı sanayi toplumları öncesinde görülmez, sanayi toplumlarında var olur. Bunun en önemli nedeni Sanayi Devrimi ve devrimin yeniden düzenlediği toplumsal ilişkiler ağıdır. Sanayi Devrimi ile üretim biçim ve süreçleri kökten değişmiş, dolayısıyla toplumun başat kültürü değişmiştir. Kültür değiştiği için toplumsal değerler sistemi de değişmiştir. Son yılların moda tarifıyla dünya artık eskisi gibi olmayacaktır.

Sanayi Devrimi ile birlikte fabrikalar şehirlerde kurulur ya da kuruldukları yerleri şehirleştirirler. Tarımın da makineleşmesiyle birlikte, tarım faaliyetleri artık daha az insan gücünü gerektirir hale gelmiştir, böylelikle, boşa çıkan iş gücü de diğer kalabalıklara karışıp, yeni bir hayat kurmak için fabrikaların bulunduğu şehirlere akın etmeye başlar. Bu durum kitle kavramının oluşmaya başladığı anlamına gelir. Sanayi öncesi toplumlarda insanların işleri onların kimliklerini oluştururken, sanayi toplumlarında meslek ile kimlik arasındaki mesafe uzamaya başlar, bunun en önemli nedeni fabrikalarda montaj hatlarında yapılan üretim biçimidir. Fabrikalarda çalışan işçiler ürettikleri ürünün tamamı hakkında değil, sadece hatta kendi, önlerine gelen parça hakkında bilgi sahibi olurlar. Bu zaman içinde insanın hayatını da bütünlüklü bir şekilde algılayamamasına neden olur. İnsanoğlu bir türlü hayatının

parçalarını birleştirerek bütüne ulaşamaz. Toplumsal ilişkiler sistemi bu duruma geldiğinde kitle homojen (özdeş) bir yapı gösterir. Kitle, birbirine benzer insanlardan oluşan bir yığın olarak kabul edilmektedir.

Kitle; aralarında güçlü iletişim ve etkileşim ilişkisi olmayan insanlardan oluşan bir topluluktur der, bir başka tanım. Bu topluluk ünitede ayrıntılarıyla tartışılacak olan kitle iletişim araçları aracılığıyla kendilerini, çevrelerini ve giderek hayatı, yaşadıkları dünyayı anlamlandırmaya ve yorumlamaya başlarlar. Burada kullanılan “aracılığıyla” sözü son derece önemlidir, buradan şu sonuca varabiliriz: Kitle; başka bir kuruluşun göstermek istediği gerçeklik olgusu üzerinden bir anlam çıkartmaya çalışmaktadır. Yaşadığımız hayat ile bize gösterilen hayat birbirinden çok farklı olabilir ve biz, bunun farkında olmayabiliriz. Tıpkı ürettiği ürünün tamamı hakkında bir bilgiye sahip olmayan sanayi işçisi gibi.



Kitle kavramının oluşmasında tarımın makineleşmesi neden önemlidir?

Bu açıklamalar ışığında kitle toplumu ile ilgili önemli sosyologların değerlendirmelerine yer verelim. Ele alacağımız ilk düşünür, kitle toplumu kavramını ortaya ilk atan kişi olarak kabul edilen Fransız düşünür Alexis de Tocqueville. Tocqueville, 1830’larda yaptığı Amerika Birleşik Devletleri seyahatinden sonra yazdığı “Amerika’da Demokrasi” adlı kitap, kitle toplumun modern görünümünü gözler önüne seren bir çalışma olarak kabul edilmektedir. Amerikan halkının fikirlerinin ve değerlerinin benzerliğini vurgulayarak, bu şekilde oluşturulan bir toplumun kitle ya da sürü zihniyetinin kurbanı olabileceğini iddia etmektedir. Tocqueville’in oluşturduğu kitle toplumu tanımı toplum tarihi ile ilgili kuramlar üzerinde önemli bir etkiye sahiptir:

“Sayılması imkansız bir insan kalabalığı, hepsi eşit ve birbirine benzer olan bu insanlar, sürekli, yaşamlarını besledikleri küçük ve önemsiz zevkler elde etmeye çalışıyorlar. Her biri –ayrı yaşayarak- geri kalan herkesin kaderine yabancı. İnsanlığın bütünü onlar için çocukları ve özel arkadaşlarından ibaret. Geri kalan yurttaşlara gelince, onlara yakın ama onları görmüyor, onlara dokunuyor ama onları hissetmiyor”

Tocqueville’e göre modern toplum, kalıtsal ilkeler ve geleneksel bağımlılık ilişkileri tarafından değil, yaşamın her alanını kaplayan ve bireysellik, materyalizm ve toplumsal istikrarsızlığı besleyen bir eşitlikçilik tarafından yönetilmektedir. Burada bahsedilen eşitlikçilik kavramı, böylesine bir toplumsal yaşam içinde üretilen kültürün, kitle kültürünün, herkesi içine çekmesinden kaynaklanan olumsuz anlamı olan bir kavramdır. Bu nedenle Tocqueville, sanayi toplumunun tek düze sıradan bir yaşam tarzı tarafından tehdit edildiğini söylemektedir.

Tocqueville’in görüşleri 19. yüzyıl sosyologları tarafından kabul edilmiş ve üzerine bazı eklemeler yapılmıştır. Bu sosyologlardan biri de alanın önemli isimlerinden biri olan Emile Durkheim’dir. Durkheim, anomi kavramını geliştirmiştir. Bu kavrama ulaşmadan önce mekanik dayanışma ve organik dayanışma kavramlarına kısaca bakalım. Durkheim’a göre, insanların benzer varoluş koşullarında yaşadığı küçük toplumlarda ortaklaşa yaşanan çevre somut bir görünüm oluşturduğunda bilinç de kolektif bir şekilde meydana gelmektedir. İnsanlar belirgin objeler aracılığıyla bir bağ kurduğundan, toplumsal ufku çevreleyen bilinç de tek bir karakteri oluşturur.

Durkheim, bireysel bilinçlerin birbirine benzerliği ve toplumsal işbölümü kavramının, toplumsal hayatın temel kavramları olduğunu söylemektedir. Bireysel bilinçler birbirlerine benzediği durumlarda bireyin de ayrı bir kişiliği bulunmaz. Bireyler kendilerine benzeyen diğer kişilerle bir araya gelerek hem toplumsal varlığı oluştururlar hem de bu varlığın bir parçası olurlar. Bu durumda varlık, sempati temelli, benzerliğe dayalı bir özellik göstermektedir. Dayanışma ise, bireysel kimliklerin kaybolduğu, kolektif yapıya bir eklemleme ile gerçekleşen bir durumu ortaya çıkartmaktadır. Bu durum Durkheim tarafından mekanik dayanışma olarak adlandırılmaktadır. Ancak toplumsal işbölümü geliştikçe, uzmanlığa dayalı bireysel farklılıklara dayalı bir yapı oluşmaktadır. İşbölümü sonucunda toplumdaki bireyler de birbirlerini tamamlamaya başlamaktadır. İnsanları birbirlerinden ayıran bireysel etkinlikler ile farklılaşma toplumsal yapıyı da etkilemeye başlar. Birbirlerinden farklı ama birbirleriyle dayanışma içinde olan bireyler tarafından oluşturulan topluma, bağlılık daha yüksek olmaktadır. Bu durum ise Durkheim’a göre organik

dayanımadır. İşbölümünün gelişmesi toplumsal değişimin ön koşulunu oluşturmaktadır. Bu oluşum nüfus artışı ile bağlantılıdır, nüfus az ve işbölümü yokken toplumda mekanik değişme hakimdir. Homojen bireylerden oluşan bu yapıda, gelenekler egemendir ve bireyciliğe de rastlanmaz. Nüfusun artmasıyla ortaya çıkan işbölümü, bireyciliği artırır, yerelliği zayıflatırken evrenselliği ve onun değerlerini geliştirir. Organik dayanışma sayesinde toplumsal bütünleşme sağlanır; ancak ekonomik değişimin ahlaki düzenlemelerin, farklılaşma ve uzmanlaşmanın artışına ayak uydurmayacağı kadar hızlı olduğu toplumlarda, anomik bir işbölümü ortaya çıkmaktadır. Anomi, toplumsal geçiş süreçlerinde ya da bir toplumun bir kesiminin hızla değişmeye başladığı süreçte ortaya çıkan kualsızlıktır.

Üretim ilişkileri ve toplumsal düzen arasındaki bağı ortaya koyan bir diğer önemli sosyolog da Ferdinand Tönnies'dir. Tönnies, u bağı açıklamak için Gemeinschaft (cemaat) ve Gesellschaft (topluluk) kavramlarını geliştirmiştir. İki kavram arasındaki temel ayrım, küçük çaplı ve büyük çaplı toplumların özelliklerini yansıtan ilişki biçimlerinde yatmaktadır. Nüfusun büyük ölçüde hareketsiz olduğu cemaatte ilişkiler, açıkça tanımlanmış toplumsal kurumlar (aile gibi) tarafından belirlenmektedir. Bu toplumsal kurumlar duygusal ve işbirliğine yönelik davranışların gelişmesinde önemli rollere sahiptirler. İşbölümü karmaşık bir hale geldiğinde bu bağlar çözülerek yerini, sözleşmeye dayalı, kişisel olmayan ilişkilere bırakır. Böylelikle büyük çaplı örgütlenmeler ve şehirler toplumsal formların yaratıcıları haline gelir. cemaatin kaybolması modern şehir toplumlarında bireyciliğin ve rekabetin egemen olmasına neden olmaktadır.



Sanayi toplumları için organik dayanışma neden önemlidir?

Bir başka tanım ise Ortega y Gasset'nin tanımıdır. Gasset, kitlelerin, azınlık için yaratılmış (Gassete'e göre yüksek kültürden gelen insanlar) konumları ele geçirecek araçları kullanmak ve azınlığın hazlarını tatmak için toplumun ön saflarına doğru ilerlediklerini söylemektedir. Çözülen toplumsal bağlar nedeniyle insanlar yeterlilikleri yetmeyen toplumsal pozisyonlara gelir ve hak etmedikleri bir toplumsal statüye sahip olarak, toplumsal kültürü ve değerler sistemini yozlaştırırlar.

Buraya kadar ele aldığımız düşünürlerin önemli vurgu noktaları üretim biçimlerinin değişmesi ve karmaşık hale gelmesiyle, bireyciliğin ve rekabetin artması ve yozlaşmaya başlayan bir toplumsal yapının ortaya çıkmasıdır. Kitle toplumun oluşturan nedenleri ve toplumsal yapı özelliklerini aşağıdaki gibi maddeleştirmek mümkündür:

- Kapitalist işbölümünün geliştiği bir üretim sistemine sahiptir,
- Büyük çaplı fabrikalarda meta üretimi yapılmaktadır,
- Nüfusun şehirlerde yoğunlaştığı görülmektedir,
- Karar alma mekanizması merkezileşmektedir,
- Biçimsel eşitlik sağlanmıştır,
- Bireycilik ön plandadır,
- Geleneksel bağ kurumları ya çözülmeye başlamış ya da tamamen ortadan kalkmıştır,
- Yukarıdan yönetilen bir kitle ortaya çıkmıştır.

KİTLE İLETİŞİMİ

Matbaanın icadı, 1 penny'e satılan gazetelerin ortaya çıkması, basılı kitap ve dergilerdeki artış ile birlikte kitle iletişimi kendine özgü bir ekonomi, pazar yaratmıştır. 1900'lü yıllara geldiğimizde popüler medyayı, hareketli resimler, radyo ve kaydedilmiş sesler oluşturmaktaydı. Çok kısa bir süre sonra hareketli görüntüler ile sesi, haberlerle eğlenceyi birleştiren televizyon gündelik yaşamımızın bir parçası oldu. Fiber kablo ve uydu teknolojileri günümüzün en önemli araçlarından biri olan internetin yaygınlaşacağıının habercisi oldular.

19. yüzyılda gerçekleşen çok önemli icatlar kitle iletişiminin önünü açmıştır. Bu icatların geliştirilmesinde hem I. hem de II. Dünya Savaşı önemli roller üstlenmiştir. Savaş sırasında komuta merkezinden uzak olan birlikleri doğru yerlere zamanında ve hızlı bir biçimde sevk etmek; aynı zamanda karşı tarafın hamlelerini öğrenip önlem almak son derece önemlidir. Bu nedenle askeri ihtiyaçlar uzak mesafelere hızlı iletilerin ulaştırılması zırunluluğunu beraberinde getirmiştir. Telgraf, telsiz, radyo dalgaları gibi insanlık tarihini değiştiren icatlar veya gelişimleri bu dönemde ortaya çıkmıştır.

Günümüzde ise kitle iletişimi dediğimiz anda aklımıza ilk gelen olgu medya olgusudur. Bu algı son derece doğrudur; çünkü medya ekonomi, siyaset, kültür, eğlence, bilgi gibi gündelik yaşamımızın ayrılmaz parçalarını içinde bulundurur. Bu nedenle medyanın, dolayısıyla kitle iletişiminin, toplumla ilgisini incelemek 20. yüzyıl kuramcılarının en önemli işi olmuştur. Medyanın toplum ile bağıntı ortaya koyan başlıca üç geleneksel düşünce sistemi bulunmaktadır. 1960'lı yılların sonuna kadar temelleri atılan bu kuramlar, geçerliğini sürdürmektedir. Gelişen iletişim teknolojisi yeni düşünceleri beraberinde getirir; ancak bu yeni düşünceler ayrıntılarına bakacağımız bu geleneksel düşünce sistemlerinin üzerine inşa edilirler.

İlk düşünsel gelenek Frankfurt Okulu'ndan gelmektedir. Okulun üyelerinden Jurgen Habermas, basılı medyanın, gazetelerin ve dergilerin, Modern Avrupa'nın kurulmasında son derece etkili olduğunu söylemektedir. Basılı medyanın etkisiyle Avrupa, monarşiden, liberal sisteme doğru ilerlemiştir. Habermas, ayrıca, kamuoyunun eleştirel düşüncelerinin medya üzerinden açıkça ifade edilmesini ise çağdaş demokrasinin can alıcı ögesi olarak kabul etmektedir.

İkinci düşünsel gelenek ise Harold Innis ve Marshall McLuhan'ın çalışmalarında ortaya çıkmaktadır. Innis, 1940'larda ve 1950'lilerin başlarında, medya iletişimi ve gücün dünyevi ve dünyevi olmayan kuruluşlarla arasındaki ilişkiyi sistematik bir biçimde ortaya koyan ilk kuramcılardandır. Zaman zaman iletişimin tarihsel gelişimi ile güç arasındaki ilişkinin Innis tarafından tam olarak ortaya konulmadığı söylenebilir de kuramcılarının üzerinde hem fikir oldukları nokta, Innis'in, farklı medya türlerinin politik gücün farklı biçimlerde organize edilmesine katkı sağlar saptamasıdır. Innis dikkatleri gücün organize edilmesi sırasındaki medya içeriğine çekerek çok önemli bir olguyu da vurgular. Medya endüstrisinin toplumsal kurumları düşünüldüğünde, kitlelerin medya ürünlerine verdikleri anlamı hayatlarına nasıl kattıkları sorusu daha da önemli bir hale gelmektedir. Bu saptama başta McLuhan olmak üzere birçok kuramcı üzerinde önemli etkiler oluşturmaktadır.

McLuhan "ileti, iletişim aracının kendisidir" saptamasını buradan yola çıkarak temellendirir. McLuhan, herhangi bir iletişim aracının bireysel veya toplumsal etkileri ya da her yeni teknolojik gelişmenin, insanlığın işlerine katılan yeni bir ölçüğün sonucu olarak ortaya çıktığını vurgulamaktadır. Düşüncesini elektrik lambası örneği ile açıklar. Elektrik lambası saf bir bilgidir der McLuhan; herhangi bir metni okumak için elektrik lambasını kullandığımızda iletisiz bir iletişim aracının ortaya çıktığını söyler. Bütün iletişim araçlarının ortak özelliği olan bu olgu nedeniyle, herhangi bir iletişim aracının içeriğinin de bir iletişim aracına dönüştüğünü belirtir. İnsanların ve gerçekleştirdikleri eylemlerin biçim ve miktarını iletişim araçları hem şekillendirdiği hem de denetlediği için, ileti, iletişim aracının kendisine dönüşmektedir.

Bu düşüncelerden yola çıkarak kitle iletişimi nedir sorusunun cevaplarını arayalım. Öncelikle şunu bir kez daha hatırlayalım. Kitle iletişimi yaşamımızın her alanında bizimle beraberdir. Her an kitle iletişiminin etkilerine maruz kalmaktayız. Kitle iletişimi, evimizde, işimizde, gelişen teknoloji ile kullandığımız akıllı telefonlar ve tablet bilgisayarlarla yanı başımızdadır. Kitle iletişimi özel yaşantımıza davetsiz bir misafir gibi girer, zaman zaman çekici, alımlı zaman zaman da haddini aşan, itici özellikler gösterir. Kitle iletişimini nasıl değerlendirirsek değerlendirelim ona, hayatımızdan çıkartamayacağımız kadar bağımlı hale geldik. Kitle iletişimi son dere güçlü olarak kabul edilmektedir; reklamlar aracılığıyla bizlere bir şeyler satın aldırır, kamuoyunun düşüncelerini biçimlendirir, bize bazı toplumları ya da kişileri sevdiren bazılarını nefret ettirir. Kitle iletişimi gücünü, onun gücünün her şeye yeteceğine ikna olmamızdan alır.

Kitle iletişim süreci anonim, heterojen bir alıcı kitlesine iletilerin gönderilmesi işidir. İletileri alan alıcılar çok büyük bir coğrafyaya yayılmış, sayılamayacak kadar fazla insandan oluşmaktadır. Buradan yola çıkarak kitle iletişimine maruz kalan kitlenin temel özelliklerini aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:

- Heterojen,
- Anonim,
- Birbirinden ayrı,
- Aralarında sıkı bağlar olmayan.

Heterojen (özdeş olmayan) yapı, toplumun geniş, çeşitli sınıf ve tabakalarından gelen insanlar tarafından oluşmaktadır. Kitle iletişimine maruz kalan insanlar birbirlerini tanımadıkları için anonimdirler; aynı biçimde kitle iletişiminde iletiyi gönderen kaynak da kitleyi tanımamaktadır. İletinin alıcıları da fiziksel olarak birbirinden uzaktır ve fiziksel bir mekanı paylaşmazlar. Kitleyi oluşturan bireyler toplumsal bir kurum aracılığıyla birbirlerine bağlı değildirler. Bu nedenlerle:

- Kitle kalabalık ve kamudan büyüktür.
- Kitle dağınıktır, üyeleri birbirini tanımazlar. Aynı anda izleyicileri bir araya getiren kişi de kitleyi tanımaz.
- Kitle, belirli amaçlar için bir araya gelip, birlikte eylemde bulunma yeteneğine sahip değildir.
- Değişen sınırlar içinde kitleyi oluşturan birimler değişik yapılar gösterirler.
- Kitle kendi başında eylemde bulunamaz aksine kitle üzerinde eylemde bulunulur.

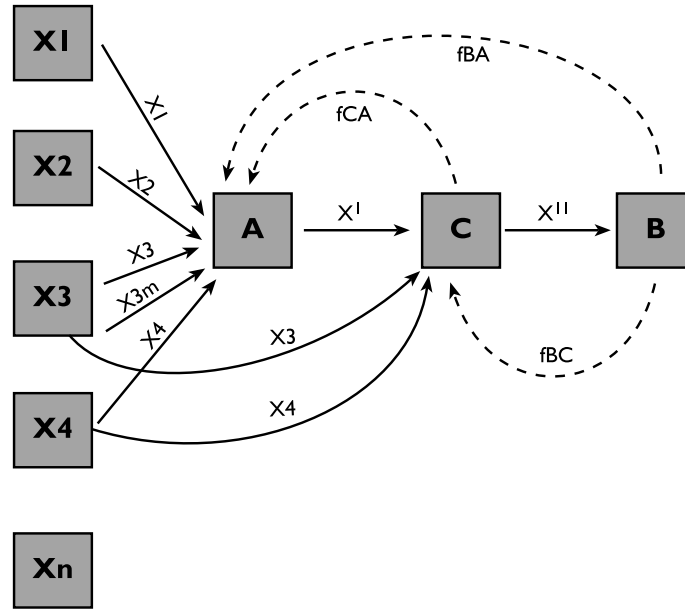
Janowitz, 1968 yılında kitle iletişiminin bugün de geçerli olan tanımını yapmıştır. Kitle iletişimi teknolojik araçları bünyesinde bulunduran uzmanlaşmış kuruluşların, sembollere dayalı içeriklerini, dağınık, heterojen ve geniş bir kitleye dağıtan kuruluşları içermektedir. Janowitz'in tanımı yukarıda tartıştığımız unsurları içerir; bu tanımdan önemli bir sonuç da çıkarabiliriz. Teknolojik bir aracın aracılığı. Bir olayı, bir haberi bizler gazete, radyo ya da televizyon gibi kitle iletişim araçlarının aracılığı ile alıyoruz. Bu ne demek? Bu olgularla ilgili fikir ve düşüncelerimiz ilgili kitle iletişim aracının değerlendirmelerinin çerçevesinde oluşuyor demektir. Bu sürecin ayrıntılarına “**medyanın gündem koyma ve saptama işlevi**”ni tartışırken değineceğiz.

Kumar, kitle iletişiminin tanımını, çok geniş bir coğrafi bölgeye yayılmış, demografik ve davranışsal anlamda çok sayıda özelliğe sahip hedef kitleye, ürün ya da hizmetlerin satışını yapan ya da düşünce süreçlerini ve/veya kendi çıkarlarının yanı sıra, yaşadığı toplumun, çevrenin ve insan ırkının çıkarlarını belirleyen, bilgilendirme, temsil etme, güdüleme ve etkilemeye dayalı bir süreçtir şeklinde yapmaktadır. Kumar'ın tanımı kitle iletişiminin bir başka boyutunu da ortaya çıkarmaktadır. Hedef kitleye ürün ve hizmet satışını gerçekleştirmek. Günümüz rekabetçi ekonomilerinde kitle iletişim araçlarının ilk gelir kaynakları reklamlardır. Bu nedenle kitle iletişim ekonomisi çok büyük oranda reklamlara dayanmaktadır.

Kısa ve basitçe kitle iletişimi, önceden tasarlanmış çok yönlü iletinin, çok fazla sayıda insana dağıtımının kişisel olmayan yoludur. Bu tanımda önemli olan nokta kitle iletişiminin kişisel olmayan yollarla kendisini gerçekleştirdiğidir. Kısaca kitle iletişimi teknoloji ile aracılıdırılmış bir iletişim biçimidir. Peki bu süreç nasıl işlemektedir?

Kitle İletişim Süreci

Kitle iletişim sürecinin işleyişi Bruce Westley ve Mal McLean tarafından geliştirilen modeldeki gibidir.



Kaynak: <http://communicationtheory.org/wp-content/uploads/2011/11/westley-and-macLean%E2%80%99s-model-of-communication-diagram.jpg>

Modeli soldan sağa doğru okuyarak inceleyelim. Modelde yer alan X toplumsal çevremizdeki bir olayı veya amacı temsil etmektedir. Bu herhangi bir şey olabilir, deprem, bir maçın sonucu ya da vizyona yeni giren bir film. A ise bireyleri ya da kuruluşları temsil eder. X hakkında kamuya söyleyecekleri bir şeyleri vardır. A oy isteyen bir politikacı, çevre kirliliği hakkında fikirleri olan bir halkla ilişkiler şirketi ya da bizim gömleğimizi satın alın diyen bir reklam veren olabilir. Kısaca A model içinde amaçlı, iletişim faaliyetine girmektedir. C ise modelde kanaldır (channel). A'nın önermelerini seçerek izleyiciye yollayan medya kuruluşlarında çalışanlardır. X', medya kuruluşları tarafından seçilen ve kamuya ulaştırılan iletidir. X₃C, A'nı aracılığı olmaksızın medya kuruluşundan gelen iletinin gözlemlenmesidir. X'' ise medya kuruluşu tarafından iletmek üzere değiştirilmiş iletiyi temsil eder. Örneğin bir futbol karşılaşmasının 3 dakikalık özetinin yayınlanması gibi.

Modelde yer alan B bireyin, grubun hatta toplumsal sistemin davranışsal rollerini temsil eder. Kısaca B, medya kuruluşlarının amaçlandığı iletinin ulaştığı kesim yani izleyicilerdir. Okuyucuların medya kuruluşuna geri beslemeleri (feedback) f_{BC} olarak modelde yer alır; okuyucu mektuplar, editöre yazılan mektup ya da izleyici araştırmalarında olduğu gibi. İzleyicilerin (B) orijinal kaynağa (A) gönderdikleri geri besleme ise f_{BA} olarak gösterilmektedir. Örneğin herhangi bir ürünü satın almaya ya da almamaya verilen kararda ortaya çıkan geri beslemedir. Bir ürünü alarak ya da almayarak A'ya iletisinin sonucunu bildirmiş oluruz. İletişimcinin A'ya gönderdiği geri besleme f_{CA}'dır. Bu A'nın amaçlı iletişim sürecini tekrar dönüştürmesi gerektiği durumdur; gelecekte karşılaşılabilecek olan yeni bir kapsam ya da teşebbüs buna neden olabilir.

Bu model kitle iletişiminin ayır edici öğelerini görmemize yardımcı olmaktadır:

- Çeşitli aşamalarda seleksiyon yer almaktadır.
- Çok sayıda C rolü B ile yarışmaya başladığından beri sistem kendi kendini düzenlemektedir.
- Sürecin tamamını düşündüğümüzde geri beslemenin önemi daha fazla ortaya çıkmaktadır.

Kitle İletişimin Doğası

Kitle iletişiminin doğasında beş öge bulunmaktadır. Bunlar:

1. Kitle iletişimi karmaşık ve biçimsel kuruluşlar tarafından üretilir,
2. Kitle iletişim kuruluşları çeşitli eşik bekçilerine (gatekeeper) sahiptir,

3. Kitle iletişim kuruluşlarının çalışmasını sağlamak çok büyük miktarda para gerektirir,
4. Kâr amaçlı kuruluşlardır,
5. Bu kuruluşlar rekabetin çok olduğu ortamlarda bulunurlar.

Biçimsel Kuruluşlar

Bir kitle iletişim aracının çalışmasını sağlamak, paranın kontrolü, çalışanların yönetimi, faaliyetlerin koordinasyonu gibi işlerin zamanında ve eksiksiz yapılmasını gerekli kılar. Bütün bu görevleri başarabilmek için; işbölümü, tanımlarının açıkça ortaya konması, odaklanma ve sorumluluk istemektedir. Dolayısıyla kitle iletişimi bürokratik işlerin ve süreçlerin halledilmesi gereken önemli bir yükü beraberinde getirmektedir. Birçok bürokratik kurumda olduğu gibi, karar alma süreci çeşitli ve farklı yönetim aşamalarında gerçekleşir.

Eşik Bekçileri (Gatekeeper)

Kitle iletişimini karakterize eden bir diğer önemli faktör de eşik bekçileridir. Eşik bekçileri; kitleye ulaşan iletişim içeriğinin üzerinde kontrolü olan kişi ya da gruplardır. Eşik bekçileri bazen, gazete editörü, haber dairesi başkanı gibi “görünür” olurlar. Sonuç olarak okuduğumuz, izlediğimiz ya da dinlediğimiz her şey bize birilerinin kontrolünden geçmiş, denetlenmiş olarak gelir. Bu denetim kuruluşunun yayın politikasının da bir göstergesidir.

Harcamaların Yönetilmesi

Bir kitle iletişim kuruluşunu oluşturmak ve onun devamlılığını sağlamak çok büyük miktarda paranın yönetilmesini gerektirmektedir. Milyarlarca dolarlık bir kaynağı gerektirir, bunun için kitle iletişim kuruluşlarının doğru bir biçimde örgütlenmesi gerekir

Rekabet

Kitle iletişim kuruluşları kâr amaçlı kuruluşlardır. Kamusal yayıncılık yapan kuruluşların dışındaki tüm kuruluşların amacı kârlarını arttırmaktır. Bu kârın en önemli kaynağı ise tüketicilerdir. Dolayısıyla reklam, kitle iletişim kuruluşlarının can damarını oluşturur. Üreticiler, reklam verenler ve kitle iletişim kuruluşları arasında karşılıklı bağımlılık söz konusudur.

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI

Kitle iletişim araçları çok çeşitlilik göstermektedir. Kitle iletişim araçları toplumda etki, denetim ve yeniliklerin potansiyel araçları olarak birer güç kaynağıdır. Toplumsal kurumların çoğunun çalışabilmesi için gerekli bilgi oluşturma ve aktarım süreci kitle iletişim araçları tarafından sağlanmaktadır. Toplumsal yaşamımızın anlamlandırılmasında ve toplumsal gerçekliliğin oluşturulmasında bir referans çerçevesi oluşturmaktadırlar. Etkili performans göstermek ve şöhrete ulaşmak gibi toplumsal hayatın neredeyse tüm faaliyetleri kitle iletişim araçları üzerinden gerçekleşmektedir. Toplumun ve grupların değerlerinin oluşturulduğu ve saklandığı, görünür kılındığı temel alan da burasıdır. Toplumda nelerin kabul edilebilir nelerin kabul edilemez ölçü ve ölçütlerin içinde olduğuna da büyük oranda kitle iletişim araçları karar verir.

Kitle iletişimi ile iletişim süreci, yüz yüze iletişim biçiminde çıkarak çok daha karmaşık ve örgütlü duruma gelmiştir. 19. yüzyılda telgrafın icadı ile başlayan iletişim devrimini, sinema, radyo ve televizyon izlemiştir. Uydu teknolojisinin, dijital teknolojilerin devreye girmesiyle internet önemli bir gücün sahibi olmuştur. Marshall McLuhan'ın 1960'lı yıllarda kitle iletişim araçları için yaptığı tasvir son derece önemlidir. McLuhan kitle iletişim araçları vücudumuzun bir uzantısı veya budanmış parçalarıdır diyerek, ortaya çıkan durumun vücudun diğer parçalarıyla yeni bir ilişki kurduğu ve yeni bir denge noktasına doğru ilerlediğini belirtmektedir. McLuhan'ın tasvirinden yola çıkarak bu ilişkiler bütünü incelemeye çalışalım.

Gazete

Gazetenin öncülünü araştırmak için Sezar Dönemi'nin Roma İmparatorluğuna gitmek gerekmektedir. Roma İmparatorluğu'nda Senato kararları balmumu tabletlere yazılarak şehir meydanına asılmaktaydı. Fethedilen topraklar, toplumsal olaylar, senato kararları, gladyatör dövüşlerinin sonuçları gibi konular bu tablette yazılmaktaydı. Okuma bilen yurttaşlar bu tabletleri yüksek sesle okuyarak, içeriğin, okuma bilmeyenler tarafından da öğrenilmesini sağlardı. Bu tablet **Acta Diurna** idi. Acta Diurna'yı kaç kişinin okuduğu sağlıklı bir biçimde ölçülemedi olsa da şunu söyleyebiliriz: İnsanlar her zaman çevrelerinde olup bitenden haberdar olmak isterler. Posta sisteminin ortaya çıkmasıyla gazeteler ve bültenler daha hızlı bir dolaşıma sahip oldular; ancak önemli bir sorun vardı: bütün materyal el ile yazılıyordu, kısa zamanda çok sayıda sayıyı çoğaltabilecek bir baskı teknolojisi ortada yoktu. El yazması gazetelerin en önemli bilgi toplama araçları da seyyahlar, keşişler, kasaba kasaba dolaşan din görevlileri ve tüccarlardı. Bu kimseler görüp, duyduklarını anlatıyor ve gazete böylelikle oluşturuluyordu. Aslında bu kaynaklara gazete de denemez, haber bülteni demek en doğrusu. Bu haber bültenlerinin en önemli sorunu, çoğaltma işleminin yüksek maliyetidir; elle çoğaltılan metinler de şu gerçek önümüzde durur: bir mesajın kopyasının üretilmesi, orijinal metnin üretilmesiyle aynı maliyettedir. Kitle gazetelerinin ortaya çıkabilmesi için aşağıdaki şartların yerine getirilmesi gerekmektedir:

- Gazetelerin çok kısa zamanda, büyük miktarlarda ve düşük maliyetlerde basılması için matbaanın icat edilmesi gerekmektedir,
- Basını desteklemesi için yeterli sayıda insanın okuma bilmesi gerekmektedir,
- Kitle izleyicisi ortaya çıkmak zorundaydı.

Gazetelerin yaygınlaşması matbaanın etkilerinin toplumda hissedilmesi ile doğru oranda olmuştur. Matbaa icat edildiği günden itibaren bazı toplumsal nedenlerden dolayı etkisini hemen gösterememiştir. Herşeyden önce çok düşük bir okuma yazma oranı söz konusuydu. Toplumdaki çok küçük bir azınlık okuma yazma yeteneğine sahipti. Buna ek olarak yazılı metinler halk için yabancı bir dilde üretiliyordu. Bütün metinler Latince idi. Bu noktada yapılması gereken iki önemli iş vardı. İlki halkın konuştuğu dillerin, o, ülkenin resmi dili haline getirilmesi gerekiyordu. Bu da yetmeyecekti; çünkü diller içindeki farklı konuşma tarzlarının da standart hale getirilmesi zorunluluğu vardı. Bir başka önemli sorun ise, okuma yazma öğrenme faaliyetlerinin içinde üretim dışı zamanı olan iki sınıf vardı soylular ve çocuklar. Bu iki sınıf üretim faaliyetlerinin dışındaydı, çocuklar zaten dışarıda kalıyordu, soylular adına üretim yapan işçiler olduğunda, ilgili faaliyetlere ayrılan zaman üretimin azalmasına neden olmuyordu. Bu nedenlerden dolayı ilgili faaliyetlerin sonuçlarını görmek için en az bir kuşak beklemek zorunda kalındı. Modern gazetelerin çıkışı, baskı teknolojisine **oynar başlıklı harf** teknolojisini kazandıran; modern matbaanın mucidi Gutenberg'i beklemek zorundaydı. 17. yüzyıl Avrupa'sında tek sayfa olarak çıkartılan **Corantas** modern gazetenin öncüsü olarak kabul edilmektedir. Corantas, 1620 yılında bir kitap satıcısı tarafından Hollanda'dan İngiltere'ye getirilmiştir. Bu gazetenin o yıllarda tek bir amacı vardı 1618-1648 yılları arasında birçok Avrupa ülkesinin içine girdiği **30 Yıl Savaşları** hakkında kamuoyunu bilgilendirmek.

Yol ve iletişim teknolojilerindeki (telgraf, telefon, teleks vb.) gelişmeler; yukarıda belirttiğimiz posta sistemlerinin gelişimi, kara, deniz, hava ulaşımındaki gelişmeler gazetelerin giderek daha etkili olmasını sağladı. 1949 yılında Bernard Berelson, gazetecilik alanında klasikleşen çalışmasına imza attı. Berelson, yaptığı görüşmelerle halka şu soruyu yöneltti: eğer gazeteler olmasaydı, ne olurdu? Aldığı cevaplar günümüzde de geçerliliğini korumaktadır ve gazetelerin toplumsal işlevlerinin bir göster göstergesi olarak da son derece önemlidir.

- Bilgi edinemeyecekleri için kamuoyunun ilgilendiren olaylar hakkında yorum yapma yeteneklerinde mahrum kalacaklardı,
- Gündelik yaşam araçlarından yoksun olacaklardı,
- Onları rahatlatan ve gündelik yaşamın sıkıcılığından kaçmalarını sağlayan bir araç olmayacaktı,

- İnsanların ilgilerine yönelik haberler, öneri köşeleri gibi toplumsal bağlantıyı sağlayacak olgular olmayacaktır.

İnternet Teknolojisi ve Gazeteler

Çağımızdaki teknolojik gelişmeler, gazeteleri de internet ağı içine monte etmiştir. Bu durum aynı zamanda gazete okuma alışkanlıkları üzerinde de bir takım değişiklikleri de beraberinde getirmiştir. İnternet ve gazetenin buluşması okuyucular açısından, gazeteye kolaylıkla ulaşma imkanı sağlaması açısından önemlidir. Günlük koşuşturma içinde gazete bayi arama zorunluluğu da toplumun çok büyük bir bölümü için ortadan kalkmıştır. Kurum açısından bakıldığında; baskı ve dağıtım maliyetlerinin düştüğünü, çok uzak bölgelere özgü dağıtım sorununun aşıldığını görmekteyiz. Dijital teknolojinin yardımıyla gazeteler, kişisel bilgisayarlar, cep telefonları ve diğer cihazlarda okunabilmesinin yanında herhangi bir araştırma için gazetenin eski sayılarına ulaşmak ya da bir anahtar kelime ile ilgili haberleri bulmak da çok kolaylaşmıştır.

Gazeteler çevrimiçi başarının sağlanabilmesi için üç önemli soruyu cevaplandırmak zorundadır.

1. İnsanlar gazeteleri çevrimiçi okumaya devam edecekler mi?
2. İnsanlar internet teknolojisinin ürünlerinden ücretsiz yararlanma eğilimindedir. Çevrimiçi gazeteler gelir akışının sürekliliğini sağlayabilecekler mi?
3. Çevrimiçi gazetelerin tirajı nasıl ölçülecek?

Cevap bekleyen bu soruların yanında çevrimiçi gazetelerin en önemli avantajı “son dakika” gelişmelerini vermeleridir, bu, radyo ve televizyon ile girdikleri rekabetin de bir sonucudur. Bir diğer önemli avantaj, basılı gazeteler haber, fotoğraf ve reklam için sınırlı sayıda sayfa sayısına sahipken, çevrimiçi gazeteler bu unsurlar için sanal alanın imkanlarından faydalanmaktadır.

Görüldüğü gibi ister basılı ister çevrimiçi olsunlar, gazeteler, ilk günden beri hayatımızın önemli bir parçası olan kitle iletişim araçlarından biridir.

Tablo 6.1: Gazete Zaman Çizelgesi

MÖ 100	Acta Duirna
1600-1620	Avrupa’da ilk gazete üretimi
1620	İlk İngilizce gazete: The Courat (Amsterdam)
1729	Benjamin Franklin’in gazetesi: Pennyslvania Gazette
1795	Türkiye’de ilk gazete: Bulletin de Nouvelle
1831	İlk resmi Türkçe gazete: Tercüman-ı Ahval
1840	Ceride-i Havadis
1860	Türkiye’de ilk özel gazete: Tercüman-ı Ahval

Kaynak: Baran (2009:98-99); Erdoğan ve Kormaz (2002:25)

Radyo

Radyonun elektromanyetik dalgalar aracılığıyla sesi yayması 1920’lere dayanır. Radyonun icadında James Clerk Maxwell, Henrich Hertz, Gulierra Marconi ve Lee De Forest’un çalışmalarının katkısı büyüktür. Radyonun teknik yapısıyla ilgili ilk icat, 1860 yılında telsizin babası olarak bilinen Maxwell tarafından yapılmıştır. Işık dalgalarına ek olarak elektromanyetik dalgaların varlığını ilk fark eden Maxwell’dir. Bu dalgaların ışık hızında yayılması gerektiğini söylemiştir. Ancak bu buluşunu kuramsal temellere oturtamamıştır. 20 yıl sonra 1885-60 yıllarında yaptığı deneylerle, bu icat Hertz tarafından geliştirilmiştir. 1886 yılında radyo dalgalarının varlığını ve ses titreşimlerinin elektromanyetik alanda ışık hızıyla yayıldığını kanıtlamıştır. Hertz, Maxwell’in iddiasını kanıtladıktan sonra, elektromanyetik

dalgaların uygun metal yüzeylerde yönlendirilmiş radyo dalgalarına dönüşebileceğini bulmuştur. 1890 yılında ise Edouard Branly bir devreye galvometre ve pille birlikte bağlanmış, içi demir talaşıyla dolu bir tüpten oluşan ilk elektromanyetik dalga iletkenini geliştirdi.

Aynı yıllarda Liverpool Üniversitesi'nde Oliver Lodge, Kronstadt Üniversitesi'nde Popoff elektromanyetik dalgaların kullanımını ilerleten çalışmalar yaptılar. Bu teknik buluşların ses aktarımında ilk kullanımını ise Marconi 1885 yılında gerçekleştirdi. 1896 yılında kısa aralıklarla (yaklaşık 1 mil) ses iletimini denedi. Bu deneyi başarılı olunca artan uzaklıklarda deneyini tekrarladı. Ağustos 1897'de İngiltere'de 55 km. uzaklığa sesi ulaştırabildi. Marconi 1899'da Manş Denizi üzerinden ilk bağlantısını kurar. 1901-02 yıllarında deniz aşırı ses iletimini başardı. Cornwall (İngiltere) ile Newfoundland (Amerika) arasında telsiz yoluyla ses aktarımını başardı. Poldhou'dan devasa bir uçurtma fırlatır, denizin 112 metre üzerinde anten görevi gören bu uçurtma Marconi'nin Yeni Kıta'ya ulaşmasını sağlar. Marconi, 1906 yılında müzik ve sözün aktarımını da gerçekleştirdi. Marconi'nin bu buluşu öncelikle deniz haberleşmesinde kullanıldı. 1910 ve 1912 yıllarında batan Republic ve Titanik gemilerinde telsiz bulunması sonucu yardımın bu gemilere daha çabuk ulaşmasıyla can kaybının beklenenden az olması bu buluşun önemini ve ününü arttırdı.

1907 yılında Forest'ın boşluk tüpünü (katot tüpü-üç elektrotlu lamba) bulması, radyonun teknik buluşlarına yeni bir boyut getirdi. Bu kendisine dalgalarla ulaşan insan sesini yeniden oluşturmayı sağlayan ve bunu telefona uyarlayan bir amplifikatördür. Buluşunu 1909 yılında Eyfel Kulesi'ne yerleştirdiği bir antenle denedi. Boşluk tüpü daha önce Ambrose Fleming'in bulduğu radyo lambalarının geliştirilmiş haliydi. Forest'ın geliştirdiği sesin aktarılmasında sürekli olarak kullanılabilen bu lambaların daha güçlü ve daha dayanıklı olması için Almanya'da AEG, Siemens, Telefunken gibi firmalar ar/ge çalışmaları yaptılar. Askerler bu buluşun deniz haberleşmesinde kullanımının önemli olacağını fark etmekte gecikmezler.

Amatör bir teknisyen olan Frank Conrad radyonun gelişiminde çok önemli bir rol oynamıştır. Fizik ve elektrik akımı ile ilgili bilgilere sahip olan Conrad, yaptığı küçük radyo vericisi üzerinden çalıştığı şirketle iletişim kurdu. Bu başarının ardından üreticiler büyük bir hızla radyo cihazı üretmeye, şirketler ve yatırımcılar da radyo istasyonları kurmaya başladılar. Bu olayı Amerikan Ticaret Bakanı Herbert Hoover "kablosuz heyecan" olarak nitelmiştir. Radyonun kitle iletişim aracı olarak kullanılması, kamuya seslenen söz ve müzik yayınlarını yapması ise 1920'lerden sonra gerçekleşebilmiştir. Bu tarihlerden önce de Forest, Amerika'da birçok kez kısa süreli yayınlar yaptı. Bunlardan en önemlisi tenor Caruso'nun New York Metropolitan Operası'nda verdiği konserin naklen yayınlanmasıdır. 1916 yılında Bronx'ta kurduğu radyo istasyonunda sürekli olmayan yayınlarla haber ağırlıklı programlar yaptı. 1917'de cephede bulunan alman askerleri için müzik yayınları gerçekleştirildi. İlk sürekli radyo vericisi 2 Kasım 1920'de Amerika'da çalışmaya başladı. Pittsburg'da KDKA istasyonunda başkanlık seçimleri ile ilgili haberlerle başlayan yayın 2000 kişi tarafından takip edildi.

Şebekelerin hızla artması ses kalitesini ve program sayısını arttırmasının yanında, yayınların aynı anda büyük bir coğrafyada dinlenmesini sağlamıştır. Bu gelişme ile programların reklam almaya başlaması süreci de başlamıştır. Radyo yayınlarında program çeşitlemelerine gidilerek, müzik, spor, sohbet, haber ve yarışma gibi halkın ilgisi çekilmeye başlanarak; radyo bir kitle iletişim aracı olarak gündelik yaşamımızdaki yerini almaya başladı. 1930'lu yıllarda radyonun dinleyici kitlesi üzerinde etkisine en iyi örnek Orson Welles'in **Dünyalar Savaşı** denemesidir. Olay 31 ekim 1938'de gerçekleşmiştir. Welles, radyoda bir bilim kurgu romanını uyarlamayı kabul etmiştir. Bu roman Marslıların dünyaya gelişini anlatan Dünyalar Savaşı kitabıdır. Welles, Marslıların gelişini sansasyonel bir anonsla kesilen gerçek bir yayın havası verir. Herkesin bunun bir kurgu olduğunu anlayacağından bir şüphesi yoktur. Programına halkı sakin olmaya davet eden bir içişleri bakanını davet ettiğinde (bu teknik masa görevlisiyle yapılan bir kurmacadır) ve aynı zamanda artık dua etmekten başka çaremiz kalmadı dediğinde panik oluşur ve hızla yayılır. İnsanlar New York' u terk etmeye başlarlar.

1948 yılında Gordon McLendon Şikago'da 24 saat boyunca sadece yerel haberleri aktaran radyo istasyonu ile tematik yayıncılığı başlatmış oldu. Günümüzde özellikle müzik alanında tematik yayıncılık çok gelişmiştir. Her müzik türü için çok sayıda radyo istasyonuna ulaşmak mümkündür. Radyonun ticarileşmesi çok karmaşık sonuçları da beraberine getirir; her şeyden önce radyo istasyonunun ve radyo

programlarının dinleyici kitlesi ölçülebilir olmak zorundadır. Bunun nedenini reklam verenlerin ve belirli programlara maddi destek sağlayan şirketlerin (sponsor), programların kaç kişi tarafından dinlendiğini belirleme ihtiyacı oluşturur. Dinleyici araştırmaları geleneği, günümüzde adı daha çok televizyon kuruluşlarıyla anılan rating sisteminin başlangıcı radyodur.

İnternet Teknolojisi ve Radyo

1970’li yıllarda kayıt teknolojisi analog kayıt sisteminden dijital kayıt sistemine geçti. Müzik endüstrisinin en önemli destekçilerinden bir olan radyo istasyonları da bu değişime kayıtsız kalmadı. Bu teknolojik değişim beraberinde yeni biçimleri de getirdi. Önce cdler plakların ve kasetlerin yerini almaya başladı. Dijitalleştirilmiş müzik, çeşitli formatlar yaratarak müziği sıkıştırdı ve böylelikle çok sayıda şarkı, küçük bir alana sığabilir duruma geldi. Günümüzde çok sayıda format olmasına karşın en sık kullanılan format MP3 formatıdır. 2000’li yıllara kadar disc jockeyleri, cdleri değiştirerek müzikler arası geçiş yapıyor ve programlarını bu şekilde hazırlıyorlardı. Günümüzde piyasaya sürülen özel programlama programları ile artık tek bir düzlem üzerinden kaydedilmiş programı yayınlama imkanı doğmuştur.

Radyonun internetteki varlığı iki yolla kendini gösterir. Birinci yol birçok radyo istasyonunun internet siteleri hazırlayarak sanal dünyadaki yerini almasıdır. Bu klasik radyo yayını yapan kurumlarına bir destektir. Aynı zamanda bu yöntem ilgili siteleri birer bilgi kaynağı haline getirir. Programlarda çalınan şarkıların listesi, yayın akışı, okuyucu tartışmalarına ayrılan bölümler ve müzik ile ilgili bölümler yer alır. İkinci yol ise son yıllarda en çok kullanılan yoldur. Radyo istasyonu sinyalini sanal dünyaya gönderir, dinleyiciler ise yayını internet sitesinden ya da telefon ve tablet gibi cihazlara özel olarak hazırlanan uygulamaları indirerek dinleyebilirler.

Tablo 6.2: Radyo Zaman Çizelgesi

1864	Maxwell radyo dalgaları varsayımını ortaya attı
1817	Henrich Hertz labratuarda radyo dalgalarıyla deney yaptı
1888	Marconi telsiz telgrafı icad etti
1901	Marconi ilk telsiz sinyali Atlantik Okyanus’u üzerinden yolladı
1912	Radyo yayınları başladı
1920	İlk radyo istasyonu KDKD Pittsburgh’da kuruldu
1922	İlk radyo reklamı New Yor’ta üretildi
1927	Türkiye’de radyo yayınları başladı
1949	DJ’ler ortaya çıktı
1983	CD tantıldı
1987	MP3 icad edildi
2001	Uydu üzerinde radyo yayını başladı
2002	Sayısal radyo

Kaynak: Baran (2009:192); Erdoğan ve Kormaz (2002:28)

Televizyon

Jules Verne 1892 yılında yayınlanan “Karpatlar Şatosu” adlı kitabında fotoğraf, ayna ve gramofonun birleşiminden yaptığı tasvir; tele fotoğrafın mucidi Arthur Korn’un 1907 yılında Paris’te yayınlanan L’Illustration Gazetesi’ndeki röportajında uzaktaki görüntüler sinematografin görüntüleriymiş gibi ekranda görülebilecek demesi televizyonun yüzyıllık bir proje olduğunun göstergesidir. Televizyon teknolojisi askeri operasyonlarla bağlantılı araştırmaların ilerlemesinde ve savaş sanayisinin uyum

sağlama zorunluklarından faydalanır. Televizyon savaş öncesinde radyo için hazırlanan iki modeli yeniden üretir. Amerika'da reklam tarafından finanse edilen ve mümkün olduğunca fazla seyirciye ulaşmaya çalışan büyük, özel şebekelerle organize olurken; Avrupa'da televizyon 1980'lerin ortalarına kadar hükümetler tarafından kontrol edilen, yüksek kültür ile popüler kültür arasında bir sentez oluşturmaya çalışan kamu televizyonculuğu modeli kullanılmıştır.

1940'larda bir kitle iletişim aracı haline gelen televizyon reklam, haber ve eğlencenin en önemli kaynağı oldu. Telefon, gramofon ve fotoğraf alanındaki ilerlemeler resim ve ses birleştirilerek aktarılabilir mi sorusunu ve bilim insanlarının merakını beraberinde getirdi. Bu sorunun cevabı günümüzde milyarlarca insanı büyülenmişçesine etrafına toplayan televizyonu yarattı. Philo Farnsworth ve Vladimir Zworykin televizyon çağını başlatan iki önemli insan olarak tarih sahnesindeki yerlerini aldılar. Televizyon 1950'li yıllarda altın çağını yaşamıştır.

Öncelikle ailenin katılımı ile gerçekleşen televizyon izleme eylemi, 1980'li yılların başlarına kadar radyonun yerini almaya çalışarak, onunla rekabete girmiştir. Televizyonun en önemli avantajı, program yapımcılarının radyo ve sinemada elde ettikleri bilgi birikimini kullanmalarıdır. Program türleri, rating ölçümleri, izleyicinin ilgisini çekme ve onları etkileme gibi önemli konular hakkında önemli bir bilgi birikiminin olması, televizyon için son derece önemlidir. 1950 yılında A.C. Nielsen şirketi ilk televizyon izleyicisi çalışmasını gerçekleştirmiştir. Amerikan izleyicisini temsil yeteneğine sahip onbeş bin evde, insanların televizyonda neler seyrettiklerinin bilgilerini topladı. Peoplemeter adı verilen cihazlara sahip ev halkı, o an seyrettikleri yayın ile ilgili düğmeye basarak izledikleri programın verisinin elde edilmesini sağladı. Bu yöntem ile kim neyi, ne kadar süre izliyor sorularının cevapları oluştu.

En yaygın kitle iletişim aracı olarak kabul edilen televizyon, milyarlarca insan üzerinde önemli etkilere sahiptir. Düşünce biçimimizin şekillendirilmesinde, ürün ve hizmet satışının yaygınlaşmasında, toplumda geniş kabul gören davranış biçimlerinin kitleye öğretilmesinde, değerler sisteminin neler olduğunun gösterilmesinde, siyasetin etkisinin artırılmasında son derece önemli işlevler üstlenmiştir. Çok büyük bir ekonomisi ve siyasi gücü bulunan televizyon, bu özelliğinden dolayı her dönem üreticilerin ve siyaset insanlarının dikkatini çekmiş ve denetlenmesi, üzerinde kontrol mekanizması oluşturulması gereken bir kitle iletişim aracı olarak görülmüştür. Televizyonun toplumsal etkilerinin ortaya çıkartılabilmesi için bir çok araştırma yapılmıştır. Bu araştırmalardan bazıları çok önemlidir; yeni araştırmalar temelde bu önemli araştırmalara dayandırılarak gerçekleştirilmiştir. Amerika'da 1961 yılda Wilbur Schramm, Jack Lyle ve Edwin Parker 10 şehirde, 6000 çocuk ve 2000 aileyi içeren 11 araştırma yapmışlardır. Araştırma bulguları şu şekilde özetlenebilir: Televizyonun çocuklar üzerindeki etkisi birbirinden farklılıklar göstermektedir. Bazı koşullarda bazı çocuklar için televizyon zararlı olabiliyorken, aynı koşullara sahip diğer çocuklarda ya da zarar gören çocukların koşulları değiştirildiğinde televizyon yararlı bir araç olarak görülmektedir. İkinci önemli araştırma kümesi ise taklit ile ilgili araştırmalardır. Araştırmacılar, saldırgan davranış biçimlerinin oluşması ve şiddet yönelimleri ile televizyon arasında önemli bağlantılar kurmuşlardır. Araştırmacılar çocukları en çok sevdiği televizyon karakterinin şiddete yönelik davranışlarını taklit ettiklerini iddia etmektedir; ancak televizyon temsilcileri de yaptıkları araştırmalarda çocuklar arasında şiddet ve saldırgan davranışları oluşmasında televizyon ile doğrudan bir ilişki kurulamayacağını savundular. Üçüncü önemli araştırma ise 1980 ve 1990'larda Pensilvanya Üniversitesi'nde George Gebner'in gerçekleştirdiği ve kültürleme kuramı olarak bilinen araştırmalardır. Araştırma sonuçlarına göre, televizyon bireyleri farklı biçimde etkilemektedir. Az, orta ve yoğun izleyiciler olarak üç grup oluşturulmuştur. Etki televizyon izleme alışkanlıklarına göre değişmektedir. Televizyonda sunulan hayat, gerçeklikle benzerlikler taşımaktadır. Örneğin televizyonu yoğun bir biçimde izleyenler, televizyonu az izleyenlere oranla polis otoritesini daha fazla desteklemektedir; çünkü onlara göre dünya güvenli bir yer değildir. Erkek egemen söylem birçok televizyon programında görülmektedir. Sonuç olarak yoğun televizyon izleyicisi kadınların hizmet eden bir karaktere sahip olmaları gerektiğine inanarak, çocuk büyüten ve ev işleri ile ilgilenen kadınların daha mutlu olduğunu savunmaktadır. Kullanımlar ve doyumlar kuramına göre ise televizyon şu işlevlere sahiptir:

- Enformasyon, bilgi edinme ve uzlaşım elde etme isteği,
- Duygusal ve zevke dayalı ihtiyaçların karşılanması,

- Güven ve güvenilirliğin güçlenmesi gibi kişisel ihtiyaçlar,
- Aile ve arkadaşlarla irtibat kurma gibi sosyal ihtiyaçlar,
- Oyalanma, kaçış gibi rahatlama ihtiyaçları

Tablo 6.3: Televizyon Zaman Çizelgesi

1923	Zworykin iconoskop'u icat etti
1927	Fransforth ilk tlevizyon patentini aldı
1939	New York Dünya Fuarı'nda, Sarnoff ticari televizyonu tanıttı
1950	Nielsen şirketi ilk televizyon izleme ölçümünü yaptı
1966	ABD'de büyük televizyon şebekeleri tamamen renkli yayına geçti
1967	Ankara'da deneme yayınları başladı
1977	VCR (Video) tanıtıldı
1981	Ev kayıt cihazları çıktı
1989	Türkiye'de ilk özel televizyon kanalı yayına başladı
1996	DVD tanıtıldı
1998	İlk sayısal televizyon yayını

Kaynak: Baran (2009:232-233); Erdoğan ve Kormaz (2002:29)

İnternet

İnternet, çağımızın büyümlü teknolojisi. Her geçen gün gündelik yaşamımızda daha fazla yer kaplıyor ve bizim bu teknolojiye olan bağımlılığımız artıyor. Son birkaç yıldır internet hizmetlerinden mobil olarak da yararlanmaya başladık ve internet bizi daha fazla kuşatmaya başladı. İnternetin nasıl geliştiğine geçmeden önce, bilgisayarlar nasıl ortaya çıktı sorusunun cevaplarını arayalım.

İlk bilgisayar, aslında, bir hesap makinesiydi. 17. yüzyılda Fransız felsefeci ve matematikçi Blaise Pascal, bilgisayar teknolojisinin önünü açtı. 19. yüzyılda İngiliz Charles Babbage, buhar enerjisi ile çalışan bir bilgisayar geliştirdi. Bu makine bir futbol sahası büyüklüğündeydi; karmaşık matematik işlemlerini, çağının koşullarına göre son derece hızlı yapabiliyordu. Amerika'da Herbert Hollerith, 1880 nüfus sayımı için toplanan verileri işleyen bir makine yapması; 1940 yılında Howard Ailen'in sayısal bilgisayarı icad etmesi, bilgisayar tarihinin önemli dönüm noktaları oldu. 1950'li yıllarda transistör, bilgisayarları daha küçük, daha ucuz ve bakımı daha kolay yapılan makineler haline getirdi. 1970'lerde kişisel bilgisayarlar, kelime işlemci, finans yönetimi ve oyun oynamak için kullanıldı. İlerleyen yıllarda donanım ve yazılım endüstrilerindeki gelişmeler bilgisayarların iletişim işlev ve yeteneklerini genişletti. 1990'lı yıllarla birlikte bilgisayarlar yaşamımızın önemli aracı haline geldi.

1960'lı yıllarda kitle iletişiminin nasıl bir hal alacağını gören Marshall McLuhan "küresel köy" tanımlamasını yapmıştır.

İletişim araç ve tekniklerinin gelişmesiyle dünya bir köy kadar küçülecektir. Buna bağlı olarak üretim sistem ve araçları da yeniden düzenlenecektir. Bacalı sanayi üretiminden videoya (görsel) dayalı bir üretim biçimi oluşacaktır. Burada önemli olan durum klasik üretim ve pazarlama, enformasyon ekonomilerine doğru bir kayış gösterecektir. Video bağlantılı teknolojiler böyle bir değişikliğin kritik araçlarıdır. Bazı video bağlantılı teknolojilerin nihai eyleşimsel doğası, gelecek yüzyılın başat sağ yarı küresel sosyal şablonlarını üretecektir. Örneğin, yalnızca her tür veriyi ışık hızıyla taşımaya adanmış olan yeni çoğul taşıyıcılı tele işlem şirketi, devamlı veri tabanı sayesinde, önceden tercihlerin sinyalinin vermiş bireysel tüketiciler için, sürekli olarak, siparişe uygun ürünler ve hizmetler üretecektir. Kullanıcılar aynı zamanda hem üretici hem de tüketici haline gelecektir.

McLuhan' dan yola çıkarak internet bilgisayar şebekelerinin, şebekesidir. Kişisel bilgisayarımızdan, dünyadaki tüm bilgisayarları, büyük bir bilgisayarda birleştiren sistemi çalıştırdığımızı düşünebiliriz. İnternetin gelişimi, o zamanki adıyla Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliğinin 1957 yılında ilk insanlı uzay aracı Sputnik'i göndermesine dayanır. Büyük bir rekabet içinde oldukları Amerika Birleşik Devleti tarafından bu durum bir yenilgi olarak kabul edilir ve bir hamle yapılmasına karar verilir. Bu hamle İleri Araştırma Projeleri Ajansı (Advanced Research Project Agency)'nın kurulmasıdır. ARPA NET buradan doğmuştur. ARPA NET internet protokollerine bağlı olarak çalışan bir ağıdır. Diğer önemli gelişme ise Avrupa'dan gelir. Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi (CERN)'de gerçekleştirilen "World wide web (www)" teknolojisidir. Bu sistem ise hypertext transfer protocols (http) üzerinden dosyaların bir yerden bir başka yere iletilmesine dayanmaktadır. Bu noktada başka bir önemli kuramcıya Manuel Castells'e gitmemiz gerekiyor. Castells "ağ toplumu" kavramıyla internet teknolojisinin toplum içinde nasıl bir yere sahip olacağını belirlemiştir. Yukarıda anlattıklarımızla paralel olarak, Castells'e göre ağ toplumu aşağıdaki gibidir:

1990'ların sonunda internetin iletişim gücü telekomünikasyon ve bilgisayar alanındaki gelişmelerle birlikte, merkezsiz, ayrık mikrobilgisayar ile (günümüzde kullandığımız masaüstü ve dizüstü bilgisayarlar) ana çevrelerden çok değişik formatlarda ortaya çıkan birbiriyle bağlantılı bilgi işlem aygıtları sayesinde bilgisayarlaşmanın yaygınlaşmasına doğru başka bir teknolojik değişikliğe yol açtı. Bu yeni teknolojik sistemde bilgisayarın gücü, ortak internet protokollerinin kullanan mega sunuculara erişim kapasitesine sahip ağ sunucuları tarafından örgütlenmiş iletişim içindeki bir ağa dağılmıştır. Kullanıcılar evde, işte, alışverişte, eğlence mekanlarında, ulaşım araçlarında her yerde hazır ve nazır, hayatın tüm alanlarına yayılmış, tek amaçlı, uzmanlaşmış aygıtlarla ağa bağlanabiliyorlar. Çoğu taşınabilir olan bu aygıtlar (örneğin yeni nesil cep telefonları) kendilerine ait bir iletişim sistemine gerek olmaksızın aralarında iletişim kurabiliyorlar (örneğin günümüzde kullanılan bluetooth teknolojisi)... Web siteleri birbirleriyle iletişim kurabiliyor. Evrensel bir bilgisayar ağına bağlanmak için gerekli yazılımı taşıyorlar.

İnternet, geleneksel medyadan farklı bir kitle iletişim endüstrisi oluşturmuştur. Süreç içerisindeki parçaların tanımı değişerek, ilişkiler değişmiştir. Örneğin geleneksel kitle iletişim sürecinde yer alan hiyerarşik bir kuruluşa dayalı olan kaynak unsuru değişmiştir. İnternet ile birlikte tek bir kişi büyük bir kitle ile iletişime geçebilir ya da dünyanın farklı ülkelerinde yaşayan kullanıcılar ortak bir televizyon programı hazırlayabilir. Hayatımızın her alanında etkili olan internet ile ilgili tartışmalar genel olarak olumlu ve olumsuz etkiler üzerine yapılmaktadır. Bu tartışmaların ana noktalarını özetleyelim:

Gözetim: Bilgisayara bağlı olan internet sistemi, geleneksel medyada gerçekleşen gözetim tanımını değiştirmiştir. Herhangi bir olay gerçekleştiğinde, bu olayın tarafları, ya da olayı yaşayan insanlar herkesin okuması için mesajlarını, görüntülerini ve yorumlarını internet üzerinden yayınlama şansına sahiptir. Geleneksel medyada olduğu gibi, neyin haberleştirileceğine ve neyin nasıl sunulması gerektiğine karar veren bir editör yoktur. Haber oluştuğunda haberin yayılmasını sağlayanlar kullanıcılar olmuştur.

Daha Az Eşik Bekçisi: Kitle iletişimini incelerken, medya kuruluşlarında görev yapan eşikbekçilerinden söz etmiştik. Onlar, haber ile izleyici arasına giren insanlardı. Bizler olayları onların gözünden öğrenip, yorumluyorduk. İstenmeyen malzemeyi sistem dışında tutan eşikbekçilerinin internet ile azalması bazı görüşlere göre olumludur; olaylar sansürsüzce verilmektedir, bazı görüşlere göre ise olumsuzdur; yanlış bilginin serbestçe insanlar arasında dolaşmasına neden olmaktadır.

İfade Özgürlüğü: İnternetin doğası beraberinde ifade özgürlüğünü getirmektedir. İnternetin merkezi bir konuma sahip olmaması, açma kapama düğmesinin bulunmaması, internet üzerindeki denetimi ve kontrolü zorlaştırmaktadır. Aynı zamanda internet kullanıcılarının anonimliği (anonymity) ifade özgürlüğü açısından büyük bir güvence olarak görülmektedir; suskun kalma ihtimali olan kitlenin sesi olarak kabul edilir.

Telif Hakkı: Telif hakkı bir ürünü yaratan, yaratıcıların, o ürün üzerindeki maddi haklarının korunmasıdır. İnternet tartışmalarının merkezinde bu hakkın kullanıcılar tarafından ihlal edildiği konusu bulunmaktadır.

Mahremiyet: Geleneksel kitle medyasında mahremiyet belirli ölçütler içine alınmıştır. Köklü bir gelenekten geldiği için deneyim ve birikim insanların mahremiyetleri ile ilgili bazı problemleri ortadan kaldırmıştır. Geleneksel kitle iletişim medyasında da halen mahremiyet ile ilgili tartışmalar devam etmektedir. Örneğin tecavüze uğrayan kişilerin kimlikleri açıklanabilir mi gibi. İnternet le birlikte bu sorunlar devam ederken, yenileri de sürece dahil olmuştur. Özel kalmasını istediğimiz bir iletişim faaliyetinin gizliliği nasıl güvence altına alınacak? Kendi isteğimizle sisteme girdiğimiz bilgilerimizin (elektronik posta hesabımızın şifresi ya da kredi kartımıza ilişkin bilgiler) gizliliği nasıl korunacak.

Tablo 6.4: Bilgisayar/İnternet Zaman Çizelgesi

1642	Pascal hesap makinesini yaptı
1885	Babbage bilgisayarı tasarladı
1946	Neumann bilgisayar parçalarını anlatan yazısını yazdı
1951	İlk ticari Bilgisayar: UNIVAC
1953	IBM Model 650'yi yaptı
1969	ARPA NET
1977	Jobs ve Wozniak Apple II'yi geliştirdi
1990	http geliştirildi
2004	Kablosuz ağ erişimi

Kaynak: Baran (2009:298-299); Erdoğan ve Kormaz (2002:30)

Kitle İletişim Araçlarının Özellikleri ve İşlevleri

Buraya kadar kitle iletişimi ve kitle iletişim araçlarının ayrıntılarını inceledik. Kitle iletişimi araçlarının her birini incelerken onların teknik altyapısına, işlev ve toplumsal etkilerine de baktık. Şimdi kitle iletişim araçlarının genel özelliklerini ve işlevlerini sıralarken, gündem koyma ve saptama işlevinin ayrıntılarına bakalım.

Kitle İletişimi ve Kitle İletişim Araçlarının Özellikleri

- İzleyici kitle geniştir; sadece belirli bir gruba değil, yerel, bölgesel, ulusal, uluslararası topluluklara seslenir.
- İzleyici kitle çeşitli toplumsal kümelerden gelen değişik niteliklere sahip insanlardan oluşan bir topluluktur.
- Kitle iletişimi kamusaldir; içeriği herkese açıktır, üyelik esasına göre işlemez.
- Kitle iletişim araçları kaynaktan uzakta bulunan, birbirlerinden de ayrı olarak konumlanmış çok sayıda insanla aynı anda ilişki kurabilir. Aynı andalık özelliği, coğrafi sınırları aşar.
- Kitle iletişimi karmaşık biçimsel kurumları gerektirir; kamusal ve tecimsel yayın (özel kuruluşlar) kuruluşlarının düzenlenişinde toplumsal ve siyasi yapı gözetici ve belirleyicidir.
- İletişimciyle izleyici kitle arasındaki ilişki kitlenin kişisel tanıklığı olmayan profesyonel iletişimci rolündeki kişiler aracılığıyla kurulur; gazeteci, reklamcı, editör, programcı, yapımcı gibi yayın mutfağında olan ve iletişim bilgilerini iletilebilir mesajlara dönüştüren karar vericiler, izleyici kitle tarafından tanınmadığı gibi sunucuların görünen kimlikleri ile gerçek kimlikleri arasında da farklılıklar vardır.
- Kitle iletişiminde, iletişim geri döndürülmesi olanaksız bir biçimde tek yönlüdür ve izleyici kitlenin anında cevap verme olasılığı fiilen dışlanmaktadır; araçların doğaları karşılıklığa izin verecek şekilde planlanabileceği halde, bu akan iletişimin denetlenebilirliği ortadan kalkacağı için dışlanır. Okuyucu mektupları, stüdyo katılımcıları, görüş beyan etmeler kitle iletişim sahnesine karar vericilerin düzenlemesiyle alınır.

- Kitle iletişim araçlarının ürünleri fiziksel ve parasal anlamda halkın çoğunluğu için kolayca elde edilebilir ürünlerdir; ancak elde edilebilirlik her zaman tam bir benimsenme değildir. Halkın ne istediği ile ilgili ihtiyaç araştırmaları, ölçümler kısa dönemde bir talep profili çıkartabilir; ancak kitle iletişiminde dolaşan mesajların halkı tam anlamıyla yansıttığı söylenemez

Kitle İletişim Araçlarının İşlevleri

Kitle iletişim araçlarının işlevleri aşağıdaki gibi özetlenebilir

1. **Toplumun ufkunu gözetler:** Kitle iletişim araçları topluma bilmediği, gitmediği, görmediği yerler hakkında bilgi vererek, dolaysız yaşam ile gelişen insan bilgisinin dolaylı yaşam deneyimleri ile gelişmesini sağlar. Böylelikle, ülkeyi dış dünyaya bağlar. Ulusal pazarları genişletir. Akrabalık bağları gibi Orta Çağ ilişkileri içinde ve küçük gruplar halinde yaşayan insanların **Büyük Toplum**'a geçmelerine olanak verir. Toplumun ise geleneksel toplum yapısından modern toplum yapısına geçmesini sağlar.
2. **Dikkati Odaklaştırır:** Toplumdaki tehlikeler, olanaklar ve olaylar hakkında farklı kaynaklara kulak veren geleneksel toplumun kitle iletişim araçlarına yöneltilmesini sağlar. Ulusal kalkınma ve modernleşme gibi konular üzerine odaklanan bir kamuoyu yaratabilir. Bu konuda bireylerarası ve sözel nitelikteki az gelişmiş ülke iletişim alışkanlıkları yöneten etkilerini manipüle edebilir. Toplumdaki olayların hangisinin önemli, hangisinin iyi, hangisinin kötü olduğunu, hangisinin halka duyurulması gerektiğine karar verir.

Kitle iletişim araçları halkın yenileşmeden yana yeni tutumlar kazanmalarını sağlayarak yeni fikirlere, yeni mallara, yeni bir hayat tarzına karşı istek duymasına yol açar. Bu ise ulusal kalkınmaya yardım edebilir. Ekonomik bakımdan gelişmiş ülkelerdeki araçları ve hayatı göstererek, uzak ülkelerdeki gelişmeleri tanıtarak, dünyanın çeşitli ülkelerindeki siyasal, ekonomik, sosyal ve kültürel hayata ait bilgiler vererek gelişmekte olan ülke halkının kendi pratikleri ve gelenekleri üzerinde değişik bir yönden düşünmesini sağlar, değişik bir entelektüel iklim yaratır. Böyle bir iklim içinde ise, toplum geleneksel yapısındaki bazı kurumları atar, bunların yerine yenilerini geliştirir. Bu yolla insanlar arasındaki ilişkiler kolaylaşır, toplum daha etkin sosyal ilişkiler kurmaya başlar. Kitle iletişim araçlarıyla öğretilmek ve yaygınlaştırılmak istenen yenilikler hangi koşullar altında toplum tarafından kabul görmektedir?

- a. Kitle içerisindeki bireylerin daha önceden modern oryantasyondan geçirilmiş olmaları gerekmektedir
- b. Bireylerin yenilikleri kabul edebilmesi, içinde buldukları sosyal sistemin yeniliklerle ilgili normlarına bağlıdır
- c. Yenilikleri savunan mesajı almada bireyler kişisel olmayan iletişim yollarını kullanmakta, yeniliği kabul etmeden önce ise bu mesajı değerlendirirken kişisel iletişim yollarına başvurmaktadır
- d. İletişimdeki kozmopolit kaynakların da etkisi olmaktadır. Birey nereden duyarsa duysun yenilikçi mesajın içeriğini öğrenmekte ve aklında tutabilmektedir. Ancak bu mesajın değerlendirilmesinde yerel bilgi kaynaklarına danışmakta ve bunlara güvenmektedir
- e. Savunulan yenilikleri varlıklılar, yüksek sosyal statüde olanlar, yoksul, okumamış kişilerden önce kabul etmektedirler.
- f. Yenilikleri ilk kabul eden zenginler mesajı almakta ve değerlendirmekte, mesajı kendi başlarına dinledikleri, algıladıkları, değerlendirdikleri halde fakir ve düşük sosyal statüde olanları etkileyenler dolaysız yayınlar değil, diğer kişilerdir.
- g. Yenilikleri geç kabul eden ve uygulayabilen fakir, fikren uyanma olanağı bulamamış ve düşük sosyal statülü insanlar üzerinde çok daha yoğun bir grup baskısı olduğu halde varlıklı ve üst sosyal statü sahiplerinde grup baskısı daha az olmaktadır
- h. Yeniliğin kabulü ve uygulanabilmesi bir davranış değişikliği biçiminde ve bir sosyal durum içinde olmaktadır. Bireyler içinde buldukları sosyal sisteme göre bu davranışlarını biçimlendirmekte; bu biçimlenme normatif bir düzenleme niteliğinde olmaktadır. Normatif düzenleme de ise, her birey konumsal alan içinde önemli kişiler ya da danışma grupları diyebileceğimiz yakın çevrelerindeki insanların etkisi altında kalmaktadırlar.

- i. Bireyler herhangi bir yeniliği savunan mesajı aldıklarında, algıladıkları yenilikçi bilgi ya da fikir yönünde bir davranış değişikliğinde bulunabilmek için bütün bu engelleri aşmak ve bunun içinde bir çaba göstermek zorundadırlar. Alacakları son kararın niteliği ise bireyin içinde bulunduğu sosyal duruma ve konuma; bu açıdan ödeyeceği maliyete bağlı olmaktadır
- j. Bireylerin alacakları son kararın bireyin içinde bulunduğu sosyal duruma bağlı olmasının nedeni ise, bireylerin yeniliklerle ilgili kararların sadece bu yeniliklerin sağlayacağı yarara göre değil, fakat önerilen yeniliği kabul etmeleri veya etmemeleri durumunda o günkü durumda kişisel huzurlarının ve güvenliklerinin artıp artmayacağına göre olmaktadır.

Gündem Koyma ve Saptama İşlevi

Kitle iletişim araçlarının en önemli etkisi kendisini gündem koyma ve saptama işlevinde göstermektedir. Kitle iletişim araçları toplumları üzerinde yüzde yüz etkiye sahiptir; her şey kitle iletişim araçlarının söylediği ve belirlediği biçimde gerçekleşir diyemeyiz. Yapılan araştırmalar göstermiştir ki, kitle iletişim araçları yüzde yüz olmasa da toplumları çok büyük oranda etkiler ve bireylerin bilinçlerinin şekillenmesinde, tutum ve davranış geliştirmelerinde, gerektiğinde yeni tutumları ve davranış biçimlerini, düşünce biçimlerini oluşturmalarında önemli bir paya sahiptir. Daha önce de belirttiğimiz gibi içinde yaşadığımız toplumda ya da dış dünyada meydana gelen olayları bire bir kendi kaynağından alabilme ihtimalimiz neredeyse yoktur. Bu nedenle biz bu haberleri kitle iletişim araçlarından almaktayız. Bunun anlamı şudur: Kitle iletişim araçlarının filtrelerinden geçmiş, rafineleştirilmiş haberleri öğrenebilmekteyiz. Haber medyası bize her şeyi anlatmaz, gerçeği olduğu gibi tamamıyla sunmaz. Gerçek dünya ile haber medyasının sunduğu dünya arasında bir farklılık var mıdır? Gerçeğin ilk elden elde edilememesi, insanları basın tarafından oluşturulan sahte çevre ile gerçek arasında bir seçim yapma zorunluluğu içinde bırakır. Başka bir deyişle insanlar medya tarafından gerçeğin toplumsal yorumuna karşılık vermek zorundadırlar.

Gündem koyma ve saptama etkisi üzerine yapılan ilk bilimsel çalışma McCombs ve Shaw'ın Chapel Hill kasabasında 1968 ABD başkanlık seçimleri üzerine yaptıkları ve 1972 yılında yayınladıkları çalışmadır. McCombs ve Shaw seçimlerden önce kararsızlar üzerinde çalışmalarını sürdürdüler. Kararsızların seçilmesinin nedeni, onların, gündem koyma ve saptama etkisine daha açık olduklarının düşünülmesidir. Araştırmacılar 5 gazete, 2 dergi, ve 2 televizyon kanalının haber bültenlerinin içerik çözümlemelerini yaptılar. Araştırmaya katılan kararsızlara ülkelerinin en önemli sorunlarını sordular ve araştırmaları için 15 kategori oluşturdular. Haber medyası da seçimler öncesi bu 15 kategori üzerine yoğunlaşmışlardı. Yer alan sorunları major ve minor olmak üzere iki kategori üzerinde değerlendirdiler. Major konulara ilgi ile bu konuların haber medyasında yer alması arasında .967'lik bir korelasyon saptadılar. Minor konulardaki bu korelasyon .979 olarak saptandı. Bu araştırmanın sonucunda medya tarafından oluşturulan farklı seçim kampanya unsurları ile araştırmaya katılanların önem verdikleri unsurlar arasında güçlü bir ilişki olduğu ortaya konulmuş oldu. Bu araştırmanın sonucunda kamuoyunun önem verdiği, kendi gündeminde ön plana çıkarttığı ve bu sayede çevresini tanımlamakta kullandığı olaylar ve konular, gerçekte medyanın oluşturduğu gündem olduğunu belirtmişlerdir. Medya hangi konu ya da olaya ne kadar yer veya zaman veriyse bu konulara kamuoyunun ilgisi o derece artmaktadır. Kısacası kamuoyunun gündemini, medyanın gündemi oluşturmaktadır.

McCombs ve Shaw'dan önce de bazı kişiler gündem koyma ve saptama işlevine çok yakın düşünceler geliştirdiler. Norton Lang, 1958 yılındaki makalesinde gazete bir anlamda gündem sınırlarını oluşturmada birincil harekete geçirici etmendir düşüncesini savunmuştur. İnsanların çoğunun ne hakkında konuşacağına, çoğunluğun gerçekleri ne olarak düşüneceğine, bir çok insanın problemlerle mücadelelerinde kullanacakları yöntemin ne olacağına karar vermelerinde gazetenin en büyük paya sahip olduğunu belirtmektedir. Kurt Lang ve Gladys Engel Lang'a göre kitle iletişim araçları dikkatleri belirlenmiş konulara çeker, politik figürlerin kamuoyunun gözündeki imajlarını inşa eder. Toplum içindeki bireylerin ne hakkında düşünecekleri, neyi bilmeleri gerektiğini ve tavsiye eden nesnelere sunmaktadırlar. Cohen ise, kitle iletişim araçları, ne düşüneceğimizi değil, okuyucuların nasıl düşünmeleri gerektiği konusunda başarı sahibidirler demektedir

Gündem koyma ve saptama etkisine bazı faktörler etki etmektedir. Kişilerin eğitim düzeyleri, sosyal, siyasal ve ekonomik olaylara ilgi düzeyleri, diğer iletişim araçları arasındaki bilgi kaynakları, gündem

koyma ve saptama etkisi üzerinde önemli unsurlardır. Yüksek eğitim almış kişilerde işlevin etkisinin az olmasının nedeni, bu kişilerin, siyasal bilince sahip olmalarıdır. Siyasi haberlere yönelimleri daha az olduğundan, medya gündeminden daha az etkilenmektedirler. Bilgi kaynaklarının az olduğu konularda gündem koyma ve saptama işlevinin etkisi daha fazla olmaktadır. Gündelik hayatta rastlanan ve tüm toplumu ilgilendiren olaylarda ise bu etki azalacaktır

Gündem koyma ve saptama işlevine ilişkin oluşturulan ikinci model ise Rogers ve Dearing'in geliştirdikleri "farka dayalı gündem koyma ve saptama modelidir". Rogers ve Dearing, kitle iletişim araçlarının içeriğini, kitle iletişim araçlarının gündemi, kamunun gündemi ve siyasal gündem olarak üç kategoride incelemişlerdir. Rogers ve Dearing'in araştırmaları sonucu elde edilen bilgiler aşağıda sunulmaktadır:

- Kitle iletişim araçları kamu gündemine çektiği dikkat ile kitle iletişim otoritesi tarafından belirlenir.
- Kamu gündemi, politikacılar seçmenlerin ne istediklerine cevap aradıkça, siyasal gündemden etkilenmektedir.
- Kitle iletişim araçları gündeminin ayrıca siyasa gündeminde bağımsız, doğrudan etkisi vardır. Çünkü politikacılar tarafından kamuoyuna rehber olacak şekilde kullanılır.
- Bazı konularda siyasal gündemin Kitle iletişim araçları gündemi etkisi üzerinde dolaysız ve kuvvetli etkisi vardır.

Bu model, kitle iletişim araçlarının, kamunun ve siyasal yapıyı oluşturan elitlerin önemli olaylar söz konusu olduğunda az çok aynı çerçeveyi paylaştığını, bu üç dünyanın her birinin kişisel ilişkiler ağı ile birleştirildiği ve nüfuz ettiği, kişisel deneyimlerden etkilenildiğini ortaya koymaktadır. Atabek ve Dağtaş'a göre kitle iletişim araçları gündemi, kamu gündemi ve politika gündemine bazı diğer faktörler de etkide bulunmaktadır. Bu faktörle aşağıdaki gibidir:

1. Medya Gündemi,
 - a. Haber medyasının çalışanlarının kullanacakları önemli haberlerin gündemi diğer önde gelen kitle iletişim araçlarının etkisi altında oluşmaktadır
 - b. Gerçek yaşamda meydana gelen ve gündem maddesi olacak kadar önemli olaylar da medya gündeminin oluşmasına etki eder
 - c. Kitle iletişim araçları çalışanlarının kişisel deneyimleri ve yakın çevrelerinde yer alan kişiler de girdikleri ilişkiler de gündemin belirlenmesi üzerinde etki sahibidir.
2. Kamu gündemi,
 - a. Medya gündemi
 - b. Kamuyu oluşturan bireylerin kişisel birikimleri ve kişisel ilişkileri
 - c. Doğrudan deneyimle öğrendikleri ile gerçek hayatta oluşan olaylar etkilemektedir.
3. Politika gündemi,
 - a. Gerçek yaşamda ortaya çıkan gelişmeler sonucu sorun olarak ortaya çıkan ve çözüm bekleyen konular
 - b. Kamunun politikacılardan beklentileri
 - c. Medyanın politikacıların çalışmalarını yakından takip etmek istemeleri ve zaman zaman politikacıları etki altına almak istemeleri
 - d. Politikacıların birey olarak içinde buldukları çevrelerinde oluşan sorunları çözme doğrultusunda sahip oldukları düşünceler etkili olmaktadır.

Medyanın kamu üzerinde etkili olduğu savı yukarıda anılan araştırmacılar tarafından ortaya konmuştur. Medya, istedik konular üzerinde, kendi ideolojik çerçeveleri bünyesinde kamuoyu oluşturmak istemektedir. Onların bağlı olduğu ilişkiler ve çoğunlukla hayatta kalma mücadeleleri bunu oluşturmaktadır. Medyanın kamuoyu oluşturmadaki etkisi, kamunun gündeminin medya gündemiyle paralellik göstermesinde ortaya çıkmaktadır.

Özet

Kitle kavramı, Sanayi Toplamları'nda ortaya çıkar. Bunun en önemli nedeni, Sanayi Devrimi ile birlikte üretim araç ve biçimlerinde meydana gelen köklü değişimdir. Bu değişim sadece üretim alanında kalmaz, toplumsal ilişkileri de değiştirir, yeniden düzenler. Dolayısıyla ortaya çıkan kitlenin yaşaması, yönetilmesi ve hayatın yeniden örgütlenebilmesi için, yeni bir iletişim biçimine ihtiyacı vardır.

Kitle iletişimi bir dizi icadın ortaya çıkması, dünyanın keşfedilmesi, yeni ihtiyaçların karşılanması gibi unsurların gelişmesiyle ortaya çıkmaktadır. I. ve II. Dünya Savaşları, kitle iletişiminin gelişmesinde önemli bir yere sahiptir. Telgrafın icadı ile köklü bir biçimde değişen iletişim biçimi, kitle iletişim araçları ile yeni bir boyut kazanmıştır.

Matbaanın icadı, basılı materyalin ortaya çıkmasından günümüzde kullandığımız teknolojik cihazlar kitle iletişim olgusunun önemini her gün bizlere kanıtlamaktadır. Marshall McLuhan'ın dediği gibi dünya bir köy kadar küçülmüştür.

Kitle iletişim araçları gitmediğimiz yerleri bize gösterir, şahit olamayacağımız olaylar hakkında bilgi edinmemizi sağlar, yeni tutum ve davranış biçimleri geliştirmemize neden olmakla beraber; dünyaya bakış açımızı değiştirir. Kitle iletişim araçları ile birlikte dünyayı anlamaya, yorumlamaya çalışıyor, toplumdaki yerimizi, rollerimizi öğreniyoruz.

Tüm bunlarla beraber kitle iletişim medyası, günlük sohbetlerimizden, yaşadığımız toplumu yorumlamamıza kadar bir çok noktada baş belirleyicimizdir. Medya hangi konuları önemser, hangi konuları tartışır, bireylerin de önemseydiği, tartıştığı konular o konulardır.

Kitle iletişim araçları, alış verişten, siyasi konulara, düşünce biçimlerinin oluşturulmasından, akşam ne pişirelime kadar gündelik yaşamımızın içinde yer almaktadır.

Kendimizi Sınayalım

1. Kitle kavramının belirleyici unsuru aşağıdakilerden hangisidir?

- a. Gazeteler
- b. Tarım araçlarının gelişmesi
- c. Sanayi Devrimi
- d. İnternet
- e. Ağ

2. Kitle toplumu kavramını ilk kez ortaya atan düşünür aşağıdakilerden hangisidir?

- a. Emile Durkheim
- b. Alexis de Tocqueville
- c. Ferdinand Tonnies
- d. Sigmund Freud
- e. Manuel Castells

3. Gemeinschaft kavramının karşılığı aşağıdakilerden hangisidir?

- a. Aile
- b. Toplum
- c. Uygarlık
- d. Cemaat
- e. Birey

4. Aşağıdakilerden hangisi kitle toplumunu oluşturan sebeplerden biri **değildir**?

- a. Karar alma mekanizmasının merkezileşmesi
- b. Biçimsel eşitliğin sağlanması
- c. Nüfusun şehirlerde yoğunlaşması
- d. Kapitalist işbölümünün gelişmesi
- e. Sabanın icadı

5. Modern Avrupa'nın oluşmasında basılı medyanın etkisine vurgu yapan düşünür aşağıdakilerden hangisidir?

- a. Jurgen Habermas
- b. Marshall McLuhan
- c. Harold Innis
- d. Manuel Castells
- e. Erich Fromm

6. Aşağıdakilerden hangisi kitle iletişimine maruz kalan kitlenin ortak özelliklerinden biri **değildir**?

- a. Özdeş olmayan
- b. Anonim
- c. Birbirinden ayrı
- d. Aralarında sıkı bağlar bulunmayan
- e. Aralarında sıkı bağlar bulunan

7. Roma İmparatorluğu'nda senato kararlarının da yazılarak şehir meydanına asılan ve gazetenin öncülü olarak kabul edilen tablet aşağıdakilerden hangisidir?

- a. Corihintas
- b. River Plate
- c. Acta Duirna
- d. Corantas
- e. Palmerias

8. Ceride-i Havadis hangi yılda ortaya çıkmıştır?

- a. 1840
- b. 1845
- c. 1900
- d. 1923
- e. 1925

9. Aşağıdaki şirketlerden hangisi ilk televizyon izleyicisi ölçümünü yapmıştır?

- a. Telefunken
- b. Sony
- c. Nielsen
- d. RCA
- e. Metro Goldwin Mayer

10. İlk internet ağı aşağıdakilerden hangisidir?

- a. CERN
- b. KDKA
- c. Super Speed
- d. UNIVAC
- e. ARPA NET

Kendimizi Sınavım Yanıt Anahtarı

1. **c** Yanıtınız yanlış ise “Kitle Kavramı ve Kitle Toplumu” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.
2. **b** Yanıtınız yanlış ise “Kitle Kavramı ve Kitle Toplumu” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.
3. **d** Yanıtınız yanlış ise “Kitle Kavramı ve Kitle Toplumu” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.
4. **e** Yanıtınız yanlış ise “Kitle Kavramı ve Kitle Toplumu” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.
5. **a** Yanıtınız yanlış ise “Kitle İletişimi” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.
6. **e** Yanıtınız yanlış ise “Kitle İletişimi” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.
7. **c** Yanıtınız yanlış ise “Kitle İletişim Araçları” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.
8. **a** Yanıtınız yanlış ise “Kitle İletişim Araçları” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.
9. **c** Yanıtınız yanlış ise “Kitle İletişim Araçları” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.
10. **e** Yanıtınız yanlış ise “Kitle İletişim Araçları” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Tarımın makineleşmesiyle kırsal yaşamda boş çıkan iş gücü oluşmuştur. Örneğin bir tarlada 10 kişi çalışıyorsa, tarla sahibi traktör aldığı anda bu sayı 7'ye inebilir. Bu nedenle insanlar kırsaldan, fabrikaların bulunduğu şehirlere gelmişlerdir.

Sıra Sizde 2

Sanayi üretimi sadece birbirini tanıyan, aralarında kan bağı olan akrabalığa dayalı üretim biçimleriyle yerine getirilemeyecek kadar büyük ve karmaşıktır. Bu nedenle birbirini tanımayan çok fazla ayda insanın üretim faaliyetlerinin içinde er alması gerekir.






Yararlanılan Kaynaklar

- Agrawal, N. (2007). **Theories of Communication and Mass Media**. Jaipur: Book Enclave.
- Alemdar, K. ve Kaya, R. (1983). **Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar**. Ankara: Savaş.
- Atabek, N. ve Dağtaş, E. (1998). **Kamuoyu ve İletişim**. Eskişehir: Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı.
- Baran, S. (2009). **Introduction to Mass Communication. Media, Literacy and Culture**. Updated 5th Edition. New York: McGraw-Hill.
- Bharti, S. (2008). **Mass Communication and Society**. Jaipur: Aavishkar
- DeFluer, M. L. (1980). **Understanding Mass Communication**. Boston: Houghton Mifflin.
- Dominick, J. R. (2009). **Dynamics of Mass Communication**. 6th Edition. New York: McGraw-Hill.
- Erdoğan, İ ve Alemdar, K. (2002). **Öteki Kuram**. Ankara: Erk.
- Gasset, J.O.Y. (2011). **Kitlelerin Ayaklanması**. Çev.: N.G. Işık. İstanbul: İş Bankası.
- Geray, H. (2002). **İletişim ve Teknoloji**. Ankara: Ütopya.
- Harper, C. (2002). **The Mass Media**. Boston: Houghton Mifflin.
- McLuhan, M. ve Pivers, B. R. (2001). **Global Köy. 21. yüzyıl yaşamında ve medyada meydana gelecek dönüşümler**. Çev. B. Ö. Düzgören. İstanbul: Scala.
- McQuail, D. ve Windhal, S. **Kitle İletişim Modelleri**. Çev. K. Yumlu. Ankara: İmge.
- Oskay, Ü. (1992). **İletişimin ABC'si**. İstanbul: Simavi.
- Oskay, Ü. (1978). **Toplumsal Gelişmede Radyo ve Televizyon**. Ankara: AÜSBF: 410
- Ross, K. and Nigthingale, V. (2003). **Media and Audiences**. New Perspectives. Berkshire: McGraw-Hill.
- Severin, W. J and Tankard, W. Jr. (1998). **Communication Theories: Origins, Methods, uses**. 2nd Edition. New York: Longman.
- Türkoğlu, N. (2004). **İletişim Biliminden Kültürel Çalışmalara Toplumsal İletişim. Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar**. İstanbul: Babil.
- Yumlu, K. (1990). **Kitle İletişim Araştırmaları**. İzmir.

7

Amaçlarımız

Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

-  Çevrimiçi iletişimi tanımlayabilecek,
-  İletişim kurmak için amaçlarınıza uygun çevrimiçi iletişim araçlarını seçebilecek,
-  Çevrimiçi iletişimin farklı alanlara olan etkilerini betimleyebilecek,
-  Çevrimiçi iletişim kurarken uyulması gereken kuralları sıralayabilecek,
-  Çevrimiçi iletişimi incelemede yararlanılan bakış açılarını karşılaştırabilecek

bilgi ve becerilere sahip olabilirsiniz.

Anahtar Kavramlar

- | | |
|--|---|
|  Çevrimiçi İletişim |  Eşzamanlı İletişim |
|  Sanal Topluluklar |  Eşzamansız İletişim |
|  İnternet Bağımlılığı |  Netetik |

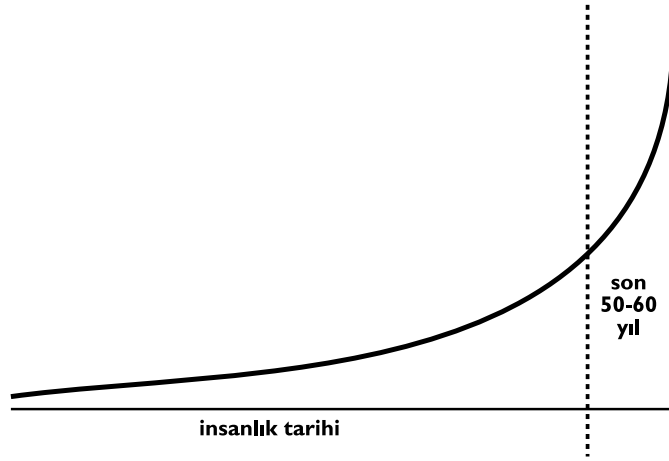
İçindekiler

- ❖ Giriş
- ❖ Çevrimiçi İletişim Nedir?
- ❖ Nasıl Çevrimiçi İletişim Kurarız?
- ❖ Çevrimiçi İletişim Hayatımızı Nasıl Etkiliyor?
- ❖ Çevrimiçi İletişim Kurarken Nelere Dikkat Etmeliyiz?
- ❖ Çevrimiçi İletişim Nasıl İncelenmiştir?

Çevrimiçi İletişim

GİRİŞ

‘Değişmeyen tek şey değişimdir!’ sık duyduğumuz, hatta televizyon reklamlarında da kullanılan bir deyiştir. İnsanlık tarihi sürekli bir değişim yaşamıştır. Ancak bu değişim özellikle 1960’lardan sonraki dönemde, daha önce hiç olmadığı kadar hızlı olmuştur. Bu hızı göstermek için aşağıdaki gibi bir grafik kullanılabilir. Değişimin hızını fark etmek için kendi hayatımızı düşünelim: Bundan on yıl önce (2000’lerin başında) Facebook’un ne olduğunu biliyor muydunuz? Ya da ‘Tweet atmak’ gibi bir deyim kullanıyor muydunuz? Ya da etrafınızda kaç kişi cep telefonu kullanıyordu? Kaç kişinin eposta hesabı vardı?



Şekil 7.1: İnsanlık tarihinde değişimin hızı

Eğer ‘değişmeyen tek şey değişimdir’ deyişine inanıyorsanız, diğer alanlarda olduğu gibi iletişim kurma biçimlerimizin de sürekli değiştiğini kabul ediyorsunuz demektir. Doğrusu da bu gerçeği kabul etmektir. Özellikle, konuşmak yerine cep telefonlarında mesajlaşanlar, o an yaptıklarını, seyrettiklerini, dinlediklerini paylaşanlar, günün en az bir ya da iki saatinde eposta okuyan ya da yazanlar, iletişim kurma biçimimizin değiştiğine kanıt olarak gösterilebilir. Kısaca artık başta bilgisayarlar olmak üzere farklı teknolojilerin günlük hayatımızın her alanında kullanılmaya başladığı 21. Yüzyılda, iletişim kurmak için de teknolojinin aracılığına ihtiyaç duyuyoruz. Şimdi bu yeni iletişim biçimini, bir başka deyişle çevrimiçi iletişimi, daha yakından tanıyalım.

ÇEVİRİMİÇİ İLETİŞİM NEDİR?

Önce kavramların anlamlarında ortaklaşalım: Bilgisayar ve benzeri teknolojiler yardımıyla insanların iletişim kurması olarak tanımlayabileceğimiz çevrimiçi iletişim için bilgisayar aracılığıyla iletişim (computer-mediated communications), sanal iletişim (virtual communication), İnternet iletişimi (Internet communication) ya da siber iletişim gibi farklı kavramlar kullanılmaktadır. Ancak bu ünite de 21. Yüzyılı daha iyi yansıttığı düşünülen çevrimiçi iletişim (online communications) kavramı benimsenmiş ve ünite boyunca yukarıdaki kavramlarla aynı anlamda kullanılmıştır.

Çevrimiçi iletişim, çeşitli küresel ya da yerel bilgisayarlararası ağları kullanarak, insanlara yer ve zaman sınırlıkları olmaksızın, ev ya da iş yerlerinden, birbirleriyle kolay iletişim kurma, görsel ve işitsel veri dosyalarını transfer etme olanağı sağlamakla birlikte, dünyada var olan herhangi bir veri bankasındaki bilgileri elde etmelerine yardımcı olan bir iletişim sistemidir. İki ya da daha fazla birey arasındaki iletişimin elektronik posta, video konferans ve haber panosu gibi iletişimi kolaylaştıran bilgisayar uygulamaları aracılığıyla gerçekleştirildiği iletişim biçimi olarak da tanımlanmaktadır (Barnes, 2004). Bu tür tanımlara literatürde sık rastlanmaktadır. Ortak noktaları dikkate alındığında çevrimiçi iletişimin, yalnız biçimiyle, bireylerin bilgisayar ve bilgisayar ağlarını kullanarak mesaj alış verişinde bulunmalarını ifade ettiği düşünülebilir. Aslında, uzaktan iletişim (telecommunication) sistemlerini kullanarak mesajların kodlanmasını, aktarımını ve kod açılmasını kolaylaştıran bir süreçtir.

Bilgisayarın bireylerarasında bir iletişim aracı olarak kullanılması düşüncesi ilk kez Licklider ve Taylor tarafından dile getirilmiştir. Taylor ve Licklider'in 1968'de yayınladıkları "bir iletişim aracı olarak bilgisayar" adlı makalede, insanların kısa bir süre sonra, makinalar aracılığıyla yüz yüze ortamlarda kurduklarından çok daha etkili bir şekilde iletişim kurabileceklerini dile getirmiş, bunun gerekçesi sıralanırken bilgisayarın, etkileşim ve eşzamanlı iletişim kurabilme özelliklerini vurgulamışlardır. Licklider ve Taylor, temelleri 1969 yılında ARPANET adıyla Amerika Birleşik Devletleri'nde atılan İnternette söz etmekteydiler. ARPANET, ülke savunmasında kullanılan bilgisayarların birbirine bağlı olmasını sağlamak amacıyla geliştirilmiş; iletişim ve paylaşımında sağladığı üstünlükler kısa sürede savunma dışında birçok alanda yaygınlaşmasına neden olmuştur. Böylece çok sayıda yerel ağ tüm dünyada kullanılmaya başlanmıştır. Kanada'da NETNORTH, Asya, Latin Amerika ve Avustralya'da ASIANET, Avrupa'da EARN, Amerika Birleşik Devletleri'nde BITNET bu ağlara örnek olarak verilebilir. Daha sonra tüm bu ağların birbiriyle iletişim kurmalarını kolaylaştırmak amacıyla İnternet ağ yapısı geliştirilmiştir. Bir başka deyişle, çevrimiçi iletişimi kolaylaştıran İnternet, aslında dünyadaki tüm ağları birbirine bağlayan bir ağıdır ve bu nedenle ağların ağı olarak da adlandırılır.

İnternet hayatımızın önemli bir parçası haline gelmiştir. Özellikle gençler o kadar yaygın kullanılmaktadırlar ki artık onlara (size) 'İnternet Nesli', 'Ağ Nesli' ve son yıllarda sıkça 'z kuşağı' gibi adlar takılmaktadır. Z kuşağı, en yaygın kabul gören tanımıyla, 1991 ve sonrasında (20. yüzyılın son on yılı ve sonrasında), çevrimiçi iletişimin içinde doğan ve bu tür iletişim sürecini, önceki X ve Y kuşaklarının (bizim) aksine doğal bir süreç olarak gören kuşaklardır. Önceki kuşaklar çevrimiçi iletişime uyum sağlamak zorunda kalmışlardır. Oysa Z kuşağı için uyum söz konusu değildir; onlar doğal olarak bu teknolojileri kullanılmaktadırlar. Bu nedenle bu kuşağa aynı zamanda 'Dijital Yerliler' de denmektedir. Önceki kuşaklar ise 'Dijital Göçmenler' olarak anılmaktadır. Bu kuşak İnternetin, bilgisayarların ve mobil cihazların olmadığı bir dünyayı bilmiyorlar. Büyük ölçüde çevrimiçi iletişim kurmaktalar; Twitter, Facebook ve YouTube gibi sosyal medyayı yoğun biçimde kullanmakta, burada duygu, görüş ve düşüncelerini paylaşmaktan çekinmemektedirler. Bireysel olarak tanışmamalarına rağmen internet aracılığıyla çok geniş kitleleri içeren çevrimiçi topluluklara üye olabilmekte, onlarla işbirliği yapabilmektedirler. Bu nesil çevrimiçi iletişimi en yoğun kullanan nesildir.

Newhagen ve Rafaeli (1996) çevrimiçi iletişimi diğer iletişim biçimlerinden ayıran temel özelliklerini; paket-değişim, çokluortam, etkileşim, eşzamanlılık ve bağlantılı metin (hypertextuality) şeklinde sıralamaktadırlar. Bu uzmanlara göre *paket-değişimi*, İnternet teknolojisiyle ilişkilidir. Telefon teknolojisinde mesajlar bir noktadan diğer noktaya bir paket halinde ve tek yol izleyerek ulaşmaktadır. Çevrimiçi ortamda ise gönderilen bir ileti ya da yayınlanan bir bilgi farklı bölümlere ayrılarak aynı ya da farklı ağlar aracılığıyla gönderilmektedir. Aslında bizim tek parça olarak aldığımız mesajlar İnternete bağlanırken kullandığımız İnternet Hizmet Sağlayıcının (ISP-İnternet Service Provider) bilgisayarında tek paket haline dönüştürüldükten sonra bize ulaşır. *Çokluortam* özelliği ise çevrimiçi ortamda ses (müzik, konuşma, diğer), hareketli ya da durağan görüntü (fotoğraf, çizim, grafik, video, animasyon) ve metin türü farklı ortamlarla mesajların iletilmesi anlamını taşımaktadır. *Etkileşim* ise çevrimiçi iletişimin en önemli üstünlüklerinden biri olarak gösterilmektedir. Çevrimiçi iletişim ile kullanıcıların farklı biçim ve derinlikte etkileşim kurmalarına imkân vermektedir. *Eşzamanlılık* ise aşağıda açıklanan çevrimiçinde eşzamanlı ya da eşzamansız etkileşim kurma ile ilişkilidir. Çevrimiçi iletişim, kullanıcılarının hepsinin aynı anda bir arada olmasını gerektiren bir etkileşimin yanı sıra aynı anda bir arada olmasalar da iletişim kurmalarına imkân sağlamaktadır. *Bağlantılı metin (hypertextuality)* özelliği çevrimiçi iletişimde

mesajlaşmanın ardışık olmak zorunda olmadığı, dallara ayrılan bir yapısı olduğunu vurgulamaktadır. Özellikle hazırlanan metinlerin içine yerleştirilen ve bağlantı (köprü, link ya da hyperlink) olarak adlandırılan yapılar, alıcı konumundaki bireylerin bir eposta mesajı içinden de farklı mesajlara ulaşmalarını sağlayabilmektedir.



Çevrimiçi iletişimi kendikelimeleriniz ile tanımlayınız. Tanım yaparken yukarıda verilen tanımlardaki ortak noktaları dikkate alınız.

Şimdi çevrimiçi nasıl iletişim kurabileceğimizi inceleyelim.

NASIL ÇEVİRİMİÇİ İLETİŞİM KURABİLİRİZ?

Daha önceki ünitelerde anlatılan iletişim sürecinden hatırlayabileceğiniz gibi, iletişimin gerçekleşebilmesi için bir iletişim kanalına ihtiyaç vardır. İnternet teknolojileri çevrimiçi iletişim kurmamız için bir kanal görevi üstlenmektedir. Bu görev için de bize çeşitli çevrimiçi iletişim araçları sunmaktadır. Bu araçları incelemeden önce, bir süre çevrimiçi iletişimin yalnız yazılı iletişim ile sınırlı olduğunu bugün ise yazının yanı sıra görsel işitsel iletişim de kurabilmekteyiz.

Ayrıca, çevrimiçi iletişim, katılımcılarının aynı zamanda bir arada olabileceği gibi aynı zamanda bir arada olmalarını gerektirmeden de gerçekleştirilebilir. Başka bir deyişle çevrimiçi iletişimi, eşzamanlı ya da eşzamansız olmak üzere iki grupta sınıflandırabiliriz.

Eşzamanlı (senkron) iletişime en iyi örnek yüz yüze iletişimdir. Bu süreçte kaynak ve alıcı aynı yer ve zamanda bir aradadır. Öte yanda eşzamanlı iletişim katılımcılarının (kaynak ve alıcı) aynı yerde bir arada olmasını gerektirmeden de gerçekleşebilir. Örneğin telefonla gerçekleştirdiğimiz iletişim –mesaj bırakma dışında- aslında bir eşzamanlı iletişimdir. Çevrimiçi ortamda da eşzamanlı iletişim kurulabilir. Sohbet (chat), Web konferansı (Web conference), Wiki gibi birbirinden farklı araçlar eşzamanlı iletişim kurmamızı sağlayabilir. Eşzamanlı iletişim, bireylerarası olabileceği gibi grup iletişimi şeklinde de gerçekleşebilir. Örneğin, özellikle firmalar Adobe Connect, Webex, Big Blue Button gibi farklı toplantı araçlarını kullanarak dünyanın farklı yerlerindeki iş ortaklarıyla aynı anda toplantılar yapabilmekte, öğretim elemanları aynı teknolojileri kullanarak sanal sınıf adı altında ders verebilmektedir.

Eşzamanlı olmayan ya da **eşzamansız (asenkron) iletişimde** ise iletişim sürecindeki bireylerin aynı yer ve aynı zamanda bir arada olmasını gerektirmeyen iletişim türüdür. İnternetin sağladığı en önemli üstünlüklerden biri olarak eşzamanlı olmayan (asenkron) iletişimi hızlandırması gösterilebilir. Eşzamanlı olmayan etkileşime en güzel örnek mektupla iletişimdir. Eskiden günlerce hatta haftalarca sürebilen mektupla mesajlaşmanın hızı, İnternetin eposta uygulamasıyla birkaç saniyeye kadar düşmüştür. ePosta aşağıda inceleyeceğimiz gibi en yaygın kullanılan çevrimiçi iletişim yoludur. Eşzamansız iletişimde katılımcılar diledikleri yer ve zamanda iletişim sürecine katılabilirler. Çoğu araştırmacıya göre eşzamansız iletişim, mesajları göndermeden önce, nasıl bir mesaj göndermek istediğimiz üzerine düşünme fırsatı vererek, analitik düşünme süreçlerinin çalıştırılmasına yardımcı olan bir iletişim sürecidir. Öte yandan, gönderenler kadar mesajı alanlara da mesajları dikkatli inceleme ve daha kontrollü etkileşim kurabilme imkânı sağlamaktadır.

Eşzamanlı ya da eşzamansız iletişim kurmak için çeşitli çevrimiçi araçlar kullanımımıza sunulmuştur. Bu araçlar, genellikle isteğe bağlı olarak hem eşzamanlı hem de eşzamansız iletişim için kullanılabilir. Ayrıca bazı araçlar yalnız metin tabanlı iletişime izin verirken bazıları hem metin hem de görsel işitsel ya da sadece görsel işitsel iletişime imkân vermektedir. Şimdi bu araçlardan bazılarını tanıyalım:

Elektronik Posta (ePosta)

ePostayı, en yaygın kullanılan çevrimiçi iletişim aracı olarak tanıtmak yanlış olmaz. Geleneksel posta hizmetine benzer bir iletişim sistemidir. Ancak en önemli farkı daha önce belirtildiği gibi eşzamansız iletişimin hızını bir kaç saniyeye kadar düşürmüş olmasıdır. Ayrıca İnternet bağlantınız varsa hiçbir ücret ödmeden mesajlarınızı gönderebilmeniz de bir başka üstünlüğüdür. ePosta aslında metin tabanlı bir

iletişim aracı olmasına karşın fotoğraf, çizim gibi görselleri ya da video ya da ses dosyalarını da göndermenize imkân vermektedir. Bu noktada dikkat etmemiz gereken noktalardan biri göndermek istediğimiz görsel işitsel malzemenin boyutudur. Bazı eposta hizmet sağlayıcıları büyük boyutlardaki dosyaların gönderilmesine izin vermemektedir.

Geleneksel mektup alıp verme işleminde hem kendimizin hem de mektup göndermek istediğimiz kişinin bir posta adresi olması gerekir. Benzer biçimde e-posta kullanmaya başlamadan önce bir e-posta adresi almamız gerekir. Bu hizmeti ücretsiz sağlayan İnternet siteleri vardır. Gmail ve Hotmail bu tür İnternet sitelerinin başında gelmektedir. ePosta adresleri @ işaretiyle ayrılmış iki bölümden oluşur. İlk bölümde eposta kullanıcısının adresi –ki genelde ad ve soyaddan oluşur- @ işaretinden sonra gelen ikinci bölümde ise eposta adresinin kayıtlı olduğu İnternet sitesinin alan adı yer alır.



Şekil 7.2: ePosta adresi örneği

ePosta ile iletişimin sağladığı önemli üstünlüklerden biri de gelen mesajların adresimizde saklanmasıdır. Dilediğimiz mesajı daha sonra okuyabilir ya da cevaplayabiliriz. Ayrıca bize gelen bir mesajı başka birine kolayca iletebiliriz.

Gruplar, Forumlar, Tartışma Listeleri

İlk kez Unix programı hakkında konuşmak ve sistemin aksaklıklarını saptayarak çözüm üretmek amacıyla bir forum oluşturmalarıyla ortaya çıkmıştır. Bugün dünya üzerindeki milyonlarca ağ kullanıcılarının bir çok konuda düşüncelerini paylaştığı, yazılar yazdığı, haberler paylaştığı iletişim ortamlarıdır. İlk çıktığı dönemlerde Bülten Tahtası ya da kısaca BBS (Bulletin Board System) adıyla anılmıştır. Daha sonra kullanım amaçlarına göre farklı adlar almıştır. Bu adlar arasındaki farkı ortaya koymak oldukça zordur o nedenle bu ünite de hepsi bir varsayılmıştır.

İster bülten tahtası, ister çevrimiçi grup, ister forum isterse tartışma listesi denilsin hepsinin altında yatan ana unsur, bir katılımcının yazdığı bir mesajın tek seferde tüm üyelere gönderilmesi sağlamasıdır. Bir başka deyişle grup iletişime imkân veren bir yapısı vardır. Gelen bir mesajı diğer katılımcılar cevaplayabilir. Böylece bir mesaj zinciri (tread) oluşur. Mesaj zincirleri, grup üyelerinin belirli bir konu hakkındaki tüm mesajlarına ulaşmak açısından önemlidir.

İnternette milyonlarca grup iletişim ortamının olduğu ve sayılarının sürekli arttığı ileri sürülmektedir. Bir kişinin birden fazla gruba üye olabilmesi ve birden fazla grup ortamı oluşturabilmesi de bu çevrimiçi grup iletişim ortamlarının artmasına imkan vermektedir. Son yıllarda bu ortamlar özellikle belirli konularda yardım almak isteyenlerin ilk başvurdukları kaynaklar haline gelmiştir. Örneğin, alınmak istenen bir bilgisayara ilişkin daha önce kullananların fikirlerini deneyimlerini öğrenmek, bir hastalıkla ilgili tedavi yollarını aramak için bu ortamlarda yazılanları inceleyen çok sayıda kullanıcı olduğu gözlemlenmektedir.

Sohbet (Chat)

Sohbet, daha önce açıklanan çevrimiçi iletişim araçlarından farklı olarak kullanıcılarının eşzamanlı iletişim kurmasına imkân verir. Bir başka deyişle, kullanıcıların iletişim kurabilmeleri için aynı anda sohbet ortamında hazır bulunmaları gerekir. Kısaca Sohbet ortamı olarak adlandırdığımız bu yazılımlar aslında IRC olarak kısaltılan İnternet Aktarımlı Sohbet (Internet Relay Chat) olarak bilinmektedir. Sohbet ortamlarında bireysel olduğu gibi grup iletişimi de gerçekleştirilebilmektedir. Günümüzde en sık eğlence, haberleşme, eğitim gibi amaçlarla kullanılmaktadır. Ayrıca özellikle bankacılık alanında müşterilere destek amacıyla da bu iletişim ortamından yararlanılmaktadır.

Önceleri yalnız metin tabanlı iletişime imkân veren sohbet yazılımları zamanla görsel işitsel mesajlaşmayı da mümkün kılmıştır. Örneğin Skype yazılımı, hem görsel hem işitsel hem de yazılı iletişime izin veren bir sohbet yazılımı olarak değerlendirilebilir. Skype ve benzeri programlar ile İnternet üzerinden (İnternette bağlantı maliyeti dışında) hiçbir ek ücret ödemedi konuşma imkanı ortaya çıkmıştır. Bu programlar özellikle yurt dışında yaşayan akraba, tanıdık ve müşterilerle görüşmeyi son derece kolaylaştırmıştır.

Web Konferansı (Web Conference)

Web konferansı da eşzamanlı iletişim kurmaya imkan veren iletişim ortamlarıdır. Temel amacı farklı mekanlarda bulunan birden fazla kullanıcının bir araya gelerek görsel-işitsel iletişim kurmasına imkan sağlamaktır. Adobe Connect, Cisco Webex ve Big Blue Button bu tür web konferans sistemleridir. Bu sistemler kullanıcılarının görsel, işitsel ve metin tabanlı iletişim kurmalarına imkân vermenin yanı sıra Beyaz Tahta (White Board) olarak adlandırılan bir uygulama ile aynı metin ya da çizim üzerinde aynı anda çalışmalarına da yardımcı olmaktadır. Ayrıca kullanıcılar, masaüstü paylaşımı uygulamasıyla dilerse kendi bilgisayarlarının kontrolünü karşı taraftaki bir kullanıcıya verebilmektedir. Web konferansı sistemleri, Big Blue Button gibi açık kaynak kodlu, hiçbir ücret ödemedi alınıp kullanılacak olanları olmasına karşın genelde kullanıcılarının bir miktar ücret ödemesini gerektirmektedir. Bu nedenle daha çok firmalar ve eğitim kurumlarında kullanılmaktadır.

Web 2.0 Araçları ve Sosyal Medya

Web 2.0, ilk olarak Tim O'Reilly tarafından 2004 yılında tanımlanan bir kavramdır. O'Reilly, özetle World Wide Web (WWW) teknolojisinin, kullanıcılarının yalnız kendilerine sunulan içeriği okuyarak, izleyerek, dinleyerek tüketen değil aynı zamanda işbirliği yaparak, iletişim ve etkileşim kurarak üreten olmalarına da imkân veren bir ortam olması gerektiğini ileri sürmüştür. Bu görüş doğrultusunda geliştirilen çok sayıda web aracı, kullanıcılarının kolayca WWW içeriğine katkı sağlamasına yardımcı olmuştur. Kısaca Web 2.0 kullanıcıların iletişim kurabildiği, deneyimlerini paylaşabildiği, bilgi üretebildiği, işbirliği yapabildiği bir ortam anlamına gelmektedir. Bu kavram bağlamında çok çeşitli araçlar geliştirilmiş ve kullanıcıların yoğun ilgisini çekmiştir.

Öte yanda Web 2.0 kavramıyla birlikte gelişen ve son yıllarda sıkça kullanılmaya başlayan ilgili bir başka kavram da sosyal medyadır. Sosyal medya, Web 2.0'in ideolojik ve teknolojik temelleri üzerine geliştirilen bir grup internet tabanlı uygulamaya verilen genel bir isimdir. Bireyler, topluluklar ve kurumlar arasındaki iletişimin etkileşimli diyalog haline dönüşmesine yardımcı olan web ya da mobil destekli araçları içermektedir. Ayrıca bu araçlar dilediği anda ve yerde erişilmeye imkân verecek yapıdadır. Kaplan ve Haenlein'e göre (2010) altı tür sosyal medya bulunmaktadır: işbirliği projeleri (örneğin Wikipedia), Web günlükleri ve mikro günlükler (örneğin Blogger, Twitter), içerik toplulukları (örneğin, YouTube), sosyal bağ (etkileşim) kurma (örneğin, Facebook), sanal oyun dünyaları (örneğin World of Warcraft) ve sanal sosyal dünyalar (örneğin, Second Life).

Web 2.0 ve sosyal medyaya araçları arasında iletişim açısından en dikkat çekenleri Web Günlükleri (Blog), Wikiler ve sosyal etkileşim araçlarıdır.

Web Günlükleri, yazılanların kronolojik sırada, en son yayınlanan yazının en başta görüntülediği bir web yayın sistemi olarak tanımlanabilir. Bu sistemleri kullanarak bireyler görüşlerini, deneyimlerini, duygularını serbestçe yazarak yayınlatabilmektedir. Yayınlananlar, İnternetten erişimine sahip herkes tarafından okunabileceği gibi, yalnız belirli bir grubun erişimine ya da yalnız yazının kişisel erişimine de açık hale getirilebilir. Günlüğü oluşturan dilerse okuyan herkesin ya da belirli kişilerin yorum yazmasına da izin verebilir. Web günlükleri genelde kişisel, grup, kurumsal ve tematik olmak üzere dört grupta sınıflanmaktadır. En yaygın kullanılan Web günlüğü yazılımları arasında Blogger ve Blogcu sıralanabilir. Öte yanda, son dönemde uzun metinler yerine görüş, duygu ve düşünceleri daha kısa mesajlar halinde yayınlamaya yardımcı olan mikro web günlükleri de hızla yaygınlaşmıştır. Örneğin en fazla tanınan mikro web günlüğü aracı olan Twitter'da kullanıcılar en fazla 140 karakterlik metinler yazarak paylaşabilmektedirler. 2012 verilerine göre 140 milyondan fazla aktif Twitter kullanıcısı günlük 340 milyon mesaj yayınlamaktadır.

Wiki, kelime anlamı olarak Havaii dilinde ‘çabuk’, ‘hızlı’ anlamına gelmektedir. Herhangi bir Web tarama aracını (Explorer, Firefox, Safari, vb.) kullanarak websitesi olutmaya yardımcı olan araçlardır. Bu araçlar, kullanıcının websitesine yazı, resim, ses, video gibi farklı içerikler eklemesini, çıkarmasını ya da düzenlemesini sağlar. Tüm bu işlemleri, kullanıcının basit bir kelime işlemci yazılımına benzer bir arayüz ile yapmasına imkan verir. Wikiler, ayrıca, kolay web sitesi hazırlamanın yanı sıra, kullanıcıların işbirliği içinde bir websitesi, liste, çalışma takvimi gibi ortak çevrimiçi çalışmalar yapılmasına da imkân veren iletişim ortamlarıdır. Bu ortamlara örnek olarak Wikipedia, Wikispaces verilebilir.

Sosyal bağ (etkileşim) araçları, aynı ilgilere, hobilere, deneyimlere, işlere sahip kişilerin arasında sosyal etkileşim kurulmasını kolaylaştıran çevrimiçi ortamlardır. Bu ortamlarda bireyler ilişkide oldukları diğer bireylerle fotoğraftan, video, ses ve müzik dosyalarından, metinlere farklı biçimlerde etkileşim kurabilmektedirler. Kullanıcılara kendi profillerini yapılandırma, arkadaş listesi oluşturma ve gezinme olanağı veren ilk sosyal bağ sitesi olan SixDegrees.com, 1997 yılında kurulmuştur. AsianAvenue, BlackPlanet, ve MiGente 1997-2001 yılları arasında oluşturulan başlıca topluluk siteleridir. Bu sosyal bağ siteleri, kullanıcılarına kişisel ve profesyonel amaçlı profiller oluşturmanın yanı sıra kendi profil sayfalarında arkadaşlarını tanımlama olanağı sunmuşlardır. Ardından 1999 yılında bireylerin çevrimiçi günlüklerini tuttukları ve diğer kişilerin günlüklerini takip edebildikleri LiveJournal ortaya çıkmıştır. Bir sanal dünya sitesi olan Cyworld 1999 yılında kurulmuş, 2001 yılında sosyal bağ özellikleriyle yenilenmiştir. Benzer şekilde LunarStorm web topluluğu 2000 yılında arkadaş listeleri, ziyaretçi defteri ve günlük sayfaları içerecek şekilde yenilenmiştir. Ryze.com bireylerin iş dünyasına yönelik ağlarını yapılandırmak üzere 2001 yılında internet kullanıcılarıyla buluşturulmuştur. 2002 yılında Fotolog, Friendster, Skyblog; 2003 yılında LinkedIn, Tribe.net, Open BC/Xing, Orkut, Dogster, Couchsurfing, MySpace, Last.FM, Hi5; 2004 yılında Flickr, Piczo, Mixi, Facebook, Multiply, aSmallWorld, Catster, Dodgeball, Care2, Hyves; 2005 yılında Yahoo!360, Youtube, Xanga, Cyworld, Bebo, Facebook, AsianAvenue, BlackPlanet; 2006 yılında QQ, Facebook, Windows Live Spaces, Cyworld, Twitter, MyChurch ve Facebook sosyal ağ siteleri sunulmuştur. Tüm bu sosyal bağ ya da ağ siteleri arasında Facebook önemli bir yere sahiptir. Mark Zuckerberg tarafından Harvard Üniversitesi öğrencileri için bir sosyal ağ sitesi olarak tasarlanmış, sosyal ağ yetenekleri geliştirilerek 2006 yılında herkesin kullanımına açılmıştır. Bugün 600 milyonun üzerinde kullanıcısı olan Facebook daha çok haberleşme ve sosyalleşme amacıyla kullanılmaktadır (Kip, 2012). Facebook’un yaygınlaşmasında kullanım kolaylığının yanı sıra değişen hayat koşullarında yalnızlaşan insanların arkadaşlarıyla, aileleriyle, tanıdıklarıyla ya da yeni insanlarla tanışmak için kolay ve görece güvenli iletişim kurabileceği bir ortam oluşturması da etkilidir.



Oya, Almanya’da yaşayan kardeşi ile telefon aracılığıyla görüşmektedir. Ancak telefonla görüşmek oldukça pahalıdır. Oya’ya, kardeşi ile görüşmesi için hangi çevrimiçi iletişim aracını önerirsiniz? Neden?

ÇEVİRİMİÇİ İLETİŞİM HAYATIMIZI NASIL ETKİLİYOR?

Çevrimiçi iletişim sosyal ilişkilerden sağlığa, alış-veriş alışkanlıklarından iş yaşamına, eğitimden eğlenceye, dilden ülke savunmasına hayatımızın hemen her alanında etkisini göstermektedir.

Bu etkinin gözlemlendiği alanlardan biri sosyal ilişkilerimizdeki değişimdir. Eskiden ancak fiziksel olarak birarada gerçekleştirilebilen sosyal etkileşim artık sanal ortamda da gerçekleştirilebilmektedir. Uzaktan iletişim kurulmasına izin veren yapısı nedeniyle çevrimiçi iletişim, son yıllarda özellikle bireylerarası ilişkiler kurmak, bu ilişkileri hızlandırmak ve sürdürmek için tercih edilmektedir. Bu tercihteki temel nedenler arasında bireylerin günlük hayatın koşturması arasında bireylerarası ilişki kurmak için zaman ve mekân bulamamaları gösterilmektedir. Çevrimiçi iletişim ise zaman ve mekân sınırlılığını ortadan kaldırdığı için sosyal ilişkileri güçlendirmektedir. Günümüzde birçok birey eş ya da arkadaşlarını, birçokları eskiden iyi ilişkileri olan ancak bir süre ayrı kalan tanıdık ya da akrabalarıyla etkileşimlerini daha önce açıklanan çevrimiçi iletişim araçları aracılığıyla kurmakta, güçlendirmekte ve sürdürmektedir.

Öte yanda araştırmalar bir çok bireyin sağlık konusunda ilk danıştıkları yerin çevrimiçi iletişim ortamları olduğunu ortaya koymaktadır. Örneğin, Amerikan Psikologlar Derneğinin daha 2000 yılında yaptığı bir çalışmada 60 milyondan fazla kişinin, sağlıkla ilgili bilgi almak için sayıları 15,000 olan sağlık odaklı site, forum, tartışma listesi ve grupları gibi çevrimiçi iletişim ortamlarına başvurduklarını iddia etmişlerdir. Aradan geöen 12 yılda artan kullanıcı sayısı, sağlık hizmetlerinin artan maliyeti gibi nedenler gözönüne alındığında sağlık konusunda her gün milyonlarca kişinin milyonlarca çevrimiçi iletişim ortamında yer aldığı düşünülebilir. Populer arama motorlarına Sağlıklı Yaşam yazdığımızda 1 milyondan fazla, ‘çocuk sağlığı’ yazdığımız da ise 5 milyon kaynağın sıralanması, çevrimiçi iletişimin sağlık konusunda ne ölçüde etkili olduğunu göstergeleri olarak değerlendirilebilir. Öte yanda, sanal terapi gruplarına bireylerin daha fazla ilgi gösterdikleri de belirlenmiştir. Kanserden alkol bağımlılığına çok çeşitli konularda oluşturulmuş sanal terapi grupları bulunmaktadır. Bu gruplara gösterilen ilginin başlıca nedenleri arasında katılımcıların kimliklerini açıklamak durumunda olmamaları, mekânlarından ayrılmadan katılabilmeleri ve kendileri gibi çok sayıda insanın (başkalarının da) olduğunu görmeleri şeklinde sıralanmaktadır (Wood ve Smith, 2005).

Çevrimiçi iletişim alışveriş alışkanlıklarını da etkilemektedir. Kullanıcı grupları adı verilen çevrimiçi ortamlara danışmadan bir ürün ya da hizmete başvuran tüketicilerin sayısında önemli bir azalma gözlemlenmektedir. Bu durum, üretici ve satıcıları da çevrimiçi iletişim ortamlarına önem vermeye itmiştir. Hatta biröok üretici, bu tür ortamları takip etmek amacıyla sosyal medya takip uzmanı ünvanı çalışanlar istihdam etmişlerdir. Ayrıca, müşterilerine destek amaçlı çevrimiçi iletişim ortamları oluşturarak sunmaktadırlar.

Çevrimiçi iletişim iş yaşamında da temel iletişim ortamı olarak kullanılmaktadır. Özellikle eposta kurum iöi ve kurum dışı iletişim için tercih edilmektedir. Eş zamansız iletişim tabanlı olması ve telefon maliyetlerini azaltması epostanın tercih edilmesinde rol oynayan önemli etkenler olarak gösterilmektedir. Çevrimiçi iletişim, kurumların uluslararası çalışmalarını da kolaylaştırmıştır. Günümüzde ABD’deki evinden proje yöneticiliği yapan bir çalışan Rusya’daki yazılım ekibi şefi, Mısır’daki programcıları ve Türkiye’deki yerelleştirme uzmanlarıyla aynı anda iletişim kurmakta, koordineli çalışmakta ve Almanya’daki üstüne sözlü sunum yapabilmektedir.

Çevrimiçi iletişimin önemli bir etkiye sahip olduğu alanlardan biri de eğitimidir. Çevrimiçi iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve bu teknolojileri kullananların sayısındaki artış eğitim kurumlarını çevrimiçi ders ve programlar sunma konusunda yüreklendirmiştir. Sonuç olarak çevrimiçi öğrenme (online learning) hem üniversitelerde hem de kurumlardaki insan kaynakları geliştirme etkinliklerinde hızla yaygınlaşmıştır. Örneğin, ABD’deki bir rapora göre 2010 yılında yüz yüze programlara kayıt oranında %2 oranında bir artış olurken çevrimiçi programlara %12 oranında bir artış geröekleşmiştir. Ayrıca bir tahmine göre 2014 yılında yine ABD’deki firmalarda geröekleştirilen eğitimlerin %50’den fazlası çevrimiçi geröekleştirilecektir. Türkiye’de de çevrimiçi program sayısında önemli bir artış söz konusudur. 5 yıl önce yalnız 10 üniversite çevrimiçi öğrenme hizmeti sunarken 2012 yılında 60 üniversite çevrimiçi öğrenme imkanı sunmaya başlamıştır. Tüm bu programlarda öğretim elemanı-öğrenci ve öğrenci-öğrenci etkileşimleri eşzamanlı ve eşzamansız iletişim araçlarıyla sağlanmaktadır.



Sizce çevrimiçi iletişimin ülke savunmalarına nasıl bir etkisi vardır?

Çevrimiçi iletişimin etkileri yalnız eğitim, sağlık, sosyal etkileşim ve iş yaşamı ile sınırlı değildir. Hemen her alanda son derece önemli değerlişlere neden olmaktadır. Özetle, her alanda çevrimiçi iletişimin kullanımı yaygınlaşmakta, iletişim ve diğer süreçleri değerlişirmektedir.

ÇEVİRİMİÇİ İLETİŞİM KURARKEN NELERE DİKKAT ETMELİYİZ?

Çevrimiçi iletişim, hayatımızı kolaylaştırmanın yanı sıra dikkatli olmadığımızda zorlanabileceğimiz durumlarla karşı karşıya kalmamıza yol açabilir. Her iletişim ortamında olduğu gibi çevrimiçi iletişim ortamlarında da dikkat etmemiz gereken noktalar vardır.

En yaygın çevrimiçi iletişim ortamı olan epostayı kullanarak iletişim kurarken aşağıdaki kurallara uymalıyız:

- ePosta mesajlarının öncelikle kimden geldiğine bakmalıyız. Eğer tanımadığımız birinden gelmişse Konu bölümünü incelemeliyiz. ‘İş ortaklığı kurmak’ ve ‘Merhabalaşmak’ gibi çok genel başlıklar yazılmış ise bu mesajları açmadan silmeliyiz.
- Birden fazla kişiye gönderilen ve zincir eposta olarak adlandırılan mesajlara dikkatli yaklaşmalıyız. Genel okuyucuya gönderilen bu tür mesajların büyük bir bölümü sorun oluşturabilmektedir. Bu nedenle silmeliyiz.
- Her ne kadar güvenli görünürse görünsün kimlik bilgilerimizi ya da siteye giriş bilgilerimizi eposta ile göndermemeliyiz. Özellikle bankalar kesinlikle kimlik bilgilerimizi eposta yoluyla istemezler. Kimlik bilgilerimizi isteyen mesajlar aldığımızda hemen silmeliyiz.
- ePosta şifremizi kimseyle paylaşmamalıyız. Bu adres ve şifremize sahip olan kişiler, sorun oluşturabilecek epostalar gönderebilirler.
- ePosta gönderirken Kimden bölümünde adımızın olmasına dikkat etmeliyiz.
- Yine eposta gönderirken Konu bölümüne mutlaka mesajımızın içeriğini yansıtan kısa bir ifade yazmalıyız. Ancak bu bölümde Türkçe harfler ve hep BÜYÜK HARFLERLE yazmaktan kaçınmalıyız. ePosta sistemleri bu tür durumlarda sorun oluşturabilmektedir.
- Aldığımız epostalardaki ekler, virüs içerebilir. Eki açtığımızda virüs etkinleşir ve eposta mesajını ve ekini Adres Defterinizdeki kişilere göndererek bir kuruluştaki eposta ağlarına ulaşır ve İnternet'te yayılmaya başlar. Hızlı yayılmalarının yanı sıra, virüsler bilgisayarınızda depolanan verileri onarılamaz şekilde bozabilecek kodlar da içerebilir. Bu duruma düşmemek için alabileceğimiz önlemlerin başında tanımadığımız kişilerden gelen eposta eklerini açmamak gelmektedir. Ayrıca, tanıdığımız kişilerden gelen beklenmedik eposta ve ekleri için de dikkatli olmalıyız. Şüphelendiğimiz ekleri asla açmamalıyız. Eğer eposta adresimizden virüs nedeniyle adres defterimizdeki virüslü eposta gittiğini fark edersek hemen adres defterimizdeki herkese eposta ile ulaşarak açmamaları konusunda uyarmalıyız.
- ePosta ile gönderdiğimiz sorulara hemen cevap beklememeliyiz. E-postayı gönderdikten 10 dakika sonra bir cevap alamadığımızda “kimsenin bizi önemsemediğini” düşünmeyelim. İnsanlara biraz zaman tanımalıyız.

Öte yanda sohbet aracılığıyla iletişim kurarken de aşağıdaki noktalara dikkat etmeliyiz:

- Kimseyle kullanıcı kodu ve şifremizi paylaşmamalıyız.
- Tanımadığımız kişiler başta olmak üzere kimseye ev adresimizi, telefon numaramızı, çocuklarımızın, eşimizin adını, okul ya da iş adresleri gibi kişisel bilgilerimizi vermemeliyiz.
- Kişi eklemeye yönelik gelen her mesajı hemen kabul etmemeliyiz. Tanımadığımız kişilerden gelen Kişi Ekle mesajlarında ‘Bu kişinin beni görmesini engelle’ seçeneğini seçerek bizi Kişi listemize eklemesine izin vermemeliyiz.
- Emin olmadığımız kişilere fotoğraf ya da video gibi görüntüleri göndermemeliyiz.
- Sohbet sırasında yüz yüze sohbet ediyormuş gibi etik kurallarına uymalıyız.
- Karşımızdakilerin sorduğumuz soruya cevap vermesini beklemeden yeni bir soru ya da görüş yazmamalıyız. Bazılarımız daha yavaş yazabilir.
- HEPSİ BÜYÜK HARFLERDEN oluşan yazılar yazmamalıyız. Bu İnternette karşımızdakine bağırma ya da kızma anlamına gelmektedir.
- Kullanıcı adı olarak kendi adımızı tercih etmeliyiz.

Bunların yanı sıra etrafımızdaki çocuğumuz, kardeşimiz ya da tanıdığımız genç yaştaki kullanıcıların çevrimiçi iletişim ortamlarındaki davranışları konusunda da dikkat olmalıyız. Aşağıda uzmanların bu konudaki bazı önerileri sıralanmıştır:

- Yukarıda sıralanan kuralları onlarla paylaşmalı ve uymaları konusunda uyarmalıyız.
- Kiminle eposta alıp gönderdiklerini, kimlerle sohbet ettiklerini kontrol etmeliyiz.
- Tanımadıkları kişilerden gelen mesajları, Kişi listesine ekleme isteklerini öncelikle bize göstermeleri konusunda uyarmalıyız.
- Uygun olmayan eposta ya da sohbet mesajları ile karşılaştıklarında da öncelikle bize haber vermelerini söylemeliyiz.
- Bize sormadan kişisel bilgilerini, görüntülerini (fotoğraf, video, vb.), anne babalarının ev ya da iş adreslerini, telefon bilgilerini paylaşmamaları gerektiğini vurgulamalıyız.
- İnterneti belirli zamanlarda kullanmalarına izin vermeliyiz. Bunun için bir plan oluşturabiliriz. Örneğin her akşam saat 8-9 ya da 8-10 arası gibi bir iki saatlik sürelerde kullanmalarına izin verebiliriz. Diğer zamanlarda başka işlerle uğraşmalarını sağlamalıyız.

Ek olarak Wiki ya da Web günlüğü türü çevrimiçi iletişim ortamları aracılığıyla web içeriği oluştururken ya da mevcut olanlara yorum yazarken aşağıdaki kurallara dikkat etmeliyiz:

- Çok ayrıntılı kişisel bilgilerimizi vermemeliyiz.
- Web günlüğümüzü ya da Wiki sayfamızı her ne kadar yalnızca belirli kullanıcıların görmesini sağlayacak biçimde oluşturmuş olsak da, sayfamızdaki bilgiler İnternettedir ve bazı uzman İnternet kullanıcıları bu bilgilere erişebilir.
- İnsanları rencide edecek, kızdıracak, zor durumda kalmalarını sağlayacak bilgi ve yorumlara yer vermemeliyiz.
- Bir kişi hakkında yazmadan önce o kişiden izin almamızda yarar vardır.
- Yazdığımız yorumları savunmada kullanabileceğimiz somut delillerin olmasına dikkat etmeliyiz.
- Daha önce belirtilen çocuklarımızın İnternet kullanımında dikkat edilmesi gereken kurallar İnternet sayfaları oluştururken ya da var olan sayfalara yorum yazarken de dikkat edilmelidir.
- Ayrıca İnternette bulduğumuz çizim, fotoğraf, yazı, video gibi unsurlara kendi sayfamızda yer vermeden önce telif haklarına sagılı davranmaya dikkat edelim. Gerekiyorsa izin alalım.

Bilinçli kullanım, en önemli güvenlik önlemidir. Bunun yanı sıra bilgisayarımızı özellikle İnternette gelebilecek tehlikelere karşı korumaya yardımcı olan programlar da vardır. Bu programların bilgisayarımızda yüklü olduğundan ve sürekli güncellediğimizden emin olmalıyız.



Skype yazılımını kullanırken nelere dikkat etmeliyiz?

ÇEVİRİMİÇİ İLETİŞİM NASIL İNCELENMİŞTİR?

Çevrimiçi iletişim bilimsel olarak ele alınan bir çalışma alanıdır. Ünitenin bu bölümde bilim insanlarının çevrimiçi ortamlarda gerçekleşen iletişimi incelerken kullandıkları farklı bakış açıları, Aydın'ın 2008 tarihli çalışmasına dayalı olarak sunulmuştur. Öncelikle Aydın, uzmanların çevrimiçi iletişimi incelemede yararlandıkları bakış açılarını, kişisel olmayan (impersonal), bireylerarası (interpersonal) ve hiperkişisel (hyperpersonal) etkileşim olarak üç grupta sınıflamaktadır.

İlk grup, çevrimiçi iletişim konusunda 1980'lerden önceki dönemde yapılan çalışmaları kapsamaktadır ve bilgisayar ortamındaki iletişimi yetersiz bulmaktadır (Connolly ve diğerleri, 1990; 1986; Kiesler ve diğerleri, 1984). Bu dönemde yapılan çalışmalar, bilgisayar ortamının, iletişim kuran bireylere ilişkin sosyal ipuçlarını barındırmadığı için, bireylerarasında bireysel olmayan bir iletişim yarattığını dile getirmişlerdir (Kiesler, Siegel, McGuire, 1984). Bireysel olmayan bakış açısı, yüz yüze iletişimin bilgisayar ortamında gerçekleşen iletişimden çok daha etkili olduğunu iddia etmektedir.

Dayandığı temel kuramlar, *sosyal bulunurluk* (social presence) ve *ortam zenginliği* (media richness) kuramlarıdır. Etkileşimi değerlendirme ölçütü olarak da, iletişim sürecinde katılımcıların birbirlerine gönderdiği sosyal ipuçlarının alınması gerektiğini ileri sürmektedir.

Daha sonra 1990'larda yapılan çalışmalar bilgisayar, bireylerarası iletişim sürecinde farklı bir bakış açısıyla ele almış ve bilgisayar ortamında da en az yüz yüze de olduğu kadar etkili bir iletişimin kurulabileceği öne sürülmüştür. (Jacobson, 1999; Lea & Spears, 1991; Liu, 2002; Parks & Floyd, 1996; Walther & Burgoon, 1992). İkinci bakış açısı, eğer iletişim kuran bireylere yeterli zaman verilirse, çevrimiçi iletişimin yüz yüze ortamlardaki kadar etkili olabileceğini söylemektedir. Bu bakış açısı temelde, sosyal bilgi süreci kuramına dayanmakta, çevrimiçi iletişimin, bu iş için harcanan zamana ve iletilerin miktarına bağlı olarak değerlendirilebileceğini ileri sürmektedir.

Son dönemde yapılan çalışmalar ise, çevrimiçi iletişimin kişisel olabileceğini, başka bir deyişle, yüz yüze ortamlara göre çok daha samimi ve içten olabileceğini ileri sürmektedir (Walther, 1996). SIDE kuramına (Social Identity Model of Deindividuation Effects) dayanan Hiperkişisel iletişim, bilgisayar ortamında gerçekleşen iletişimin yüz yüze ortamdaki iletişimden çok daha etkili olacağını ileri sürmektedir. Ayrıca, bireylerarasındaki etkileşimin etkililiği konusunda karar verirken, bireylerin birbirine gönderdikleri iletilerin içeriklerinin çözülmesinin daha güvenilir olacağını iddia etmektedir.

Şimdi bu bakış açılarını ayrıntılı inceleyelim:

Kişisel Olmayan Bakış Açısı (Impersonal Perspective)

Bu yaklaşımın temel söyleminde, çevrimiçi iletişim etkililiğinin, iletişim sürecinde sağlanan sosyal ipuçlarının ölçülmesiyle gerçekleştiği düşüncesi vardır. Bilgisayar jest, mimik, ses tonu, yüz ifadeleri gibi sözsüz iletişim öğelerini taşıyamadığı gibi, bireylerarasında sosyal normların paylaşılmasına olanak vermemektedir. Dolayısıyla bilgisayar ortamındaki iletişimin, yüz yüze ortamlarla karşılaştırıldığında daha soğuk, iletişimin sosyal boyutunu içermeyen, görev yönelimli olmasına neden olmaktadır (Garton, Wellman, 1995; Walter, 1994). Kişisel olmayan bakış açısı, bilgisayar bireylerarası iletişim süreci içinde yetersiz bularak değerlendirmektedir. Bu değerlendirmelerdeki dayanaklarını sosyal bulunurluk ve ortam zenginliği kuramlarına dayandırmaktadırlar.

Sosyal bulunurluk (social presence), iletişim ortamlarına dayalı olarak gerçekleştirilen etkileşim sürecinde, bir bireyin diğerlerini gerçek birey olarak algılama süreci olarak tanımlanmaktadır (Gunawardena, 2002). Bu kurama göre, iletişim ortamında ne kadar çok kanal ve koda erişilirse, kullanıcının, bir etkileşimdeki diğer katılımcıların mevcudiyetine o kadar çok dikkatini yoğunlaştırıldığı savunulmaktadır (Walther ve Burgoon, 1992). Bilgisayarda sözsüz iletişim öğelerini barındırmamasından dolayı yüz yüze iletişimle karşılaştırılınca, sosyal bulunurluk duygusunu güçlü vermeyen bir ortam olarak değerlendirilmektedir.

Liu'ya göre (2002) sözsüz iletişime ilişkin ipuçları bireylerin birbirleri hakkındaki algılarını, edinecekleri izlenimlerini bir diğer deyişle bireylerarasındaki sosyal etkileşimi etkiler. Sözel olmayan ipuçları, sadece sosyal etkileşimi düzenlemez, aynı zamanda iletişim kuran bireylere ilişkin önemli bilgiler verir. Bu tür bilgiler, bireylerin birbirleri hakkındaki izlenimlerini biçimlendirmede, değerlendirmede ve bu doğrultuda aldıkları mesajlara cevap vermeleri konusunda yol göstericidir. Bu nedenle, bilgisayar ortamındaki mesajların, sözel olmayan ipuçlarının eksikliğinden dolayı, daha az sosyal bilgi içerdiği söylenebilir. Bilgisayar ortamı yazılı iletişimi temel aldığı için, mesajlar yüz yüze iletişimle karşılaştırıldığında daha yavaş işler. İletişimi yazılı olarak ifade etmek ve yazılı ipuçlarını çözülmesi daha geç olur.

Ortam zenginliği (media richness) kuramına göre ise, iletişim ortamındaki belirsizliğin ortadan kaldırılabilmesi için, görevlere uygun zenginlikte ortamların kullanılması gerekmektedir. İletişim görevi ne kadar karmaşıkça, o kadar zengin bir ortam gereklidir (Daft ve Lengel, 1986). Bir ortamın zenginliği konusunda, sözel ve sözel olmayan geribildirim, dilin kullanımı, kişiselleştirme, sembollerin çeşitliliği belirleyici olmaktadır. Ortamlar bu ölçütlere göre değerlendirildiğinde en zengin ortam olarak yüz yüze ortamı, telefon, eposta, ses kaydı, mektup ve forumlar takip etmektedir (Rice ve Shook, 1990). Bu kurama göre, bilgiyi taşımak için kullanılan ortamın özellikleriyle görevin gerektirdikleri ne kadar

örtüşürse, ortaya o kadar tatmin edici bir sonuç çıkacaktır (Daft ve Lengel 1986). Bu anlamda çevrimiçi iletişim ortamı, basit ve zayıf iletişim için uygun bir ortam olarak değerlendirilmektedir.

Çevrimiçi iletişim ortamı, iletişimin sosyal bağlamına ilişkin ipuçları barındırmamasından dolayı sosyal bulunurluk algısının düşük olmasına, dolayısıyla iletişimin kişisel olmamasına neden olur. Bu gerekçeyle, Rice ve Shook'a göre (1990) çevrimiçi iletişim, kişisel iletişim kurulması için uygun değildir. Çevrimiçi iletişim, bireyler arasında kişisel iletişim kurmak yerine bireylerin daha çok işyerlerinde, işle ilgili konularda iletişim kurmaları amacıyla kullanılmalıdır.

Bunun yanında çevrimiçi iletişimin kişisel olmamasının getireceği üstünlüklerden de söz edilmektedir. Çevrimiçi iletişimin özellikle örgütsel çevrelerde iletişim kurulması için uygun olduğu ileri sürülmektedir. Çevrimiçi iletişim kuran bireylerin, sosyal durumlarına, statülerine ve cinsiyetlerine ilişkin ipuçları olmadığı için, insanlar birbirleriyle çekinmeden daha rahat ve özgür iletişim kurabilirler. Kim, (2000) örgüt yapılarında yüz yüze ortamlarda bireylerin sahip oldukları statü ile, iletişim ortamlarında söz almaları arasında olumlu bir ilişki olduğunu, yönetici pozisyonundaki bireylerin diğer çalışanlara göre daha fazla söz aldığını ileri sürmüştür. Bu nedenle çevrimiçi iletişimin, herkese kendini ifade etmesi için eşit fırsat vermesi bakımından, daha demokratik bir ortam olduğunu vurgulamaktadır. Dubrovsky ve arkadaşları'da (1985) çevrimiçi iletişimin grup çalışmalarda beyin fırtınasını kolaylaştırdığını ve bireyler arasındaki iletişimin sosyal paylaşımından çok, üzerinde tartışılan probleme odaklanacağı için ortaya çıkan ürünlerin kalitesinin yüksek olacağını vurgulamıştır.

Kişisel olmayan bakış açısına yönelik eleştirilerden biri, bireyler arası etkileşimin ölçülmesiyle ilgilidir. Bu değerlendirme, iletişim süreçlerinde sağlanan sosyal ipuçlarının nicel ölçümüne dayandırılmaktadır. Çıkış noktası da sosyal bulunurluk kuramında söylendiği gibi, ortamda ne kadar çok ipucu varsa o kadar başarılı bir iletişim gerçekleşir düşüncesidir. Bununla birlikte Kim'e göre (2000) iletişimin kalitesi sadece nicel verilerle değerlendirilemez. Çevrimiçi iletişimde bireyler yüz yüze iletişimde sorun olabilecek, gürültü gibi dışsal etkenlerden korunduğundan, bireylerin iletişim sürecine odaklanmaları daha kolay olacaktır. Bu noktada çevrimiçi iletişimin daha yoğun ve iletişime odaklanmış bir süreci kolaylaştırdığı söylenebilir. Bu nedenle bireyler arası etkileşimin ölçülmesinde, etkileşimin yoğunluğu ve iletişimin içeriği önemli bir değişkendir. Bir çok sözlü ve sözsüz iletişim ipuçlarının olması, iletişim kuran bireyler arasında kurulacak yakınlığın garantisi değildir. Bireyler arası etkileşimin ölçülmesinde sağlanan ipuçlarından çok kurulan iletişimin niteliğinin önemli bir belirleyici olduğu düşünülebilir.

Kişisel Bakış Açısı (Personal Perspective)

Çevrimiçi iletişimi olumlu değerlendiren kuramlardan biri, iletişim bilimci Joshep Walther'ın "sosyal bilgi işleme" kuramıdır. Bu bakış açısı, çevrimiçi iletişimin yüz yüze ortamlardaki kadar etkili bir şekilde gerçekleştirilebileceğini, bireylerin duygularını yüz yüze ortamlara göre daha yavaş ama, en az yüz yüze ortamlardaki kadar etkili iletebileceğini vurgulamıştır (Walther, 1992).

Çevrimiçi iletişimi yetersiz görmeyen kişisel olmayan bakış açısı, bireyler arası iletişim sürecinde, sözlü olmayan mesajların taşıdığı ipuçlarının önemine vurgu yaparken, sosyal bilgi süreci, bireyler arası iletişimin gelişiminde dil ve sözel unsurların temel belirleyici olduğunu vurgulamaktadır (Walther ve Burgoon, 1992). Walther (1994) sosyal bilgi sürecinin anahtar değişkenini zaman olarak tanımlamış, iletişim kuran bireylere mesaj alışverişi için yeterli zaman verilirse, çevrimiçi iletişimin, yüz yüze ortamlarda gerçekleşen bireyler arası iletişime benzer yoğunlukta olabileceğini ileri sürmüştür.

Bireyler arası etkileşimin etkililiğini ve etkililiğinin derecesinin ölçülmesi, iletişim sürecinde yer alan ipuçlarının sayısı yerine, mesajların zaman ve oran bakımından değerlendirilmesine dayanır. Bu bakış açısına getirilen eleştiri de bu noktada başlamaktadır. Bu bakış açısının temelinde eğer yeterli zaman verilirse, çevrimiçi iletişimin yüz yüze iletişim kadar etkili olabileceği düşüncesi yatmaktadır. Öte yandan, bu etkili sürenin ne kadar olduğu konusunda belirli bir standart yoktur. Çevrimiçi iletişime ayrılan zaman, iletişimi kuranların yapısına (yabancı ya da yakın arkadaş olmaları gibi) ve bireysel özelliklerine (konuşkan, içedönük gibi) bağlı olarak değişecektir. Benzer şekilde iletişim kurma sıklığı da bireylerin sahip olduğu özelliklere bağlı olarak değişebilecektir.

Hiperkişisel Bakış Açısı (Hyperpersonal)

Walther'ın (1996) sosyal bilgi işleme kuramını daha geliştirerek tanımladığı bir kavram olan hiperkişisel iletişim, çevrimiçi iletişimin, yüz yüze iletişime göre daha etkili olacağı düşüncesine dayanmaktadır. Walther'a göre (1996) bunun en temel sebebi, bilgisayarın eşzamansız iletişim özelliği ve iletişim sürecinde iletişim kuranlara ilişkin sınırlı ipucunun yer almasıdır. Bilgisayarın bu iki özelliği, kullanıcılar arasında daha olumlu ve arzu edilen bir iletişimin gelişmesine yardımcı olacaktır.

Hiperkişisel bakış açısı, SIDE (Social Identity of the Deindividuation Effects) modeline (Postmes, 1998) dayanmaktadır. SIDE modeline göre bireyler, gerçek kimlikleri yanında grup içinde kendilerine yeni bir kimlik oluştururlar. Daha çok grup normlarına, buldukları bağlama bağlı olarak gelişen durumsal normlara uyma eğiliminde olurlar (Postmes, Spears ve Lea, 1998). Bireyler grup içi normları kabul etme, grup dışı normları reddetme eğilimindedirler. Öte yandan bireyler, kendilerine yakın buldukları, ortak ilgileri paylaştıkları bireylerle biraraya gelmeyi tercih edeceklerdir. Ortamda bireylere ilişkin sınırlı ipucu olması ve katılımcıların gerçek kimlikleri hakkında bilginin olmamasından dolayı, kullanıcıların kendilerini yeni bir bireye ifade etmesi daha kolay olacaktır (Kim, 2002).

Walther (1996) hiperkişisel modelini oluştururken, Goffman'ın (1956) "İzlenim Oluşturma" ve "İzlenim Yönetimi" kavramlarından ve bilgisayarın eşzamansız iletişime olanak tanıma özelliğinden yararlanmışır (Doğan, 2006). İletişim sürecinde bilgisayar olması bireylere, istedikleri iletileri almada ve kendilerini istedikleri şekilde ifade etmede özgürlük vermektedir. Bu noktada, bireylerin mesajları alırken ve gönderirken seçici davranabilme şansları olduğu, bir diğer deyişle bilgisayarı bir filtre gibi kullanabildikleri söylenebilir. Bireyler iletişim kurdukları bireyleri idealleştirmekte, kendilerini sunarken de olumlu özelliklerini ortaya çıkararak, kendileri hakkında istedikleri izlenimleri oluşturabilmektedirler.

Eşzamansız iletişim ortamı, hiperkişisel iletişimi etkileyen bir diğer önemli değişkendir. Ortamın eşzamansız iletişim özelliği, iletişim sürecinde bireylerin birbirlerine gönderecekleri mesajlar üzerinde düşünmelerine, gözden geçirmelerine ve yeniden düzenlemeleri için yeterli zamanı vermektedir (Walter, 1996). Eşzamanlı iletişimde, iletişim anında cevap verme zorunluluğu olması bireylerin kendilerini zaman konusunda baskı altında hissetmelerine neden olabilir. Bireyler zaman baskısı altında olduklarından etkileşim, sosyalleşme yerine görev yönelimli olur. Eşzamansız iletişimde, bireyler gerek işleriyle ilgili gerekse sosyal anlamda birbirleriyle kendileri için en uygun olan ortamda iletişim kurabilirler (Kim, 2002).

Sonuç olarak, bilgisayarın izlenim oluşturma, izlenim yönetimi ve eşzamansız iletişim özelliklerinden dolayı bireyler çevrimiçi iletişimde, yüz yüze ortamlarda gerçekleştirdiklerinden daha başarılı bir iletişimi gerçekleştirebilmektedirler. Ayrıca bireyler arasındaki etkileşimin derecesi konusunda karar verirken, bireylerin birbirine gönderdikleri iletilerin sayısal olarak değerlendirilmesi yerine, içeriklerinin çözümlenmesi daha güvenilir olacaktır. İletişim sürecini açıklarken hiperkişisel iletişim bakış açısından yararlanmak, bize daha açıklayıcı, doğru, neden sonuç ilişkisini görebileceğimiz ayrıntılı bilgiler sağlayacaktır.



Sosyal bulunurluk kuramını hangi bakış açısına sahip araştırmacılar kullanmıştır?

Özet

Bu ünite de çevrimiçi iletişim farklı yönleriyle tanıtılmaya çalışılmıştır.

Çevrimiçi iletişim, bireylerin bilgisayar ve bilgisayar ağlarını kullanarak mesaj alış-verişinde buldukları iletişim sürecidir. Uzaktan iletişim (telecommunication) sistemlerini kullanarak mesajların kodlanmasını, aktarımını ve kod açılmasını kolaylaştıran bir süreçtir.

Çevrimiçi iletişim yalnız yazılı iletişimle sınırlı değildir; yazının yanı sıra görsel işitsel mesajlar da paylaşılabilir. Ayrıca, çevrimiçi iletişim, katılımcıların aynı zamanda bir arada olabileceği gibi aynı zamanda birarada olmalarını gerektirmeden de gerçekleştirilebilir. Başka bir deyişle çevrimiçi iletişim, eşzamanlı ya da eşzamansız olmak üzere iki grupta sınıflandırabiliriz. Eşzamanlı (senkron) iletişime en iyi örnek yüz yüze iletişimdir. Bu süreçte kaynak ve alıcı aynı yer ve zamanda bir aradadır. Öte yanda eşzamanlı iletişim katılımcıların (kaynak ve alıcı) aynı yerde bir arada olmasını gerektirmeden de gerçekleşebilir. Örneğin telefonla gerçekleştirdiğimiz iletişim –mesaj bırakma dışında- aslında bir eşzamanlı iletişimdir. Çevrimiçi ortamda da eşzamanlı iletişim kurulabilir. Sohbet (chat), Web konferansı (Web conference), Wiki gibi birbirinden farklı araçlar eşzamanlı iletişim kurmamızı sağlayabilir. Eşzamanlı olmayan ya da eşzamansız (asenkron) iletişimde ise iletişim sürecindeki bireylerin aynı yer ve aynı zamanda birarada olmasını gerektirmeyen iletişim türüdür. İnternetin sağladığı en önemli üstünlüklerden biri olarak eşzamanlı olmayan (asenkron) iletişimi hızlandırması gösterilebilir. Eşzamanlı olmayan etkileşime en güzel örnek mektupla iletişimdir. Eskiden günlerce hatta haftalarca sürebilen mektupla mesajlaşmanın hızı, İnternetin eposta uygulamasıyla birkaç saniyeye kadar düşmüştür. ePosta aşağıda inceleyeceğimiz gibi en yaygın kullanılan çevrimiçi iletişim yoludur. Eşzamansız iletişimde katılımcılar diledikleri yer ve zamanda iletişim sürecine katılabilirler. Çoğu araştırmacıya göre eşzamansız iletişim, mesajları göndermeden önce, nasıl bir mesaj göndermek istediğimiz üzerine düşünme fırsatı vererek, analitik düşünme süreçlerinin çalıştırılmasına yardımcı olan bir iletişim sürecidir. Öte yandan, gönderenler kadar mesajı alanlara da mesajları dikkatli inceleme ve daha kontrollü etkileşim kurabilme imkânı sağlamaktadır.

Çevrimiçi iletişim sosyal ilişkilerden sağlığa, alış-veriş alışkanlıklarından iş yaşamına, eğitimden eğlenceye, dilden ülke savunmasına hayatımızın hemen her alanında etkisini göstermektedir. Örneğin; insanlar artık çevrimiçi araçlar yardımıyla bireylerarası ilişkiler kurmayı tercih etmekte; daha fazla sayıda insan sayıları milyonları bulan sağlık ile ilgili ortamlardan yararlanmakta; kurumiçi ya da kurum dışı iletişimde başta eposta, web konferansı türü araçlar daha fazla tercih edilmekte; daha fazla sayıda üniversite çevrimiçi öğrenme imkanları sunmakta ve daha fazla sayıda öğrenci bu tür imkanlardan yararlanmaktadır.

Çevrimiçi iletişim bilimsel olarak ele alınan bir çalışma alanıdır. Bilim insanları çevrimiçi iletişimi incelemede kişisel olmayan (impersonal), bireylerarası (interpersonal) ve hiperkişisel (hyperpersonal) etkileşim olmak üzere üç bakış açısıyla incelemişlerdir.

Kendimizi Sınayalım

1. Aşağıdakilerden hangisi çevrimiçi iletişimi diğerlerinden ayıran temel özelliklerinden biri **değildir**?

- a. Sadelik
- b. Çokluortam
- c. Etkileşim
- d. Eşzamanlılık
- e. Bağlantılı metin

2. Aşağıdakilerden hangisi çevrimiçi iletişimin tanımınlarında yer alan temel unsurlardan biridir?

- a. Bilgisayar ağları
- b. Haberleşme
- c. Açıklama
- d. Paylaşma
- e. İnternet

3. Aşağıdakilerden hangisi yüz yüze etkileşime benzer nitelik gösteren çevrimiçi iletişim kurma biçimidir?

- a. Sanal iletişim
- b. Eşzamanlı iletişim
- c. Eşzamansız iletişim
- d. İnternet iletişimi
- e. Hedef yönelimli iletişim

4. Aşağıdakilerden hangisi eşzamansız iletişim araçlarından biridir?

- a. Sohbet
- b. ePosta
- c. Webex
- d. Adobe Connect
- e. Flickr

5. Aşağıdakilerden hangisi kullanıcılarının en son yazdıklarını en başta öncekilerin alta görünmesini sağlayan ve okuyucularının yorum yapmasına izin veren çevrimiçi iletişim aracıdır?

- a. ePosta
- b. Forum
- c. Web günlüğü
- d. Wiki
- e. Sosyal medya

6. Aşağıdakilerden hangisi çevrimiçi iletişimin hayatımıza olan doğrudan etkilerinden biri **değildir**?

- a. Çevrimiçi derslerin artması
- b. Kurumlarda telefon yerine epostanın kullanılması
- c. İnternet sağlayıcıların artması
- d. İnternette sağlık ile ilgili ortamların sayısının artması
- e. Sosyal medya uzmanlığı meslek dalının ortaya çıkması

7. Aşağıdakilerden hangisi sohbet yaparken uyulması gereken kurallardan biri **değildir**?

- a. Adres bilgilerini paylaşmamak
- b. Kullanıcı kodu ve şifresini paylaşmamak
- c. Kişisel fotoğraf ve videoları paylaşmamak
- d. Yüz yüze iletişimdeki etik kurallara uymak
- e. Kişi ekleme isteklerini kabul ettikten sonra incelemek

8. Aşağıdakilerden hangisi eposta ile iletişim kurarken uyulması gereken kurallardan biri **değildir**?

- a. Yabancılardan gelen epostaların içeriğine bakmamak
- b. Yabancılardan gelen eposta eklerini açmamak
- c. ePostanın Konu bölümüne büyük harflerle yazmamak
- d. ePosta adresini ve şifresini kimseyle paylaşmamak
- e. Kimlik bilgilerini eposta yoluyla paylaşmamak

9. Aşağıdaki kuramlardan hangisi bir bireyin iletişim ortamında diğerlerini gerçek birey olarak algılama düzeyine odaklanmaktadır?

- a. Sosyal Bulunurluk
- b. Sosyal Bilgi İşleme
- c. Ortam Zenginliği
- d. Topluluk Olma
- e. SIDE

10. Aşağıdaki hangi kurama göre bireyler, gerçek kimlikleri yanında grup içinde kendilerine yeni bir kimlik oluştururlar?

- a. Sosyal Bulunurluk
- b. Sosyal Bilgi İşleme
- c. Ortam Zenginliği
- d. Topluluk Olma
- e. SIDE

Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı

1. **a** Yanıtınız yanlış ise “Çevrimiçi İletişim Nedir?” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

2. **a** Yanıtınız yanlış ise “Çevrimiçi İletişim Nedir?” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

3. **b** Yanıtınız yanlış ise “Nasıl Çevrimiçi İletişim Kurarız?” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

4. **b** Yanıtınız yanlış ise “Nasıl Çevrimiçi İletişim Kurarız?” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

5. **c** Yanıtınız yanlış ise “Nasıl Çevrimiçi İletişim Kurarız?” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

6. **c** Yanıtınız yanlış ise “Çevrimiçi İletişim Hayatımızı Nasıl Etkiliyor?” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

7. **d** Yanıtınız yanlış ise “Çevrimiçi İletişimin Kurarken Nelere Dikkat Etmeliyiz?” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

8. **d** Yanıtınız yanlış ise “Çevrimiçi İletişimin Kurarken Nelere Dikkat Etmeliyiz?” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

9. **a** Yanıtınız yanlış ise “Çevrimiçi İletişim Bilim İnsanlarınca Nasıl İncelenmiştir?” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

10. **e** Yanıtınız yanlış ise “Çevrimiçi İletişim Bilim İnsanlarınca Nasıl İncelenmiştir?” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Düşündüğünüz tanımda aşağıdaki kavramları kullandıysanız doğru bir tanım yaptığımız anlamına gelmektedir:

Çevrimiçi

İletişim

Bilgisayar

Bilgisayar ağları

Aracılığıyla

Sıra Sizde 2

Oya için önerilebilecek en uygun çevrimiçi iletişim araçları Skype ya da benzeri sohbet araçlarıdır.

Sıra Sizde 3

Siber ya da sanal suçların artmasıyla ülkeler sanal saldırılara daha fazla önem vermiştir. Bunun sonucu olarak suçluların takip edilmesinde ve suç girişimlerinin önlenmesi için çevrimiçi iletişim ortamlarını takip ve analiz eden uzmanlar istihdam etmek ve birimler kurmak durumunda kalmışlardır.

Sıra Sizde 4

Ünitenin Giriş başlığı altındaki açıklamalar, “Şimdi sunuş öncesinde ne tür hazırlıklar yapmamız gerektiğini inceleyelim” türü açıklamaları girişe; “özetle”, “kısaca” kavramlarıyla başlayan cümleler akılda kalıcı sona örnek olarak verilebilir.

Sıra Sizde 5

Sosyal bulunurluk, kişisel olmayan bakış açısına ilişkin bir kuramdır.

Yararlanılan Kaynaklar

- Barnes, S.B. (2004). **Computer-mediated communication: Human-to-human Communication Across the internet**. Boston: Allyn and Bacon.
- Connolly, T., Jessup, L.M.& Valacich, J.S (1990). Effects of anonymity and evaluative tone on idea generation in computer mediated groups. **Management Science**, **36**(6), 689-703.
- Daft, R. L& Lengel, R. H. (1986) Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design, **Management Science**, **32**(5), 554-571.
- Doğan, A. (2006). **Bilgisayar Dolayımli İletişim: İnternette Sosyal Psikoloji Kuramlarını Yeniden Düşünmek**. Yayınlanmamış Doktora Tezi Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı.
- Dubrovsky, V. J., Kiesler, S., Sethna, B.N. (1991). The equalization phenomenon: Status effects in computer-mediated and face-to-face decision making groups. **Human-Computer Interaction**, **6**, 119-146.
- Garton, L. & Wellman, B (1995). Social impact of electronic mail in organization: a review of the research literature. **Communication**, **18**, 435-453.
- Jacobson, D. (1999). Impression Formation Cyberspace: Online Expectation and Offline Experience in Text-based Virtual Communities, **Journal of Computer-Mediated Communication** **5**(1).
- Kiesler, S., Siegel, J., & McGuire, T.W. (1984). Social psychological aspects of computer-mediated communication. **American Psychologist**, **39**(10), 1123-1134.
- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. **Business Horizons** **53**(1): 59-68.
- Kim, J. (2002). Interpersonal interaction in computer-mediated communication (CMC): Exploratory qualitative research based on critical review of the existing theories. **Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association**.
- Kip, B. (2012). **Yeni iletişim teknolojileri**. Eskisehir: Anadolu Üniversitesi
- Lea, M, & Spearr, R. (1991). Computer – mediated communication, deindividuation and group decision-making. **International Journal of Man-Machine Studies**, **34**, 283-301
- Liu, Y. (2002). What does research say about the nature of computer-mediated communication: task-oriented, social-emotion-oriented or both?. **Electronic Journal of Sociology**.
- Newhagen, J.E. & Rafaeli, S. (1996). Why communication researchers should study the Internet: A dialogue. **Journal of Computer-Mediated Communication**, **1** (4).
- Parks, M.R., & Floyd, K. (1996). Making friends in cyberspace. **Journal of Communication**, **46**(1), 80-97.
- Postmes, T., Spears, R., & Lea, M. (1998). Breaching or building social boundaries SIDE effect of computer-mediated communication. **Communication Research**, **25**(6). 689-715.
- Rice, R., & Shook, D. (1990). Relationships of job categories and organizational levels to use of communication channels, including mail: A meta-analysis and extension. **Journal of Management Studies**, **27**, 195-229.
- Walther, J. B (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, Interpersonal and hyperpersonal Interaction. **Communication Research**, **23**(1), 3-43.
- Walther, J. B (1992). Interpersonal effect in computer-mediated interaction: A relational Perspective. **Communication Research**, **19**(1), 52-90.
- Walther, J. B & Burgoon, J.K. (1992). Relational communication in computer-mediated interaction. **Human Communication Research**, **19**(1), 50-88.
- Wood, A. & Smith, M. (2005). **Online communication: Linking technology, identity, and culture**. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.: Mahwah, NJ.

8

Amaçlarımız

Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- 👁️ Uluslararası ve kültürlerarası iletişimi tanımlayabilecek,
- 👁️ Kültür şoku ve uyumlanmayı betimleyebilecek,
- 👁️ Kültürlerarası iletişimin faydalarını tartışabilecek,
- 👁️ Farklı iletişim tarzlarını karşılaştırabilecek

bilgi ve becerilere sahip olabilirsiniz.

Anahtar Kavramlar

- 🔑 Uluslararası İletişim
- 🔑 Kültürel Yeterlilik
- 🔑 Kültürlerarası İletişim
- 🔑 İletişim Tarzları
- 🔑 Kültür Şoku

İçindekiler

- ❖ Giriş
- ❖ Uluslararası ve Kültürlerarası İletişim
- ❖ Kültür Şoku ve Uyumlanma
- ❖ Kültürlerarası İletişim Faydaları
- ❖ İletişim Tarzları

Uluslararası ve Kültürlerarası İletişim

GİRİŞ

Günlük hayatımızda karşılaştıklarımızı hatırlayalım. Bir de karşılaştığımız olaylara verdiğimiz tepkileri, onları nasıl yorumladığımızı düşünelim. Farklı olay ve durumlara karşı her bir bireyin farklı tepkilerde veya yorumlamalarda bulunabildiğini görüyoruz. Bu farklı davranış, yorumlama ve iletişim olarak adlandırabileceğimiz süreçlerin içerisinde ‘kültür’ önemli bir rol oynuyor. Her bir bireyin kendine özgü kültürel merceğinin olabileceğini söyleyebiliyoruz. Tanıklık ettiğimiz dünyayı, olayları ve durumları nasıl göreceğimizi gösteren bir merceğe olduğuna düşünebiliriz. Bu, ülkeler ve farklı kültürler için de geçerli.

Edward Hall, kültürün bir perde gibi görev yaparak bireyin dış dünyayı anlamlandırmasına, yorumlamasına ve şekillendirmesine yardım ettiğini vurguluyor. Bireylerin, grupların, ya da toplulukların paylaştıkları ortak deneyimler olan ve bu deneyimlerin onların dünyayı algılama biçimlerini anlatan kültür, her bireyin algı durumunu, davranışını, hareketini ve hatta iletişimini etkilemektedir.



Calwin Wells'e göre her insanın olduğu gibi her insan grubunun da kendine özgü kültürü vardır. Bunlardan bazıları sahip olduğumuz kendi kültürümüzden çok farklıdır ve bizim alışkın olduğumuz kavramsal çerçeveye başvurularak anlaşılabilirler. Bu durumlardan çıkarılacak sonuçlar vardır. Farklı olan kültürleri kendi alışık olduğumuz değerlendirme ölçütlerine göre yargılamamız gerekir.

Hall'a göre insanların tepkilerini hareketlerini ve iletişimlerini biçimlendiren kültürün, insanların yaşamak için yaptıkları her şeyi içine aldığı ve çalıştırılmadan önce mutlaka öğrenilmesi gereken bir sistem olduğunu söyler.

Kültür kavramı ve önemi ile ilgili olarak farklı yol izleyelim. İnternet üzerinde gezdiğimizde belli bir ifadeyi veya kelimeyi aramak için kullandığımız arama motorlarından birisini seçmiş olalım. Örneğin, Google arama motorunda ‘Avrupa’ kelimesini 1 Mayıs 2012 tarihinde aradığımızda 119 milyon sonuç karşımıza çıkıyor. Kesinlikle dikkat çeken bir rakam. Peki, hiç ‘kültür’ kelimesini aramayı düşündünüz mü? Merak etmeyin. Aynı tarihte, aynı arama motoruna ‘kültür’ kelimesini yazdığımızda karşımıza çok daha dikkat çeken bir rakam geliyor. Tamı tamına 3 milyar 510 milyon sonuç. Son olarak da ‘iletişim’ kelimesini arayalım. Karşımıza 821 milyon sonuç çıkıyor. Anlaşılacağı üzere ‘kültür’ ve ‘iletişim’ kelimeleri dikkati çeken bir öneme sahip.



Kaynak: <http://www.europe.org.uk/2011/12/28/funding/>

ULUSLARARASI VE KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM

Hemen başta verdiğimiz örnekten yararlanarak Avrupa ile ilgili birçok tartışmanın içerisinde de kültür ve iletişim kelimelerinin geçtiğini söylemek doğru olacaktır. Sadece Avrupa mı? Elbette hayır. Farklı kültürlerin birbirleri ile etkileşim içerisinde olabilmesinde kültür ve iletişim ile konuların bir arada ele alınabilmesi gerekmektedir. Bu gereklilik de ‘uluslar ve kültürlerarası iletişim’ kavramını ortaya çıkartmaktadır. Uluslararası ve kültürlerarası iletişim en sade tanımıyla bireylerin farklı kültürel topluluklardan etkilendikleri ve içinde buldukları etkileşim sürecinde her türlü anlamı üretmeleri ve paylaşımları anlamına gelmektedir. Elbette, böylesi bir süreçte uluslararası ve kültürlerarası iletişim açısından ortaya çıkan temel kavramların başlıcaları şu şekilde ifade edilebilir:

1. Farklı uluslardan ve kültürlerden bireylerin iletişimi
2. Dinler arası iletişim
3. Etnik gruplar arası iletişim
4. Bölgeler arası iletişim
5. Cinsiyetler arasındaki iletişim

Yukarıda ifade edilen ve sayısı daha da arttırılabilecek farklı iletişimlere dayalı kültürel grupların kendilerine ait belli özelliklerinin olduğunu hatırlamamız gerekmektedir. Bireylerin veya grupların taşıdığı kimlik özellikleri de iletişimlerini gerçekleştirmelerindeki farklı belirleyicileri ortaya koymaktadır. Örneğin, ‘ön yargıları ortaya koyma biçimleri’, ‘dil kullanma biçimleri’, ‘sözsüz ifade biçimleri’ ve ‘ilişki biçimleri’ gibi belirleyicilerden oluşmaktadır. Bireylerin içinde yer aldığı gruplar da kendilerine özel kimliklere sahiptir. Grup kimliğine ilişkin geleneksel kuramlar temelinde iki tür grup kimliğini tarif etmektedir. Bunlar, ‘atfedilmiş kimlik’ ve ‘kabul edilmiş kimlik’tir.

Atfedilmiş Kimlik: Belli bir demografik özelliğe ve rol tanımına bağlı olarak ‘başkalarının’ sizinle etkileşim içerisindeyken yine sizin hakkınızda doğru olduğuna inandıkları ve böyle düşündükleri varsayımlardır. Bu tür atfedilmiş kimlikler genellikle birinin veya belli bir grubun fiziksel görünümü, birinin ismi üzerinden etnik veya dini çağrışımlar ile diğer klişeleşmiş basmakalıp düşünceler üzerinden gerçekleşir.

Kabul Edilmiş Kimlik: Bir kişinin grubun sahip olduğu bağlantıları ve özellikleri güçlü bir şekilde sahiplenerek oluşturduğu kimliktir. Örneğin, bir kişinin yeni bir kültürün içerisine karışarak içinde bulunduğu yeni yerin değerlerine ve farklı şeyleri yapış biçimlerine kabul ettiği kendi kimliği içerisinde güçlü bir şekilde önem vermesidir.

Atfedilmiş ve kabul edilmiş kimlikler uluslararası ve kültürlerarası iletişimi anlayabilmek için son derece önemlidirler. Farklı örnekler baktığımız zaman görüyoruz ki, farklı kültürden birisi sizinle iletişime geçmek istediğinde temel hareket noktası size atfedilmiş kimlik olmaktadır. Bu da başka insanlar veya gruplar tarafından nasıl algılandığınızı belirlemektedir.



Kaynak: <http://edexpat.com/phoenix-rising-a-question-of-cultural-identity/>

Farklı bireyler ve gruplar arasındaki iletişim daha genel bir bakış açısı içerisinde farklı dünya görüşleri ve değerleri arasında iletişimi kurabilmek anlamına da gelmektedir. Uluslar ve kültürler arasında yetkin bir şekilde iletişim kurabilmek için kültürlerin kendi dünya görüşleri içerisinde ayrıştığını, farklılaştığını görebilmemiz gerekir. Kültürlerarası iletişimde kültürel dünya görüşlerinin sınıflandırılmasında Geert Hofstede'nin yaklaşımı dikkat çekmektedir. Bu görüşe göre kültürler temelde 5 boyutta sıralanmaktadır.

Bunlar:

1. Bireycilik/Ortaklaşıcılık: Örneğin, şöyle bir soru ile anlamaya çalışabiliriz. Bireyler kendilerine ait özellikleri ile mi, yoksa ait oldukları grubun özellikleri ile mi tanımlanmaktadır? Tercih edilen bireysel başarı mıdır, yoksa grubun çeşitliliğini koruyabilmek midir?
2. Belirsizlikten Kaçınma: Bildiğimiz ve güven duyduğumuz yollar ve yöntemleri mi tercih ediyoruz, yoksa risk almak daha ödüllendirilen bir yöntem mi? Hangi yaklaşımı daha çok tercih ettiğimizi düşünebiliriz.
3. Güç Mesafesi: Toplumsal statü ve roller arasındaki mesafe mümkün olduğunca azaltılmalı mı, yoksa toplumda yer alan hiyerarşik yapılanma ve statü vurgulamaları korunmalı mı? Kendimize bireysel olarak veya ait olduğumuz grup açısından bu sorunun yanıtının ne olabileceğini sorabiliriz.
4. Eril/Dişil: Böyle bir başlık tanımında kadın veya erkek arasındaki ilişki akla gelmemelidir. Örneğin, içinde bulunduğumuz kültür rekabete mi, yoksa işbirliğine mi odaklanmaktadır? Hedeflenen paylaşım mıdır, yoksa bireyselci kazanma mıdır?
5. Kısa Dönem Yönelim/ Uzun Dönem Yönelim: Yukarıda yer alan sorulardaki gibi bu sıralama maddesini anlayabilmek için bir başka örnek de şu şekilde verilebilir. Hızla elde edilen ve bireysel amaçlara hizmet eden çıktılar mı önceliklidir, yoksa uzun vadeli bakış açıları ile sosyal düzen mi vurgulanmaktadır?



Kaynak: <http://www.dzineblog360.com/2011/05/magical-cultural-understanding-and-client-designer-relation/>

Yukarıda yer alan beş ayrı boyuttaki kültür ve kültürel görüş yaklaşımlarının hiçbiri diğerinden daha doğru veya daha yanlış değildir. Bu yaklaşımların herbiri farklı kültürel birey ve gruplarda belli öncelikler ile yer almaktadır. Elbette, farklı önceliklere sahip olan bireyler ve gruplar ile etkileşimde dikkat edilmesi gereken durumlar söz konusudur. Örneğin, bireyselci yaklaşımları tercih edenlerin ortaklaşacı yaklaşımları tercih edenler ile etkileşimlerinde dikkat edecekleri konuları bir öneri dizisi içerisinde inceleyebiliriz:

1. Ortaklaşacı yaklaşımı tercih edenlerin gruba aidiyeti öncelik saydığını ve davranışları buna göre sınıdığını hatırlamalıyız.
2. Gruplar içerisindeki statü eşitliğini zorlamayın. Ortaklaşacı yaklaşımları kabul edenlerin önceliği bu olabilir.
3. Aşırı rekabetten kaçının. Çeşitliliğe ve işbirliğine biraz daha çok önem vermeye çalışın.
4. Aşırı tartışmadan kaçının. Tartışmayı daha dolaylı bir paylaşımaya dağıtmaya çalışın.
5. Uzun süreli dostluklar kurmaya çalışın.
6. Başlangıç paylaşımlarında daha nazik ve ciddi olmaya çalışın.

Kültürel yaklaşım biçimleri ve yaklaşım biçimleri içerisinde etkileşim ile iletişimi etkin bir şekilde yürütmeye ne kadar istekli olsak da, bazen beklediğimizden farklı durumların içerisinde kalabilmekteyiz. Kimi zaman kendimizi 'hiç tanımadığımız' bir kültürün içerisinde bulduğumuzu da düşünebiliyoruz. İşte bu tür durumlarda yaşadıklarımızı da 'kültür şoku' olarak adlandırabiliyoruz.



Farklı bir ülkede, farklı kültürel bir ortamda bulunduğunuzu anladığınızda temelde dikkat edeceğinizi düşündüğünüz noktaları tanımlayınız. Çevrimiçi iletişimi kendikelimeleriniz ile tanımlayınız.

Şimdi kültür şoku ve ilişkili olarak uyumlanma kavramlarına bakalım.

KÜLTÜR ŞOKU VE UYUMLANMA

Kültür şoku bireylerin kendilerini farklı ve çok tanımadıkları bir kültür içerisinde bulduklarında yaşadıkları strese denilmektedir. Alışık olunmayan yeni kültür içerisinde günlük hayatımız içerisinde yaptığımız birçok şeyi yerine getirmek basit başına zor bir hal almıştır. Baskın kültür altında kişinin kimliği yeni durumu yönetmekte zorluk çekmektedir. Bu durumun yurt dışına giden işçilerde, değişim öğrencilerinde veya farklı şirketlerde görev alan yetkililerde görülebildiğini söyleyebiliriz. İçine yeni girdiğimiz kültür ile bir uyum sorunu söz konusudur. Tahmin edileceği gibi bu uyum sorunu da bir şekilde stres ve sıkıntı durumu olarak ortaya çıkabilmektedir.



Kaynak: <http://www.nacel.org/study-languages-abroad/2010-06-not-feeling-good-abroad-moody-anxious-down-in-the-dumps-you-might-experience-culture-shock.php>

Özellikle mültecilerin ve göçmenlerin durumunda yeni bir çevreye ayak uydurma veya uyumlanma durumu söz konusudur. Mülteci veya göçmen olma durumundaki kişiler için çoğu zaman ülkelerine geri dönmek mümkün olmadığı için yeni yerin kültürüne uyumlanmada ve alışmada iletişim çok önemli bir rol oynar. Böylesi bir kültürlerarası uyumlanma sürecinin niteliğini belirleyen iletişime ilişkin önemli bileşenler de şu noktalardan oluşmaktadır:

- Benzer kültürden olan ve önemli bir yoğunlukta olan mülteci veya göçmenlerin topluluk desteği göstermesi,
- Kitle iletişim araçlarının hassasiyeti,
- Ev sahibi kültürün kendinden olmayan nüfuslara karşı kabul edebilirliği,
- Ev sahibi nüfustan olanlar ile mülteci ve göçmenlerin bireylerarası etkileşime geçebilme fırsatları

Eğer bu iletişim etkenleri eksik veya dengesiz bir şekilde yer alırsa mültecilerin, göçmenlerin ve benzer durumdakilerin sahip oldukları doğal kendi kültürlerini kaybetme ve asimile olma durumları söz konusudur. Böylesi bir durumun yanında karşılaşılabilecek başka bir durum ise bu durumdaki kişilerin kendilerini ev sahipliği yapan kültüre karşı soyutlamalarıdır. Benzer şekilde, ev sahipliği yapan kültürün gündelik etkinliklerine tam katılımı eksikliklerin olduğu da görülebilir. Uyumlanma için iletişimin temel amacı kültürlerarası kimliklerde bir bütünleşme sağlayabilmektir. Bu doğrultuda çabanın bir parçası olabilmektir.

Kültürlerarası bütünleşmenin ve bu ortaklıktan fayda çıkarabilmenin yolu “kültürel yetkinlik” elde edebilmekten geçmektedir. Kültürel yetkinlik belli bir süreç içerisinde elde edilen ve kültürel bilgilerin kazanıldığı, kültürel değerler ve inançların farkında olunup günlük hayatta bu farkındalığın işler hale getirildiği, davranışlarımızın neden olduğu durumların ve ilintili hassasiyetlerin anlaşılmasına çalışıldığı bir süreci işaret eder. Her kişi kültürel farklılıklara sahip olduğu için kültürel yetkinlik elde edebilmesi de bu farklılıklara göre değişiklik göstermektedir. Kültürel farklılıklara sahip olan kişilerin yine kendilerine özgün davranışları da şu temel başlıklar çerçevesinde biçimlenmektedir:

- İletişim: Kültürel farklılıklara bağlı olarak sözlü ve sözsüz iletişim biçimleri değişiklik gösterebilmektedir.
- Mekan: Kültürel farklılıklara bağlı olarak kişisel alan ve mekanların kullanımı, bireyler arası mesafeler gibi kavramlar farklılıklar gösterebilmektedir.
- Sosyal Kümelenme: Kültürel farklılıklara bağlı olarak kişilerin aile yapısı ve dini değerlere yaklaşımı farklılıklar gösterebilmektedir.

- d. Zaman: Kültürel farklılıklara bağlı olarak zamanı algılamak ve geçmiş, şimdi ve gelecek ile ilgili değer atıflarında bulunmak da kişilere göre farklılıklar gösterebilmektedir.
- e. Çevreyi Kontrol: Kültürel farklılıklara bağlı olarak kişiler çevre ile ilgili farklı değer yargılarına sahip olabilirler. Örneğin, bir kişi çevrenin denetim ve kontrol altında tutulmasını tercih ederken bir başka kişi çevre ile ilgili daha özgürlükçü bir yaklaşıma sahip olabilir.
- f. Biyolojik Çeşitlilik: Belli değerlendirmeler ve yaklaşımlar kişilerin kültürel farklılıklarına bağlı olarak hayat bulurken belli durumlar ve özgün özellikler de kültürlere özel şekillerde yer alabilirler.



Kaynak: <http://allegralearning.com/presentations-workshops.html>

Kültürel farklılıklara bağlı olarak kişilerde yer alan ve yukarıda sıralanan temel değişik yaklaşım ve davranış biçimlerinin yanı sıra kişiler açısından kültürel yetkinlik elde etmede yer alan süreçte şu üç temel kavram dikkati çekmektedir:

1. Kültürel bilgi: Başka bir kültürel grubun ve farklı bir kültürel özelliğe sahip kişinin kültürel özellikleri, tarihi, değerleri, inanç sistemleri ve davranış biçimleri hakkında alışma ve yaklaşım sağlamayı işaret eder.
2. Kültürel farkındalık: Başka bir kültürel gruba veya farklı bir kültürel özelliğe sahip kişiye karşı hassasiyet ve anlayış geliştirmeyi işaret eder. Farkındalık ve hassasiyet ifadeleri aynı zamanda açıklık ile esneklik gösterebilmeyi de işaret etmektedir. Kültürel farkındalık kültürel bilgi ile desteklenmelidir.
3. Kültürel hassiyet: Kültürel benzerliklerin olduğunu bilmek kadar kültürel farklılıkların da olduğunu bilmek gerekir. Bu kültürel farklılıklara iyi veya kötü, doğru veya yanlış gibi değerleri yakıştırmaksızın bu farklılıkları görebilmemiz gerekir.

Kültürel yetkinliği elde etmek ile ilgili süreci her ne kadar beslersek besleyelim kimi durumlarda ve zamanlarda farklı yeterlilikler ile karşılaştığımızı da söyleyebiliriz. İşte bu noktada, az önce de belirtildiği gibi, mülteciler, göçmenler veya alışık olmadığımız kültürlerden insanlar ile karşılaştığımız durumlardaki gibi, kültürel yeterlilik ile ilgili bilgi ve becerilerimizde farklı 'kültürel yeterlilik (veya yetkinlik) seviyelerine' sahip olabiliyoruz. Bu kültürel yeterlilik seviyeleri şu şekilde sıralanabilir:

1. Kültürel yıkıcılık: Davranışlarımızın, tavırlarımızın, kurallarımızın ve uygulamalarımızın diğer kültürlerden olanlara karşı yıkıcı olması durumunda kültürel yıkıcılık kavramı karşımıza çıkmaktadır. Diğer kültürlerle ve kültürlerden olanlara karşı bilerek yıkıcı davranışlarda bulunmak ve farklı kültürlerden olanlara karşı insani olmayan yaklaşımlarda bulunmak ve bu kişilere karşı aşağılayıcı değerler atfetmek yıkıcılık içerisinde yer almaktadır. Diğer kültürlerden olanları ortadan kaldırmaya çalışmak, bu kişilere karşı sömürmeye yönelik bir takım eylemlerde bulunmak da aynı sınıflama içersine girmektedir.

2. Kültürel yetersizlik: Farkında olmadan veya bilmeyerek yer alan kültürel yıkıcılık durumudur. Bir tür taraflı bir sistemi işaret etmektedir. Belli bir kültürel kimlikteki grubun diğerini veya diğerlerini yok sayması durumudur. Diğer kültürlerden ve gruplardan korkulması da örnek olarak gösterilebilir. Ayrımcılığa neden olan uygulamaların görülmesi, belli grupların beklentilerinin ve değer algılarının düşürülmesi ve benzer durumlar da bu örnekler içerisinde gösterilebilir.
3. Kültürel körlük: Bir tür tarafsız olma yaklaşımıdır. Bu yaklaşıma göre herhangi bir kültür, sınıf veya ırk diğerlerine göre bir farka sahip değildir. Böylesi bir yaklaşımda aslında “ben tarafsızım” ifadesi ile dolaylı olarak kendi kültürel grubunun üstünlüğüne ve gücüne dayanan yaklaşımlarda bulunmaktadır.
4. Kültürel yeterliliğe yakınlık: Farklı kültürler ve kültürlerden olan kişiler ile çalışmalarda gözlemediğimiz zayıf yanlarımızın farkına varma durumudur. Farklı kültürlerden kişiler ile çalışmaları yürütürken her kültürün temsiliyetini mümkün olduğunca sağlamaya çalışmak ve insan haklarına bağlılık göstermek gibi yaklaşımları içermektedir. Bu yaklaşım, egemen kültürel gruplardan temsilcilerin kimi zaman ‘ödün verildiğini’ düşündüğü gibi bir yanlış hissin de uyanabilmesine neden olmaktadır.
5. Kültürel yeterlilik: Kültürler arasında benzerlikler olabileceği gibi farklılıkların da olabileceğini görmek, bu farklılıkların varlığını kabul etmek ve bunlara saygı göstermek anlamına gelmektedir. Diğer kültürlerle karşı hassiyetlerin özenle yaşatılması gerektiğini, bu durumla ilgili bilginin artırılmasını ve çeşitliliğe önem verilmesini işaret etmektedir.
6. Kültürel maharet: Kültürler en üst saygınlık derecesinde ele alınarak değerlendirilir. Kültürler ile ilgili olarak yeni yaklaşımların üretilebilmesi, varolan bilginin üzerine eklenebileceklerin sorgulanması ve kültürler arası etkileşimin önemine inanarak kültürel yetkinlik için savunuculuğun yapılmasını da işaret etmektedir.

Bakın bir başka tartışma ve değerlendirmeyi de özellikle Avrupa ve Türkiye’yi içine alan Erasmus öğrenci değişim sistemine göndermelerde bulunarak yapabiliriz. Türkiye’yi de içine alan Avrupa içindeki öğrenci ve öğretim elemanı değişim programı sayesinde gün geçtikçe artan bir hareketlilik gözlemlenmektedir.



Kaynak: <http://e-gazete.anadolu.edu.tr/ayrinti.php?no=9773>

Bu özel (Erasmus) hareketlilik sayesinde belirtilen coğrafyalar arasında bir noktadan diğerine temelde hem ‘insan hareketlilikleri’, hem de ‘bilgi hareketliliği’ sağlanmıştır. Kuzeyde olan güneye, güneyde olan doğuya veya doğuda olan kuzeye yaygınlaştırılmıştır. Farklı bilgi, farklı bilme, farklı öğrenme ve farklı paylaşma gibi farklılıklar ile dolu birçok şeyden korkmak yerine bunların farkındalığını ve mümkün olduğunca paylaşımını amaç edinilmiştir. Yukarıda yer alan tartışmalardaki bir durum burada da göze çarpmaktadır. Avrupa’nın bir ülkesinden Türkiye’ye gelen veya Türkiye’den Avrupa’nın bir ülkesine giden öğrenciler için de farklı zaman dilimlerinde ve durumlarda kültür şokunun yaşanması, uyumlanma, kültürel yetkinlikler elde etme gibi durum ve süreçler de belirlemiştir. Karşılaşılabilecek durumlar sadece gittikleri yeni kültür ile sınırlı değildir. Kendi ülkelerine döndüklerinde de kendi kültürlerine katılımları

ile geri dönüşe ilişkin de kimi zaman bir zorlanma ve uyumlanma süreci yaşamaları gözlenebilmektedir. İşte bu tür kendi baskın kültürünün olduğu yere geri dönüş süreçlerinde de belli “kültürel uyumlanma aşamaları” yaşanabilmekte veya gözlemlenebilmektedir. Bunlar:

1. Balayı süreci: Yeni gelenler tüm ilginç, hoş yerler ve deneyimleri ile dostça karşılaşmaları hakkında bir baş dönmesi içerisinde olabilirler.
2. Düşmanlık: Yeni gelenler için karşılaşma süreci geçip o ilk keyifli anlar zayıfladıkça daha belirginleşen roller ile görevler zorlayıcı gelebilmektedir. Bazı durum ve zamanlarda hayal kırıklıkları söz konusu olabilir. İşte böyle durumlarda kültürlerarası iletişim becerileri ve bilgileri sınırlı olanlar ziyaretlerini sonlandırabilir veya kendilerini dış dünyaya iyice kapatabilirler.
3. Mizah: Yeni gelenler karşılaştıkları zorluklar ve sıkıntılar içerisinde kendilerini mizahi bir çerçevede değerlendirebilirler.
4. Uyum: Yeni gelenler misafir oldukları kültürel doku içerisinde bir tür rahatlık ve yetkinlik hissine sahip olabilirler. Hatta bu deneyimlere sahip olan kişiler yeni gelen diğer kişiler için deneyimlerini paylaşabilir, farklı danışmanlıklarda bulunabilirler.
5. Kararsızlık: Yeni gelenlerin misafir oldukları kültürel dokudaki süreleri dolmaya başladıkça eve dönüşlerine ilişkin heyecanları ile yeni kültürel dokudaki deneyimlerinin ve bir tür serüvenlerinin sona gelmesi arasında bir tür kararsızlık yaşayabilirler.
6. Kendi kültürüne geri dönüş şoku: Kendi kültürel dokusuna geri dönen kişiler kendi kültürlerinde geride kalan tanıdıklarının, dostlarının veya yakınlarının zayıf ilgisi veya desteği nedeniyle bir tür şoka uğrayabilirler. Bazı durumlarda kendi kültürüne geri dönüşünde yaşanan şok gidilen yeni kültürde yaşanan şoktan daha da fazla olabilmektedir.
7. Yeniden sosyalleşme: Kendi kültürel dokusuna geri dönen kişiler kendilerini belli bir süre sonar tekrar uyum doğrultusunda ayarlamaya başlarlar. Yeniden sosyalleşme ile ilgili süreçte üç farklı değişim gözlenebilir:
 - a. Özümseticiler: Özümseticiler eski alışkanlıklara geri döndürmeye ve uyumlandırmaya çalışır. Kişiler diğer kültürde yaşadığı deneyimleri unutmaya eğilimlidirler.
 - b. Yabancılaştırıcılar: Yabancılaştırıcılar ise kendi kültürüne geri dönmüş olan kişinin yine geri döndüğü kendi kültüründe karşılaştıkları ve yaşadıkları ile asla yetinememesi ve mutlu olamamasını işaret etmektedir. Bu kişilerde başka bir seyahat veya ziyaret söz konusu olana kadar da huzursuzluk durumu gözlenebilir.
 - c. Dönüştürücüler: Dönüştürücüler ise geri dönülen kendi kültürümüzde elde ettiğimiz kültürlerarası bilgi ve deneyimi ilişkilerimizde veya işlerimizde canlı bir şekilde kullanabilmemizi sağlayan bir tür değişim-dönüşüm uzmanları gibi çalışırlar.

Yukarıda tartışılan durumların tümünde farklı bir kültürü tanıma ve anlamaya ilişkin yaklaşımlar ile birlikte o kültür ile ve o kültürden kişiler ile iletişim kurabilmek söz konusudur. İşte bu nedenle uluslararası ve kültürlerarası iletişim tartışılan ve daha farklı birçok nedenle önemli kavram haline gelmiştir.



Kültürel farklılıkların olduğunu hissettiğiniz bir grup ile toplantı halindediniz. Arada yer alan boşluklarda grup üyeleri arasında konunun dışında bazı gerilimler oluştuğunu fark ediyorsunuz. Hangi temel yaklaşım ve davranış biçimlerinin hatırlanmasında fayda olduğunu düşünürdünüz?

KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİMİN FAYDALARI

Farklılıkların ve çeşitliliklerin yer aldığı dünyamızda her ne kadar gün geçtikçe arttığını düşündüğümüz sorunlar ile karşılaşsak da böylesi farklılıkların ve çeşitliliklerin olduğu bir dünyanın sunduğu seçenekler ve faydalar çok daha önemlidir. Farklı kültürlerden insanlar ile kurulacak iletişim ve yer alacak ilişkiler farklı birçok ortak faydanın üretilmesine de aracılık edecektir. Özellikle, bilinç olarak çok daha sağlıklı toplumlar söz konusu olacaktır. Artan uluslararası, ulusal ve yerel ticaret bağları söz konusu olacaktır. Gün geçtikçe azalan uzlaşmazlıklar ve çatışmalar gözlenecektir. Artarak gelişen hoşgörü ve ortak uzlaşma ortamı ile birlikte bireyler açısından gelişim de gözlenebilecektir. Unutmamak gerekiyor ki, sağlıklı bir toplumda birliktelik bireylerin aralarındaki farklılıkları kabul edip, bunu değer olarak görebilmelerinde yetersizdir. İfade edilen tüm paylaşımlar içerisinde de, her türlü insan etkileşiminde de iletişim temel olma özelliğine sahiptir. Aynı zamanda, iletişim uluslararası ve kültürlerarası etkileşimin de temelinde yer alan başlıca etkenlerdendir.



Kaynak: http://1.bp.blogspot.com/_2HAEfZVEjLM/TMo1QvLfp-I/AAAAAAAAAABc/IxA1L8GSwo0/s1600/MPi04331390000_1.jpg

Kişilerin temsil ettiği kültürel özelliklerin iletişim içerisinde bulunabilmesi ülkeler ve kültürler arasında fiziksel olarak varolan veya olmayan sınırların da kaybolması anlamına gelir. Elbette, farklı kültürlerden kişiler ile iletişim kimi zamanlarda zorluklar ile doludur. İşte böyle durumlarda etkili iletişimin, özellikle de kültürlerarası iletişimin faydası kültürel engellerin ortadan kaldırılabilmesine yarar. Hatırlayalım, kültür en yalın tanımlarından biriyle baktığımızda semboller, inançlar, davranışlar, değerler, beklentiler ve yaklaşımlar ile ilgili bir paylaşım sistemini ifade eder. Bu bağlamda, kültürler iletişimi etkileme biçimleri bakımından farklılaşırlar. Bunlar şu şekilde tanımlanabilir:

1. Süreklilik: Kültürdeki koşullar süreklilik gösterebilir. Bunun yanında hızlı veya yavaş şekilde değişim de gösterebilir.
2. Karmaşıklık: Örneğin, bilgiye ulaşma bakımından kültürler çeşitlilik gösterebilir.
3. Oluşum: Bazı kültürler birçok çeşitli alt kültürden meydana gelebilir. Bazı kişiler için ise bu durum sözkonusu olmayabilir.
4. Kabul Etme: Kültürlerde farklı kültürlerden olanlara karşı farklı yaklaşım biçimleri gözlenebilir. Bazıları daha zor görünmekle beraber bazıları da daha yakın ve kolay iletişim kurulabilir olarak görülebilirler.

Kültürlerin iletişimi etkileme biçimleri ne kadar farklılaşırsa farklılaşsın, bu farklılıkların çeşitli değerler taşıdığını görebilmemiz gerekir. Daha iyi veya daha kötü veya daha önemli veya daha önemsiz gibi tanımlamalar ile atıflara gerek duymaksızın bu tür özelliklerin olduğunu hatırlamamız gerekir. Bunların insanlara ait özellikler ve en önemlisi değerler olduğunu hatırlamalıyız. Çeşitliliği bir tür zenginlik olarak algılamamız gerekir.

Kültürlerarası iletişimin gerekliliğine ve faydalarına inanırken farklı kültürel iletişim biçimleri ile nasıl etkileşim içerisinde olacağımıza da dikkat etmemiz gerekir. Dikkat ettiğimiz bu noktalar kültürlerarası iletişimden mümkün olan en büyük faydayı sağlamamıza da yardımcı olur. Kültürlerarası iletişimde temel olarak dikkat edilmesi gereken bu noktalar şu şekilde sıralanabilir:

- a. Farklı sosyal değerlerin olduğunu aklımızda tutalım.
- b. Farklı statü algılamaları, yorumlamaları ve anlamlarının olduğunu ve bunları sergilemede de farklılıklar olabileceğini hatırlayalım.
- c. Farklı karar alma yöntemleri ve yaklaşımlarının olabileceğini unutmayalım.
- d. Farklı zaman algılarının olabileceğini hatırlayalım. Bazı kültürler zamanı önemli bir değer, hatta maddi bir değermiş gibi algılamak, bir başka kültür daha rahat değerlendirilebilecek bir yaklaşımda olabilir.
- e. Farklı bireysel mesafe ve mekan algılarını hatırlayalım. Bazı kültürlerde yakın bireysel ilişkiler ve iletişim tercih nedeniyle başka kültürlerde bireylerarası mesafe tercih ediliyor olabilir.
- f. Farklı kültürel dokulardan kaynaklanan sözlü ve sözsüz iletişimi kullanma biçimlerinde farklılıklar olabileceğini unutmayalım.
- g. Farklı beden dillerinin olduğunu unutmayalım. Bir kültürde yer alan beden dilinin farklı bir kültürde çok daha farklı anlamlar taşıyabileceğini unutmayalım.
- h. Farklı davranış kurallarının olabileceğini hatırlayalım. Bir kültürde doğru olarak bildiğimiz bir davranışın farklı bir kültür içerisinde olumlu karşılanmayacak şekilde algılanabileceğini unutmayalım.
- i. Farklı hukuki ve etik davranışların da var olduğunu, kültürlerarası etkileşim ve iletişim süreçleri içerisinde farklılaşabileceklerini hatırlayalım.
- j. Farklı dil engellerinin olabileceğini hatırlayalım. Aynı dili konuşanlarda olduğu gibi aynı dili konuşanların arasında da çeşitli nedenler ile paylaşım ve anlaşma süreçlerinde engeller olabileceğini unutmayalım.

Farklı kültürlerarası iletişim biçimleri ile etkileşim, paylaşım ve iletişim içerisindeyken dikkat edilmesi gereken gereken temel noktaları vurgulamışken tartışılan bu noktaları özetleyen ve bizlere yardımcı olabilecek bir rehberden de yararlanabiliriz. Bu bağlamda, kültürlerarası iletişimde bireylere rehberlik edebilecek noktaları şu şekilde özetleyebiliriz:

1. İletişimde sorumluluk alın.
2. Yargılardan uzak durun.
3. Saygı gösterin.
4. Empati kurun.
5. Sabırlı olun.
6. Kendi kültürel yanlılıklarınızı hatırlayın.
7. Esnek olun.
8. Açık mesajlar paylaşın.
9. Kültürel hassasiyetinizi arttırın.
10. Dinlemeyi önemseyin.

Unutmayalım, uluslararası ve kültürlerarası iletişimde en yaygın sorunlar karşılıklı anlama ve anlama çabasının eksikliğinden, yanlış anlama ve yorumlamalardan, duygusal tepki ve eylemlerden, iletişim sürecinin kesintiye uğramasından, yok saymaktan, güç elde etme çabasından ve çoğulculuğa olan inancın yitirilmesi gibi nedenlerden kaynaklanmaktadır. Kültürlerarası iletişimde sözü edilen nedenleri, farklı iletişim süreçlerini ve iletişime bağlı etkileşim süreçlerini belirleyen bir başka nokta da kültürel özelliklere bağlı olarak şekillenen ‘iletişim tarzlarımızdır.’



Farklı kültürel iletişim özellikleri taşıyan öğrencilerin bulunduğu bir Erasmus programı kültürel gezi programında olduğunuzu düşünün. Herbir bireye rehberlik edebileceğini düşündüğünüz kültürlerarası iletişim öğelerinin neler olabileceğini düşündünüz?

Çevrimiçi iletişimin etkileri yalnız eğitim, sağlık, sosyal etkileşim ve iş yaşamı ile sınırlı değildir. Hemen her alanda son derece önemli değişimlere neden olmaktadır. Özetle, her alanda çevrimiçi iletişimin kullanımı yaygınlaşmakta, iletişim ve diğer süreçleri değiştirmektedir.

İLETİŞİM TARZLARI

İletişimi ister yollanan, ister alınan veya paylaşılan bir süreç olarak algılayalım, sonuçta iletişim kültürün bütünleştirici en önemli parçası olarak yer alır. Ülkelerarası veya kültürlerarası etkileşim içerisinde yer alanlar kültürün bağlı başına iletişim olduğunu bilirler. Çok boyutlu, çok anlamlı ve çok araçlı bir paylaşım, etkileşim sürecidir. Tüm davranışlarımızın temelinde ve bileşeninde kültür vardır. Bu yüzden iletişimin kültür için üstlendiği rolün ve önemin sınırını anlatmak bir hayli zordur. İşte bu yüzden de, sınırlandırıcı tanımlamalarda bulunmak yerine kültür ile iletişimin sürekli karşılıklı etkileşim içerisinde olduklarını ve ayrı ayrı değerlendirilemeyeceklerini söylemek doğru olacaktır. Böylesi bir birlikteliği tanımlamanın çok farklı ve çeşitli yolları vardır. Kültürlerarası etkileşim ve iletişim konusunda çalışmalar yapanların ağırlıklı olarak ortaya koyduğu yaklaşım kültürden kültüre değişiklik gösteren ‘iletişim tarzları’ üzerinde durmaktadır.



Kaynak: <http://img.ehowcdn.com/article-new/ehow/images/a08/b2/bg/assertive-passiveaggressive-communication-800x800.jpg>

Kültürlerarası iletişimde iletişim tarzları üzerine yapılan çalışmalar da dolaylı/doğrudan veya yüksek/düşük bağlam çeşitliliklerini işaret etmektedir. Burada önemli olan bir başka ifade ise ‘çeşitliliklerdir’. İletişim tarzları arasındaki çeşitlilikler beraberlerinde yanlış anlama ve yanlış yorumlamaya ilişkin artan ihtimalleri de getirmektedir. Bu durumda dolaylı ve doğrudan iletişim tarzları ile yüksek ve düşük bağlamlı iletişim tarzlarının varlığından haberdar olmak ve bunlar hakkında hassiyetler geliştirmek bizler için uluslararası ve kültürlerarası iletişim süreçlerini geliştirirken yararlı olacaktır. İletişim tarzlarını detaylı bir şekilde inceleyelim:

Dolaylı/Yüksek Bağlam:

Bağlam ifadesinden bir kişinin belli bir iletişim sürecine, ortamına veya etkileşimine bilinçli olarak yapmadan ne miktarda doğal ve yaygın bir anlayış sunabildiğini anlıyoruz. Örneğin, toplumsallığı içerisinde çeşitlilikler gösterme özelliğindeki yüksek bağlamlı kültürlerde insanlar belli etkileşimler, paylaşımlar ve iletişimler sonucunda nasıl sonuçlar doğabileceğini, belli bir durumda karşıdaki insanın

nasıl tepkiler verebileceğini veya iletişimde yer alan mesajların nasıl anlaşılabilceğini tahmin edebilmeye ilişkin becerileri ve hassasiyetleri geliştirmişlerdir. Yüksek bağlamlı kültürlerde insanlar halihazırda birbirlerini bilmekte ve doğru bir şekilde anlayabilmektedirler. Daha dolaylı bir iletişim tarzı içerisinde dönmüşlerdir. Dolayısıyla, fazlasıyla açık olmalarına gerek kalmamış ve bir anlam üretirken daha sınırlı sözcüğe bağlı hale gelmişlerdir. Sözsüz iletişimin daha yaygın kullanılması ve paylaşılması da söz konusudur. Bunun nedeni bu tür kültürlerdeki insanların birbirleri ile yakın çalışıyor olmaları ve herkesin bildiği şeyleri yine kendilerinin de bilmeleridir.

Doğrudan/Düşük Bağlam:

Amerika Birleşik Devletleri'nde olduğu gibi düşük bağlamlı kültürler daha çok farklı kökenlerden kültürlerin temsilcilerinin bir arada olduğu ve bireyselci yapılara sahiptir. Bu yapılardaki kişiler içindeki buldukları süreçlerde çok daha doğrudan iletişim tarzları geliştirmiş, bu tarzların içerisinde yer almışlardır. Bu yapılardaki daha bağımsızlığı, tek başına ve kendi başına ilerlemeyi tercih eden kişiler birbirleri hakkında daha az bilirler ve diğerlerine karşı duygular söz konusu olduğunda daha mesafelidirler. Sözlü iletişim üzerinden ilerlemeyi ve sözlü iletişim sürecinde ortak ne söylendiyse onun anlaşılması gerektiğini düşünürler. İletişim süreçleri içerisinde temel alış veriş bilgi paylaşılabiliridir.

Dolaylı ve doğrudan bağlamlara ilişkin yaklaşımları şu şekilde de özetleyebiliriz. Genellikle, doğu kültürlerinde bireylerarası iletişim dolaylı ve kapalı gerçekleşmektedir. Buna karşılık, yaygın bir biçimde batı kültürlerinde ise açık ve doğrudan gerçekleşmektedir.

Bu sınıflamalara paralel olarak iletişim tarzlarımızı farklı biçimlerde de gruplayabiliriz. Bu gruplamalardan birine göre iletişim tarzları temelde dört başlık altında toplanabilir. Bunlar;

1. Eylem/hareket merkezli iletişim kuranlar
2. Süreç merkezli iletişim kuranlar
3. İnsan merkezli iletişim kuranlar
4. Fikir merkezli iletişim kuranlar

Belirtildiği üzere iletişim tarzlarına ilişkin gruplandırmadan ve yorumlarda farklı yaklaşımlara rastlanabilir. Örnek verdiğimiz bu dörtlü yaklaşım içerisinde her bir iletişim tarzının sonuçta merkeze aldığı belli noktalar vardır. Eylem merkezli iletişim kuranların tüm iletişimleri bakımından temelde 'ne' sorusuna yanıt bulmaya çalıştıklarını görürüz. Süreç merkezli iletişim kuranların tüm iletişimleri bakımından temelde 'nasıl' sorusuna yanıt bulmaya çalıştıklarını görürüz. İnsan merkezli iletişim kuranların ise temelde 'kim' sorusuna yanıt bulmaya çalıştıklarını ve fikir merkezli iletişim kuranların ise ağırlıklı 'neden' sorusuna yanıt bulmaya çalıştıklarını görürüz.

Sonuç olarak, uluslar ve kültürlerarası iletişimin, görüleceği üzere tek bir doğrusunun olmadığını ve insanlar arası etkileşim ile doğan sürekli bir öğrenme ve keşfetme olarak değerlendirilebilecek bir anlayış barındırması gerektiğini söyleyebiliriz.

Uluslararası ve kültürlerarası iletişimin temelinde yer alan iletişim ve kültür ile ilgili çalışmalara açık olmanın, bu alanda yeni bilgilere ve deneyimlere yakınlığın özellikle sınırları gün geçtikçe kalkan dünyamızda ortak üretilebilecek birçok şey açısından faydalar sağlayabileceğini söylemek hata olmayacaktır.

Yunus Emre'nin o güzel deyişiyle bitirmeli: "Sevelim sevilelim. Dünya kimseye kalmaz."

Özet

Bu ünite de uluslararası ve kültürlerarası iletişim farklı yönleriyle tanıtılmaya çalışılmıştır.

Uluslararası ve kültürlerarası iletişim en sade tanımıyla bireylerin farklı kültürel topluluklardan etkilendikleri ve içinde buldukları etkileşim sürecinde her türlü anlamı üretmeleri ve paylaşmaları anlamına gelmektedir. Elbette, böylesi bir süreçte uluslararası ve kültürlerarası iletişim açısından ortaya çıkan temel kavramların başlıcaları şu şekilde ifade edilebilir:

- Farklı uluslardan ve kültürlerden bireylerin iletişimi
- Dinler arası iletişim
- Etnik gruplar arası iletişim
- Bölgeler arası iletişim
- Cinsiyetler arasındaki iletişim

Bireylerin veya grupların taşıdığı kimlik özellikleri de iletişimlerini gerçekleştirmelerindeki farklı belirleyicileri ortaya koymaktadır. Örneğin, ‘ön yargıları ortaya koyma biçimleri’, ‘dil kullanma biçimleri’, ‘sözsüz ifade biçimleri’ ve ‘ilişki biçimleri’ gibi belirleyicilerden oluşmaktadır. Bireylerin içinde yer aldığı gruplar da kendilerine özel kimliklere sahiptir. Grup kimliğine ilişkin geleneksel kuramlar temelde iki tür grup kimliğini tarif etmektedir. Bunlar, ‘atfedilmiş kimlik’ ve ‘kabul edilmiş kimlik’tir.

Kültürlerarası iletişimde kültürel dünya görüşlerinin sınıflandırılmasında Geert Hofstede’nin yaklaşımı dikkat çekmektedir. Bu görüşe göre kültürler temelde 5 boyutta sıralanmaktadır. Bunlar, bireycilik/ortaklaşıcılık, belirsizlikten kaçınma, güç mesafesi, eril/dişillik, kısa/uzun dönem yönelimdir.

Kültür şoku bireylerin kendilerini farklı ve çok tanımadıkları bir kültür içerisinde bulduklarında yaşadıkları strese denilmektedir. Alışık olunmayan yeni kültür içerisinde günlük hayatımız içerisinde yaptığımız birçok şeyi yerine getirmek başlı başına zor bir hal almıştır. Baskın kültür altında kişinin kimliği yeni durumu yönetmekte zorluk çekmektedir.

Yeni yerin kültürüne uyumlanmada ve alışmada iletişim çok önemli bir rol oynar. Böylesi bir kültürlerarası uyumlanma sürecinin niteliğini belirleyen iletişime ilişkin önemli bileşenler de şu noktalardan oluşmaktadır. Benzer kültürden olan ve önemli bir yoğunlukta olan mülteci veya göçmenlerin topluluk desteği göstermesi; kitle iletişim araçlarının hassasiyeti; ev sahibi kültürün kendinden olmayan nüfuslara karşı kabul edebilirliği; ev sahibi nüfustan olanlar ile mülteci ve göçmenlerin bireylerarası etkileşime geçebilme fırsatlarıdır.

Kültürlerarası iletişimde temel olarak dikkat edilmesi gereken noktalar şu şekilde ifade edilebilir:

Farklı sosyal değerlerin olduğunu aklımızda tutmak. farklı statü algılamaları, yorumlamaları ve anlamlarının olduğunu ve bunları sergilemede de farklılıklar olabileceğini hatırlamak, farklı karar alma yöntemleri ve yaklaşımlarının olabileceğini unutmamak, farklı zaman algılarının olabileceğini hatırlamak, farklı bireysel mesafe ve mekan algılarını hatırlamak, kültürel dokulardan kaynaklanan sözlü ve sözsüz iletişimi kullanma biçimlerinde farklılıklar olabileceğini unutmamak, farklı beden dillerinin olduğunu unutmamak, farklı davranış kurallarının olabileceğini hatırlamak, farklı hukuki ve etik davranışların da var olduğunu, kültürlerarası etkileşim ve iletişim süreçleri içerisinde farklılaşabileceklerini hatırlamak, farklı dil engellerinin olabileceğini hatırlamak, ayrı dilleri konuşanlarda olduğu gibi aynı dili konuşanların arasında da çeşitli nedenler ile paylaşım ve anlaşma süreçlerinde engeller olabileceğini unutmamak gibi noktalardır.

Bireyler arasında farklı kültürel ve iletişim özellikleri nedeniyle iletişim tarzlarında çeşitlilikler görülebilir. Farklı sınıflandırma ve değerlendirmeler bu alanda dikkati çekebilir. Bir yaklaşım içerisinde iletişim tarzlarını eylem, süreç, insan ve fikir merkezli olarak gruplandırabiliriz.

Kendimizi Sınayalım

1. Aşağıdakilerden hangisi farklı davranış, yorumlama ve iletişim olarak adlandırabileceğimiz süreçlerin içerisindeki temel özelliklerden birisidir?

- a. Kültür
- b. Tavır
- c. Ülke
- d. Rahatlık
- e. İlişkimiz

2. Kültürün bir perde gibi görev yaparak bireyin dış dünyayı anlamlandırmasına, yorumlandırmasına ve şekillendirmesine ilişkin görüş kime aittir?

- a. Marshall McLuhan
- b. Edward Hall
- c. Hall McLuhan
- d. Edward Munch
- e. Yunus Emre

3. Aşağıdakilerden hangisi uluslararası ve kültürler arası iletişim açısından ortaya çıkan temel kavramlardan biri **değildir**?

- a. Dinler arası iletişim
- b. Farklı kültürlerden bireylerin iletişimi
- c. Kitle iletişim teknolojilerine bağlı iletişim
- d. Bölgeler arası iletişim
- e. Cinsiyetler arası iletişim

4. Belli bir demografik özelliğe ve rol tanımına bağlı olarak başkalarının sizinle etkileşim içerisindeyken yine sizin hakkınızda doğru olduğuna inandıkları ve varsaydıkları kimliğe ne ad verilir?

- a. Takma isim
- b. Resmi kimlik
- c. Kabul edilmiş kimlik
- d. Atfedilmiş kimlik
- e. Ayırıcı kimlik

5. Aşağıdakilerden hangisi Geert Hofstede'nin sınıflandırdığı temel kültürel boyutlarından biri **değildir**?

- a. Bireycilik
- b. Güç mesafesi
- c. Belirsizlikten kaçınma
- d. Kısa dönem yönelim
- e. Algı açıklığı

6. Aşağıdakilerden hangisi statü ve roller arasındaki ilişki boyutunu, hiyerarşik yapılanma ve statü vurgulamalarına ilişkin Hoofstede'nin yer verdiği boyuttur?

- a. Güç mesafesi
- b. Algı açıklığı
- c. Zaman kullanımı
- d. Uzun dönem yönelim
- e. Cinsiyeti temel almayan eril/dişil rekabet boyutu

7. Aşağıdakilerden hangisi bireylerin kendilerini farklı ve çok tanımadıkları bir kültür içerisinde bulduklarında yaşadıkları strese verilen addır?

- a. Uyum sorunu
- b. Kültür şoku
- c. Entegrasyon
- d. İletişim bozukluğu
- e. Yok sayma

8. Aşağıdakilerden hangisi kültürel farklılıklara sahip olan kişilerin yine kendilerine özgün davranışlarında yansımaları gördüğümüz temel özelliklerden **değildir**?

- a. İletişim
- b. Mekan
- c. Kariyer hedefi
- d. Zaman
- e. Sosyal kümelenme

9. Aşağıdakilerden hangisi kültürel farklılıklara bağlı olarak kişilerin çevre ile ilgili farklı değer yargılarına sahip olabilecekleri görüşünü işaret etmektedir?

- a. Sosyal kümelenme
- b. Biyolojik çeşitlilik
- c. Çevre algı yönetimi
- d. Çevreyi kontrol
- e. Çevre hassasiyeti

10. Aşağıdakilerden hangisi belli bir gruplandırma içerisinde tanımlanabilecek iletişim tarzlarından biri **değildir**?

- a. Eylem
- b. Fikir
- c. Süreç
- d. İnsan
- e. Kariyer

Kendimizi Sınavım Yanıt Anahtarı

1. a Yanıtınız yanlış ise “Giriş” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.
2. b Yanıtınız yanlış ise “Giriş” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.
3. c Yanıtınız yanlış ise “Uluslararası ve Kültürlerarası İletişim” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.
4. d Yanıtınız yanlış ise “Uluslararası ve Kültürlerarası İletişim” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.
5. e Yanıtınız yanlış ise “Uluslararası ve Kültürlerarası İletişim” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.
6. a Yanıtınız yanlış ise “Uluslararası ve Kültürlerarası İletişim” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.
7. b Yanıtınız yanlış ise “Kültür Şoku ve Uyumlanma” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.
8. c Yanıtınız yanlış ise “Kültür Şoku ve Uyumlanma” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.
9. d Yanıtınız yanlış ise “Kültür Şoku ve Uyumlanma” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.
10. e Yanıtınız yanlış ise “İletişim Tarzları” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Farklı bir ülkede ve özellikle de farklı bir kültürde olduğumuzu anladığımız anda temelde farklı uluslardan ve kültürlerden bireylerin farklı iletişimlere sahip olabileceğini, dinler arası iletişimin önemli olduğunu, etnik gruplar ve bölgeler arası iletişim ile cinsiyetler arası iletişimin de önemli, hatırlanması gereken noktalar olduğunu aklımızda tutmamız faydalı olacaktır.

Sıra Sizde 2

İçinde bulunduğumuz grubun üyeleri arasında kültürel farklılıklara bağlı olarak yer alan değişik yaklaşım ve davranış biçimleri için temelde akılda tutulması gereken o grubun üyelerine ilişkin kültürel bilgi, kültürel farkındalıkların önemi ve kültürel hassasiyet gibi konulardır.

Kültürel bilgi, başka bir kültürel grubun ve farklı bir kültürel özelliğe sahip kişinin kültürel özellikleri, tarihi, değerleri, inanç sistemleri ve davranış biçimleri hakkında alışma ve yaklaşım sağlamayı işaret eder.

Kültürel farkındalık, başka bir kültürel gruba veya farklı bir kültürel özelliğe sahip kişiye karşı hassasiyet ve anlayış geliştirmeyi işaret eder. Farkındalık ve hassasiyet ifadeleri aynı zamanda açıklık ile esneklik gösterebilmeyi de işaret etmektedir. Kültürel farkındalık kültürel bilgi ile desteklenmelidir.

Kültürel hassasiyet ise kültürel benzerliklerin olduğunu bilmek kadar kültürel farklılıkların da olduğunu bilmek gerekir. Bu kültürel farklılıklara iyi veya kötü, doğru veya yanlış gibi değerleri yakıştırmaksızın bu farklılıkları görebilmemiz gerekir.

Sıra Sizde 3

Kültürlerarası iletişimde bireylere rehberlik edebilecek noktaları şu şekilde sıralayabiliriz:

1. İletişimde sorumluluk almak
2. Yargılardan uzak durmak
3. Saygı göstermek
4. Empati kurmak
5. Sabırlı olmak
6. Kendi kültürel yanlışlıklarımızı hatırlamak
7. Esnek olmak
8. Açık mesajları paylaşmak
9. Kültürel hassasiyetimizi arttırmak
10. Dinlemeyi önemsemek

Yararlanılan Kaynaklar

Calvin Wells (1984). **İnsan ve Dünyası**, Çev. Bozkurt Güvenç, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Edward T. Hall (1973). **The Silent Language**, New York.

Hamden-Turner, Charles M. ve Trompenaars, Fons (2000). **Building Cross Cultural Competence: How to Create Wealth from Conflicting Values**. Yale University Press.

Hoofstede, Geert. (2001). **Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Accross Nations**. (İkinci baskı). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.