

## **SÖZLÜ İLETİŞİM KAVRAMI VE SÜRECİ**

İletişim eyleminin büyük bir bölümü konuşma yoluyla gerçekleşmektedir. Sözlü iletişim olarak da değerlendirilen bu süreç, söz söyleme becerisi ve kabiliyetine sahip olan herkesin geçtiği bir süreçtir. Dil varlığı üzerine kurulu olan sözlü iletişim, çoğunlukla yüz yüze gerçekleşmektedir.

### **SÖZLÜ İLETİŞİM KAVRAMI**

“Sözlü iletişim (verbal communication), duygu ve düşüncelerin sözlerle aktarıldığı en eski ve en etkili iletişim türüdür” (Aziz, 2010). Sözlü iletişim, iletişim kuracak olan tarafların birbirlerini anlayabilecekleri dil ile gerçekleştirilir. Söz konusu dil ise aktarım için sembollere gereksinim duyulur. Sembollerin ise iletişimin tarafı olan kişilerin söylemek istedikleri şeyleri temsil etmesi gerekmektedir. Sözlü iletişim sürecinde hedef alıcı ile kaynak farklı dil kullanarak iletişim kurmaya çalışabilir, böyle durumlarda ise iletişimi sağlayan bir üçüncü ya da dördüncü kişi olabilir. Sözlü iletişim sürecinde önemli nokta, alıcı ve vericinin kullandıkları sembollerin aynı dile ait olmasıdır. Sözel iletişim (verbal communication), “bir dilsel biçim içinde sözcüklerin kullanımı veya iletiler vasıtasıyla gerçekleştirilen insan etkileşimi” olarak tanımlanmaktadır. Günlük kullanım, konuşmaya yani sözlü iletişime, özellikle de yüz yüze iletişime gönderme yapar. Ancak akademik kullanım dolaylanılmış biçimleri, yazılı iletişimi ve zaman zaman da işaret dilini içermektedir. Sözlü iletişim bir başka tanımda “konuşma veya sözlü iletiler aracılığıyla gerçekleşen insan etkileşimi” olarak verilir ve bir önceki tanıma göre konuşmayı da açıkça içine alır. Sözlü iletişim kavramı, İletişim Sözlüğü’nde sözel iletişim (verbal communication) ve sözel olmayan iletişim (Nonverbal Communication) şeklinde ayrılmaktadır.

Sözel iletişim, insanlar arasında doğal dil aracılığıyla gerçekleşen iletişim şeklinde tanımlanırken sözel olmayan iletişim kavramı ise insanlar arasında konuşma dışındaki araçlarla gerçekleşen iletişim olarak tanımlanmıştır. Sözlü iletişim günlük yaşam faaliyetlerinde insanlar arasındaki karşılıklı konuşmanın her türü olarak nitelendirilir. Örneğin yüz yüze görüşme, resmî ya da gayriresmî toplantılar, sohbetler, hitaplar, selamlaşmalar, hâl hatır sormalar vb. Daha önce de vurgulandığı gibi sözlü iletişimin en temel unsuru konuşulan ya da yazılan dildir. İnsanlar sözsüz boyutta hiçbir şey söylemeden de iletişim kurup mesaj gönderebilirken sözlü iletişimde ileti göndermeme, mesaj vermeme imkânı yoktur, somut dil kullanımını şarttır. Söz insanın bütün bir iletişimsel eylemi bilinçli ve niyetine uygun biçimde örgütlemesine imkân vermesi yönüyle sözsüz iletişimden ayrılır. “Söz gümüş ise sukut altındır” sözü, susmanın önemi kadar bilinçli ve niyetine uygun bir sözlü iletişime de gönderme yapar.

### **SÖZLÜ İLETİŞİMİN ÖZELLİKLERİ**

Sözlü iletişim en yaygın ve en etkili iletişim biçimlerinden biridir. Sözlü iletişimin özellikleri aslında dil ile olan ilişkisinden kaynaklanmaktadır. Bu özelliklerden biri temel söz varlığı diğeri ise yabancı sözcüklerin kullanılmasıdır. Sözlü iletişimin, buna çoğu zaman yazılı iletişimde dâhil edilebilir, etkili olabilmesi için dilin alıcı tarafından anlaşılabilmesi gerekir. Bunun için de temel söz varlığına gereksinim duyulur. Bu ise iletişime girecek kişilerin içinde yaşadığı toplumun yüzyıllar boyu kullandığı ve geliştirdiği dildir (Aziz, 2010). Temel söz varlığı toplumsal gelişmenin etkisiyle zamanla genişleyebilir.

Ayrıca iletişimde bulunan taraflar anlaşmak için çoğu zaman yabancı sözcük kullanmak zorunda kalabilmektedir. Böyle durumlarda yaygın olarak bilinmeyen sözcüklerin açıklanması, sözlü iletişimin başarısı açısından oldukça önemlidir. Alıcı, kaynağın kullandığı kelimeleri ve niyetini anlamalıdır.

Sözlü iletişimin özellikleri ise şu şekilde sıralanabilir (Güngör, 2011): Sözlü iletişim kültürle biçimlenir: Söz ve dil, kültürün içinde şekillenip anlam kazanır ve her kültürün kendine has bir iletişim tarzı vardır. Geleneksel kültürlerde sözlü iletişimin kullanım alanı oldukça geniş olmakla birlikte kırsal kültürel ortamlarda iletişim nerdeyse tümüyle sözlü olarak gerçekleşir. Karadeniz bölgesinde dağlık bölgelerde yaşayan insanların birbirleriyle uzak mesafelerden iletişim kurmak için çıkardıkları sesler, çaldıkları ıslıklar da bir çeşit sözlü iletişimdir.

Taraflar ıslığın tonundan, uzunluğundan vb. özelliklerinden mesajı alabilmekte ve cevaplayabilmektedir. Resmîlik ve gayriresmîlik: İletişim ortamının koşulları, iletişime giren taraflar arasındaki ilişkinin biçimi ve konuşmanın konusuna göre sözlü iletişim; resmî veya gayriresmî olabilir. Örneğin aile gayriresmî sözlü iletişimin en bilinen ortamlarındandır.

Doğrudan veya dolaylı iletişim: Sözlü iletişimin doğrudan mı yoksa dolaylı mı olduğu da iletişimin

biçimini etkilemektedir. Doğrudan yüz yüze gerçekleştirilen iletişimde, tarafların söz üzerindeki denetimleri güçtür. Burada ağızdan çıkan sözün karşı tarafta oluşturacağı etkiyi denetlemenin zorluğundan bahsedilmektedir. Ancak bunu hedefi iyi tanıyarak ve güçlü bir empati yeteneği ile kontrol etme imkânı doğabilir. Ancak dolaylı olarak gerçekleşen sözlü iletişimde söylenenleri denetlemek, söylemekten vazgeçmek mümkündür. Burada özellikle yazılı iletişimden bahsedebiliriz. Soyutluk ve somutluk: Sözlü iletişim, iletişime giren kişilerin birçok özelliğinden etkilenir. Buna sosyokültürel özellikler, eğitim durumu, düşünsel özellikleri vb. etki edebilir. Bu da anlatı örgüsünün somut ya da soyut oluşunu belirler. Özellikle eğitim seviyesi konuşulan kelimelerin soyutluk derecesini ve kullanılan kelime sayısını etkiler. Burada konuşan kadar dinleyenin de bu kelimeleri anlama kapasitesi sözlü iletişimin başarısında önemli rol oynar.

Argo ve espriler: Sözlü iletişimin günlük yaşamda çoğunlukla argo olarak tanımlanan sokak dili ile gerçekleştirdiğine de şahit oluruz. İnsanlar özellikle kişiler arası iletişimde argo sözcük ve deyimlere sıklıkla başvururlar. Bunu samimiyetin, özgürlüğün, dürüstlüğün, dobralığın bir göstergesi olarak da gördükleri söylenebilir. Espri ise sözlü iletişimde konuşmacının dinleyicinin dikkatini çekmek, bazen dağılan dikkati toplamak ya da konuşmayı renklendirmek amacıyla mizaha başvurduğu zamanlarda sıklıkla görülür. Konuyla ilgili espriler dinleyicinin konuya yaklaşmasını sağlamakla birlikte konuşmacının ya da kaynağın yaşadığı gerilimi de azaltıcı bir rol oynar. Espri çoğu zaman konuşmacılara, sözlü iletişimi renklendiren ve etkisini arttıran bir teknik olarak sunulur.

Metinlerarasılık: Sözlü iletişimin içeriği diğer bir deyişle dilin basit ya da zengin oluşu da iletişimin kalitesini, etkisini farklılaştırır. Mesajların çeşitli metinlerle desteklenmesi, örneğin; fıkra, deyim, atasözü, yeri geldiğinde bir film sahnesi, yeri geldiğinde bir öykü ile süslenmesi mesajın dinlenmesi açısından da fark yaratır. Espri kullanımında olduğu gibi, bir konunun dinleyicinin zihninde canlandırılmasına katkı sağlayacak her türlü metin kullanımı da sözlü iletişimde oldukça önemlidir. Örneğin birine öğüt vermek isteyen bir kişinin bunu atasözleri yardımıyla yapması konuşmanın etkisini arttıracaktır. Jargon: “Jargon, dilin ve sözün bir tür paradigmasıdır” (Güngör, 2011). Toplumsal yaşamda birçok jargonun varlığından söz edilebilir. Her sınıfın, her mesleğin, her kültürün, her dilin, yaş ya da cinsiyet gruplarının kullandığı bir jargon vardır. Doktorların hastalarıyla kurdukları sözlü iletişimde hastalığı tıp jargonuna göre anlatmasını örnek olarak verebiliriz.

### **SÖZLÜ İLETİŞİM SÜRECİ VE ÖGELERİ**

Anlamaların ya da bilgilerin paylaşılması olarak tanımlanabilen iletişim süreci 4 ana öğeden oluşmaktadır. Bunlar kaynak, ileti, kanal/ araç ve hedefdir. Ancak iletişimin özellikle de sözlü iletişimin etkinliğini arttıran ve çift yönlü olmasını sağlayan önemli bir öge de geri bildirimdir. Özellikle kişiler arası iletişim ve sözlü iletişimde söz konusu olduğunda en önemli öğelerden biridir. Bu öğeler kısaca şöyle özetlenebilir: Kaynak Genel iletişim sürecinde olduğu gibi sözlü iletişimde de (hangi biçimi olursa olsun) başka bir kimseye/ kimselere araç ve kanallar aracılığıyla bir şey iletmek isteyen ve iletişimi başlatan kişi kaynak olarak adlandırılır. Kaynak, “algılama, seçme, düşünme, yorumlama süreçlerinde ürettiği anlamlı iletileri simgeler aracılığıyla gönderen kişi ya da kişilerdir”. İleti (Mesaj) Sözlü iletişimde iletişime giren konuşmacı/ kaynak ile dinleyici/ hedef arasındaki ilişkiyi sağlayan temel öge ileti (communicate)dir. Bu yüzden sözlü iletişim sürecinin merkezini konuşma aracılığıyla iletilen iletiler oluşturmaktadır. İleti, güncel olarak belli ortamlarda üretilen ve karşılıklı paylaşılan sözlü ve sözsüz ifade biçimlerinin tümünü içermektedir. Kanal/ Araç İletişimin tarafları, yani kaynak ile hedef arasında işaret hâline dönüşmüş iletinin gitmesine olanak sağlayan yola, kanal adı verilmektedir. Kanal/ araç, iletinin aktarılmasında/ gönderilmesinde ve karşı taraftan alınıp algılanmasında aracı rolü oynar. Hedef Hedef iletişim sürecinde iletinin ulaşması, algılanması istenen kişi/ kişilerdir. Kaynaktan gelen iletileri biyolojik ve psikososyal süreçlerden geçirip yorumlayan ve sözlü ya da sözsüz tepkide bulunan kişiler olarak da tanımlanabilir. Geri bildirim (Feedback) Geri bildirim, alıcının mesaja verdiği tepkiyi kaynağın öğrenmesi ile ilgilidir. Sözlü iletişimde alıcının kodladığı mesaj olarak da değerlendirilebilir. Karşılıklı konuşmada hedef ya da dinleyicinin kaynağa gönderdiği iletiler, geri bildirim en hızlı şeklidir. Geri bildirim 4 önemli şekilde meydana gelebilir: Olumlu-olumsuz geri bildirim, Hemen/ gecikmiş geri bildirim, Eleştirel/ destekleyici geri bildirim, İleri bildirim.

### **SÖZLÜ İLETİŞİMİN ÖNEMİ**

Nasıl ya da hangi düzeyde gerçekleşirse gerçekleşsin, iletişimde temel olan ortaklaşma ve paylaşımdır. Anlamaların paylaşılması ve bir hedefi gerçekleştirmek üzere sözlü iletişime başvuran kişi ya da kişilerin bu çift yönlü iletişim fırsatına sahip olmaları bu iletişim türünün önemini oldukça artırmaktadır. Çünkü anında geribildirim fırsatını yakalayan kaynak hem karşı tarafı anlayıp yeni mesajlar üretebilmekte hem de yanlış giden bir şeyler varsa anlayıp düzeltme imkânına sahip olmaktadır. İkna edici iletişim söz konusu olduğunda sözlü iletişimin önemi daha da artmaktadır. Sözlü iletişimde kaynak hedef üzerinde bir davranış değişikliği hedeflediğinde hedefin sözlü ya da sözsüz iletilerini değerlendirerek iknaya giden yolları zorlayacaktır. Sözlü iletişim karşılıklı duygu paylaşımına olanak sağlar. Kişiler mesajları sözsüz iletişim göndermeleriyle birlikte değerlendirerek anlam üretirler. Örneğin mesajınızı iletirken ses tonunuzun yumuşak ya da sert oluşu mesajın anlamını

etkiler.

### **SÖZLÜ İLETİŞİME ETKİ EDEN FAKTÖRLER**

Sözlü iletişim dinamik bir yapıdır ve hem iç zihinsel süreçleri hem de dış sözel etkileri içinde barındırır. Sözlü iletişim eylemi yaygın olarak şunlardan etkilenir (Janoušek, 2019):

- Konuşmacının iletişim eylemi ile ilgili motivasyonu,
- Konuşmacının niyet ya da hedefi,
- Konuşmacı için iletişimin anlamının ne olduğu diğer bir deyişle neden iletişim kurmak istediği,
- Konuşmacının mesajın görünümü ve müteakip kodlaması hakkında karar vermesi, • İletişimin maddi içeriği ile ilgili ifade,
- Alıcının mesajı kabul etme ve müteakip kod çözme işlemine karar vermesi,
- Alıcı için iletişimin anlamının ne olduğu,
- Konuşmacının alıcının, niyeti, hedefi ya da motivasyonuna ilişkin tahmini,
- İletişimin alıcının üzerindeki etkisi (alıcının motivasyonunu da içeren etkisi),
- Kaynağın özellikleri (biyolojik, sosyopsikolojik özellikler vb.), kaynağın güvenilirliği, sempatik olup olmayışı vs., alıcının özellikleri, iletişim ortamı, mesajın yapısı, kullanılan dil, argo kullanımı, simgeler, sosyokültürel yapı, yasa, yönetmelikler vb.

### **SÖZLÜ İLETİŞİMDE DİKKAT EDİLECEK HUSUSLAR**

Algı: Duyu organları aracılığıyla beyne ulaşan verilerin/ uyarıların örgütlenmesi, yorumlanması, anlamlandırılması süreci olarak tanımlanan algı, sözlü iletişimde özellikle hedef yani alıcı açısından önemlidir. Kaynağın verdiği mesajın duyu organlarına ulaşması algılama olmadan bir şey ifade etmez. Bu yüzden duysal verilerin algılanması, yani anlamlandırılması gereklidir. İnsanların neyi nasıl algılayacakları ise içinde yaşanan kültür ve geçmiş yaşantıdan etkilenir. İletişimi engelleyen ya da güçleştiren durumlardan biri de iletinin ve iletişim taraflarının yapısından kaynaklanan sorunlardır. Bir diğer faktör dil engelleridir. Hem içerik hem de ilişki bazında söz konusu olan dil engelleri de ya anlaşılammaya ya da yanlış anlaşılmaya sebep olur. Rol ve statü farklılıkları da sözlü iletişimde önemlidir. Kaynağın ya da alıcının toplumsal statüsü, kişinin toplumsal yerinin neresi olduğunu anlatır. Cinsiyet farklılıkları da önemli iletişim sorunlarına sebep olabilir. Özellikle geleneksel toplumlarda önemli bir engeldir. Kadın erkek arasında yetişme tarzı açısından farklılık gösteren toplumlarda sözlü iletişimde de farklılıklar gözlenmektedir.

## **İLETİŞİM TÜRLERİ VE SÖZLÜ İLETİŞİM**

Beden dilinin tüm öğeleri, göz ve kaş göz işareti, ağlama, gülme, susma, müzik, kitap, resim, heykel, sinema, gazete ve tüm mimari ile de iletişim sağlanabilmektedir. Kaldı ki insanlık tarihi boyunca kitle iletişim araçlarının öncesinde kuş, ıslık, duman, mektup ve trafik işaretleri, nihayetinde de internet gibi değişik iletişim araçları kullanılmaktadır. İnsan hayatının merkezinde bir yere konumlanmış olan iletişim türleri farklı perspektiflerden birbirinden ayrılmaktadır. Bu bölümde iletişim türleri ve bu türlerden biri olan sözlü iletişim hakkında detaylı bilgi verilmeye çalışılmıştır.

### **İLETİŞİM TÜRLERİ**

Önemli bir iletişim kuramları araştırmacısı olan John Fiske iletişimi genel olarak bir insan etkinliği olarak değerlendirmektedir. Buradan anlaşılacağı üzere iletişim, edebî eleştirilerden yüz ifadelerine kadar çok fazla biçimin kullanılması bu insan etkinliğini gerçekleştirmektedir. Bu bağlamda Fiske, iletişim araştırmalarında disiplinler arası yani multidisipliner biçimde yaklaşım olması gerektiğini önermektedir. İletişimin tüm türleri, kodlar ve göstergeler içermektedir ve bunların aktarılması veya algılanması toplumsal ilişkiler pratiğinde belirlenmektedir. Sosyal hayatın bir gereği olarak bireyin fikir, düşünce, öneri ve duygularını çeşitli yöntemler kullanarak etrafında bulunan taraflara iletmesi, iletişimin, sosyal yaşama dair oluşum ve sosyallığın düzenlenmesinde önemli bir işlevinin olduğunu göstermektedir. Toplumun bir üyesi olarak insanın iletişime duyduğu ihtiyacı açıklamak adına sosyal psikologlar, bireyin kendi varlığını fark etme, tanınma ve kabul edilme gereksinimi anlamına gelen ben-dürtüsünden (ego-drive) söz etmektedirler. İki insan karşılaştığında birbirine baktığı hâlde "merhaba" de-memesi, bu gereksinimi engellemek anlamına gelmektedir.

"Merhaba" demek toplumsal açıdan zorunludur ve ilişkileri sürdürerek ve yeni-den onaylayarak gerçekleştirilen ilişki amaçlı iletişim, bir toplulu-ğu ya da bir toplumu bir arada tutmada son derece önemlidir. O hâlde iletişim biçimleri ve türlerini konuyu anlamak açısından daha detaylı inceleyerek, sözlü iletişim türü hakkında açıklama yapmakta fayda vardır. İletişim süreci birtakım basit temellerle örülü olsa da son yıllarda hızlı yaşanan değişimlerle birlikte modern toplumların, sosyal ve toplumsal yapı içinde gerçekleştirdiği ilişkiler açısından son derece yenilik ve değişime açık olmalarının bir sonucu olarak iletişim açısından da çok yönlü ve karmaşık bir yapılanma söz konusudur. Modern toplumda iletişim eski toplumsal yapılarda geçerliliğini korumuş olan yüz yüze iletişim biçimlerinden çok daha farklılaşmakta ve uzaklaşmaktadır.

Bugün, insanlar iletişim yoluyla birbirlerine eskisinden daha çabuk ve farklı yerlerde ulaşabilmektedirler. Özetle, toplumsal yaşamın düzenlenmesinde ve oluşmasında önemli bir işlev gören yapısı ile toplumsallaşma açısından bu denli önemli olan, toplumsal yaşamın her alanında ve her aşamasında görmek mümkün olan iletişimi türlere ayırırken farklı ölçütler kullanılmaktadır. İletişim kavramı genel olarak farklı perspektife göre bir birinden ayrılmaktadır. Bu hususta ilk ayırım beş farklı başlıkta incelenen toplumsal ilişkiler sistemi olarak tespit edilen ayırımdır. Bu iletişim şekillerini,

1. Kişinin Kendisi ile İletişimi (İçsel İletişim),

2. Kişiler Arası İletişim,

3. Grup İletişimi,

4. Örgütsel İletişim,

5. Kitle İletişimi şeklinde sıralamak mümkündür. Ayrıca başka bir ayırım ise niteliksel olarak yapılan ayırımdır. İletişim türlerini nitelikleri bakımından ise "yüz yüze iletişim" ve "yüz yüze olmayan iletişim" biçiminde sınıflandırmak mümkündür. Bu çalışmada anlatılmaya çalışılan niteliksel iletişim türleri ise kendi içerisinde 4 başlıkta incelenmektedir. Güngör (2016) tarafından yapılan ayırıma göre simge biçimi açısından yani niteliksel iletişim türleri;

1. Yazılı İletişim,

2. Görsel İletişim,

3. Sözsüz İletişim,

4. Sözlü İletişim şeklinde kategorilerden oluşmaktadır

Yazılı İletişim Günümüzden neredeyse binlerce yıl önce Sümerlilerin yazıyı bulmasıyla başlayan " yazılı iletişim" süreci insanlık tarihi boyunca yazının yeni bir iletişim aracı olarak kullanılmasını sağlamıştır. İlk bulunduğu dönemlerde yazıyla anlatılmak istenen her şey çiviye benzer sembollerle ifade edildiğinden "çivi yazısı" diye tarihe geçen bu iletişim aracı da zaman içerisinde yenilenerek, gelişerek bugünkü modern formuna ulaşmıştır. Görsel İletişim Paylaşımak istenen duygu, düşünce,

fikir, içerik ve bilgilerin görüntülü bir şekilde insanlar arasında alışverişine olanak sağlayan iletişim türüne görsel iletişim denir. Son zamanlarda gelişen teknolojiye ve hızlı tüketim kültürüne bağlı olarak da en etkili bilgi aktarım şeklinin görsel iletişim olduğunu söylemek doğru olacaktır.

Televizyon, bilgisayar ve sinema grafiklerinin bilgisayar programları aracılığı ile düzenlenip hazırlanması süreçlerinin öğretildiği görsel tasarım üzerine akademik düzeyde yaşanan gelişmeler de bu iletişim türünün önemini ortaya koymaktadır.

Sözsüz İletişim Genel olarak kullanımda sözsüz iletişim şeklinde ifade edilen, sözel olmayan iletişim, beden dili veya vücut dili şeklinde kavramsal karşılıklara da sahip olan sözel içerikli iletişim araçlarının kullanılmadığı ve bireylerin kendilerini ifade etmek veya ifadelerini desteklemek amacıyla başvurdukları jest, mimik ve diğer tüm beden hareketlerinin toplamını ifade etmektedir. İngilizce literatürde “body language” veya “nonverbal communication” şeklinde geçen sözsüz iletişim bireylerin organlarını kullanarak el, kol veya yüze hareketleri ile mesajlarını karşı tarafa iletmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Eğinli tarafından yapılan tanımda ise sözsüz iletişim, herhangi bir söz söylemeksizin beden hareketleri ile iletilerin aktarılmasıdır şeklinde ifade edilmektedir. Sözlü İletişim Sözlü iletişim, yalnızca bireyler arası kurulan iletişim süreçlerinde değil, doğumdan öğrenciliğe hatta iş yaşamına kadar toplumsal yaşamın her döneminde herkesin kullanmak zorunda olduğu bir iletişim türüdür. Bir bireyin etkili iletişim sürecindeki rolünün belirleyicisi olan sözlü iletişim yeteneği; konuşma, dinleme, soru sorma ve geri bildirim konularını kapsamaktadır. Yalnızca bireyin kendisini doğru ifade etmesi yeterli olmamakla birlikte aynı zamanda etkin bir dinleme sürecini gerçekleştirmesi ve sonucunda geri bildirimde bulunması da önemlidir. Özellikle iş hayatına yeni atılmak üzere olan insanların işe alım süreçlerinde güzel konuşma ve etkili dinleme becerileri özellikle aranan bir nitelik olmuştur.

### **SÖZLÜ İLETİŞİMİN DİĞER İLETİŞİM TÜRLERİ AÇISINDAN ÖNEMİ**

Toplumun birer parçası olan her bir birey, içinde bulunduğu kültürel, toplumsal ve kendi doğuştan gelen karakteristik özelliklerinden birer parçayı, ilişkide bulunduğu uzak ya da yakın çevresiyle olan etkileşimine taşımaktadır. Kişi temel yetenek ve özellikleriyle var olmaktadır ve bu varoluş özelliklerinin tamamıyla da iletişim sürecini yönetmektedir. Bu bağlamda iletişimin tüm türleri, ne başı ne de sonu olmayan, son derece canlı, dinamik unsurlardan oluşan karmaşık bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır.

### **SÖZLÜ İLETİŞİM TÜRLERİ**

Konferans; hazırlıklı konuşma türlerinden biri olarak bilim, sanat, tarım, çevre, kültür, yaşam, edebiyat, teknik ve ekonomik tüm alanlarla ilgili dinleyicileri bilgilendirmek amacıyla yapılan sözlü iletişim türlerinden biridir. Belirlenen konunun olumlu ve olumsuz yönlerinin tez ve ant tezler aracılığı ile tartışıldığı hazırlıklı konuşma türlerinden biri olan tartışma veya münazara bireysel değil grupları içermektedir. Literatürde konuşma oyunu olarak da geçen münazara iki farklı düşünceyi savunan grubun, kendi düşüncelerini ispata dayalı hazırladıkları metinleri birbiriyle yarıştırmaktadır.

Genellikle akademik ortamlar için düzenlenen bu konuşma türü düşünsel bir metin üzerinden bireysel sunum şeklinde yapılmaktadır. Bir başkan moderatörlüğünde sıralı bir biçimde yapılan bilgi şöleni formatında ilerleyen sempozyum/panel türü konuşmada konuyu açıklamak, derinlemesine bilgileri özetleyerek vermek esastır. Birkaç gün şeklinde tasarlanan bu konuşma türü önceden belirlenmiş bir tarihte planlı şekilde gerçekleştirilmektedir.

Bir başkan yönetiminde çoğunluk grupları ilgilendiren sanat, sağlık, bilim, edebiyat ve siyaset gibi birçok konu üzerinde uzman kişilerin bir araya geldiği konuşma türüdür. Genellikle kapalı salonlarda küçük dinleyici grupların önünde dinleyicileri bilgilendirmek amacıyla yapılan görüşmelerdir. Bir kişinin topluluk önünde sadece bilgi vermek değil aynı zamanda enerji ve coşku yaratmak amacı ile planlanan konuşma türüdür. Türk Dil Kurumu sözlüğünde; bir topluluğa düşünceler, duygular aşılacak amacıyla söylenen, uzunca, coşkulu ve güzel söz, nutuk, hitabe şeklinde tanımlanan bu konuşma türü çoğunlukla siyaset alanında kullanılmaktadır. Üzerinde çalışılan konuya dair araştırma yapmak, bilgi ve veri toplamak amacıyla uzman kişiler ile yapılan konuşma türüne görüşme denir.

Genel olarak çalışma yaşamında kullanılan bu konuşma türü, yöneticilerin de katıldığı ulusal ya da uluslararası toplantıları içermektedir. Kurultay ve genel kurullar bir kuruluşun sorunlarının görüşüldüğü veya üyeler/ortaklara bilgilendirmenin yapıldığı kapalı mekânlarda olabileceği gibi genel kitlelere açık bilgi verici şekilde de olabilmektedir. Kitle iletişim araçları olan televizyon, radyo, gazete, dergi gibi ortamlara kısmen haber niteliği taşıyacak şekilde oluşturulacak metinler için önceden yapılan görüşmelerdir. Bir kişi, kurum, olay, durum veya eser hakkında konunun ilgili tarafı ile önceden randevu alınarak yapıla bu hazırlıklı konuşma türü de bir soru formuna bağlıdır.

### **SÖZLÜ İLETİŞİMDE MESAJ TASARIMI**

Mesaj, sözlü iletişimin en önemli öğelerinden biridir. Gerek kişiler arası iletişimde gerekse kitle iletişiminde taraflar çeşitli anlamları birtakım mesajlar üzerinden aktarır. Sözlü iletişimde mesajın önemi, bu öğenin anlam aktarması üzerinden somutlaşmaktadır.

### **SÖZLÜ İLETİŞİM VE MESAJ KAVRAMI**

Mesaj kavramı, iletişim literatüründe özellikle iletişimin temel öğelerinden biri olarak karşımıza çıkar ve sürecin olmazsa olmazlarından. Sözlü iletişim söz konusu olduğunda konuşma yoluyla ve dil aracılığıyla aktarılan mesajlar çeşitli şekillerde tanımlanmaktadır. Mesaj (message): İletişim sürecinde “bir alıcı için bir uyarıcı olarak işlev gören bir sinyal ya da sinyaller birleşimi” ya da “iletilen şey” olarak tanımlanmaktadır (Mutlu, 2004). İletişim sürecinde kaynaktan gönderilen; bilgi, görüş ve davranışların kaynak tarafından ortak sembollere bağlı olarak kodlanması durumu (Odabaşı ve Oyman, 2011: 17) olarak yapılan tanımlamada kaynağın mesajı tasarlaması ön plana çıkmaktadır. Aynı zamanda mesajın birçok farklı anlamı vardır. Mesaj, herhangi bir yerde ve herhangi bir zamanda bir şekilde açığa vurulan sözcükler dizisini ya da imgeyi tanımlamaktadır. Örneğin bir reklamdaki sözcükler, şarkı sözleri, bir çizgi romandaki resimler vb. mesajın bir parçasıdır ve mesaj terimiyle tanımlanır.

Mesaj, iletişim içeriğinin bu içeriği dile getiren kaynak/ kişi tarafından algılanan ya da amaçlanan anlamıdır ve bununla birlikte mesaj, mesajı alanlar tarafından içeriğe atfedilen anlamdır (Mutlu, 2004). Sözlü iletişim ikna ile sonuçlanma başarısı yüksek bir iletişim türü olarak kabul edildiğinde mesajın oluşturulması yani mesaj tasarımı önem kazanmaktadır. Duygu, düşünce, bilgi vb.’nin alıcıya iletmeye hazır bir hale gelmesi ve mesaj biçimine dönüştürülmesi gereklidir. Mesajın tasarlanmasında üç nokta önem taşır. Bunlardan ilki mesajın dili ve kodu, ikincisi mesajın içeriği ve üçüncüsü de mesaj geliştirmedir (Yüksel, 1989). Bu öğelerin hedefin özelliklerine göre ya da iletişim için ortak deneyim alanı dikkate alınarak oluşturulması gerekmektedir.

### **SÖZLÜ İLETİŞİMDE MESAJ TÜRLERİ**

İletişim literatüründe mesaj türleri arasında tek yönlü ve iki yönlü mesaj ayrımı ile duygusal ve rasyonel mesaj ayrımına rastlanmaktadır. Tek Yönlü- İki Yönlü Mesaj Ayrımı Mesaj türleri ilk ayrımında tek yanlı (one-sided message) ve iki yanlı (Two sided message) olarak adlandırılmaktadır: Tek yanlı mesaj [one-sided message]: İletişim ortamında tartışmalı bir durumda, sadece bir tarafın iddialarının sunulduğu mesaj türüdür. Propaganda konuşmaları örnek olarak verilebilir. Etki açısından tek yönlü mesajlar özellikle baştan mesajın iddiasıyla aynı görüşte olan kişiler ile eğitim düzeyi düşük olanlar üzerinde etkili olurlar (Mutlu, 2004). İki yanlı mesaj (Two-Sided Message): İkna etme sürecinde, bir konunun iki tarafına ilişkin savları/ kanıtları sunan bir mesaj türüdür. İki yanlı mesajlar savunulan görüşe karşıt olan savları bilen bir izleyici topluluğu karşısında etkili olabilir.

Örneğin açık oturum programlarındaki konuşmalar ve tartışma ortamı bu tür mesajlarla ilerleme kaydeder. Sözlü iletişimde iki yanlı mesaj tasarımı tercih eden konuşmacılar sadece tek yanlı mesajları sunan konuşmacılara oranla daha inanılır kişiler olarak görülürler. Çünkü bir tarafı savunurken diğer tarafın da neden olamayacağı ya da yanlış olduğunu kanıtlayacak argümanlarla mesajlarını tasarlarlar. Kısaca tek yanlı olarak tasarlanan mesajlar iletişime temel oluşturulan konu üzerine yalnızca ikna edilmesi hedeflenen yönde argümanlara yer verirken iki yanlı mesajlar hem kaynağı destekleyen hem de tarafsız veya karşı görüşü de destekleyici argümanlar içermektedir (Perloff, 2017). Bu da kaynağın iletişimde iknayı tercih ettiği ve mesajlarını tasarlarken alıcı üzerindeki etkiyi önemseydiğini gösterir diyebiliriz. Ancak bazı durumlarda da tek yanlı mesaj vermek, iki yanlı mesaj vermektense daha etkili sonuçlar elde etmeyi sağlar. Örneğin alıcıların konu hakkında bilgileri yoksa ya da zekâ düzeyi ve eğitim düzeyi düşük olduğu durumlarda konunun iki yönünü de vermek alıcının mesajı anlamamasına ya da kafasının daha çok karışık mesaja tepki vermesine neden olabilir.

### **Duygusal- Rasyonel Mesaj Ayrımı**

Bir diğer mesaj türü ayrımı da duygusal ve rasyonel mesaj ayrımıdır. İkna temelli sözlü iletişimde duygusal içeriği olan mesajlar genellikle hedefin/ alıcının psikolojik özelliklerine seslenerek onları etkilemeyi hedeflemektedir. Alıcının tutumlarını değiştirme ve yeni tutum oluşturma/ kabul ettirme amacı ile korku, endişe, üzüntü, mutluluk gibi duygusal çekicilikleri kullanılarak mesaj duygusal olarak yapılandırılır. Rasyonel mesajlarda ise genellikle alıcının maddi ya da manevi kazançlarına

yönelik ifadeler yer almaktadır. Etkili bir ikna edici sözlü iletişim sürecinde ise çoğu zaman mesajda hem duygusal hem de rasyonel öğelerin birlikte yer aldığı görülmektedir. Rasyonel sunumun baskın olduğu mesajlar akılcı güdülere hitap ederler. Bu tür mesajlarda kanıt kullanımı, ikna edici iletişim sürecini olumlu etkilemektedir. Mesajın duygusal ya da rasyonel sunumunda önemli olan noktalardan biri alıcının konuya karşı duyduğu yakınlıktır.

İnsanlar ancak ilgi alanlarına giren konular hakkında duygusal olabileceklerinden ikna edici mesajda ancak alıcıya yakın bir konusu varsa duygusal öğelere yer verilmelidir. Mantıksal dayanağı olan mesajlar alıcının rasyonel düşüncelerine yönelerek dikkat çekme ve eyleme yönlendirme amacını taşımaktadır. Mantıksal çekicilikteki mesajlarda, genelleştirmelerden, kuş-kulu sorulardan, aynı görüşte olmayanlara saldırmaktan, bir sorunu gereğinden fazla basitleştirmekten, yanlış bir nedeni gerçek saymaktan, hatalı benzetmeler yapmaktan, mantık dışı desteklerden kaçınılmalıdır. Duygusal çekiciliğe sahip olan mesajlar ise alıcının duygularına yönelerek eylemin gerçekleşmesini hedeflemektedir. Duygusal çekicilik özelliği taşıyan mesajlarda pozitif duygusal özellikler daha etkili olurken, alıcının sahip olduğu özelliklere göre negatif çekiciliği bulunan mesajlar da etkili olabilmektedir.

### **SÖZLÜ MESAJ TASARIMINDA KOD, KODLAMA VE KOD AÇIMI**

Mesajın tasarımında mesajın konusu, tek yönlü ya da iki yönlü oluşu, duygusal mı rasyonel mi olacağı gibi kararlar yanında bu iletilerin nasıl kodlanacağı konusu da oldukça önemlidir. Bu sebeple kod, kodlama ve kod açımı kavramlarını da açıklamak sözlü iletişimi değerlendirme açısından gereklidir. Kod Kod, “bir kültür ya da alt kültürün üyelerinin paylaştığı bir anlam sistemidir”. Hem göstergelerden (kendileri dışında herhangi bir şeyi ni-teleyen fiziksel sinyaller) hem de bu göstergelerin hangi bağlamlarda ve nasıl kullanılacaklarını ve daha karmaşık iletiler (sözlü ya da yazılı) oluşturmak için nasıl bir araya getirilebileceklerini belirleyen kurallar ya da uzlaşmalardan oluşan bir yapıdır (Fiske, 1990). Kod bir anlam sistemi olup belli bir kültürel uzlaşmaya dayanır diğer bir deyişle bir kültürün içinde anlam kazanır. Anlamlandırma ve davranışsal olmak üzere kodlar çeşitlendirilebilir. Kodla kanal arasındaki ilişki de önemlidir çünkü kanalın fiziksel nitelikleri, aktarabileceği kodların doğasını belirler. Örneğin telefon, sözsöz dil ve dil ötesi (tonlama, vurgu, ses kodları vb.) ile sınırlıdır. Bununla birlikte kodlanmış bir iletiyi belli bir kanalda aktarılabilir hâle getirmek için birçok ikincil kod geliştirilmiştir. Kodlama (encoding) Kodlama kişiler arası iletişim ve sözlü iletişim açısından tanımlandığında iletişim kurabilmek için çeşitli sinyallerin (görsel ya da sessel) belirli kurallara veya kodlara göre düzenlemesidir. Başka bir ifade ile bir mesajın, iletişim kanalının özelliklerine uygun bir şekilde, simgeleştirme sistemi aracılığıyla fiziksel olarak taşınabilecek veya iletebilecek bir biçime dönüştürülmesidir (Mutlu, 2008). Sözel ya da sözsöz simgelerin, kendi başına bir anlamları yoktur. Mutlaka kodlama sürecinden geçmeleri gerekir. Kod Açma (decoding) Kod açma kavramı ise kodlamanın tam karşıtıdır. İletimde bu eylemi gerçekleştirecek olan taraf ise alıcı/ hedeftir. Kod açma, mesajların doğasını yorumlama, çözümleme ve anlama süreci olarak tanımlanmaktadır (Mutlu, 2008). Kod açma, algılama sürecinde iletilerin şu veya bu nedenle farkına varan hedefin aldığı işaretleri anlamlı simgelere dönüş-türme sürecidir. Bu süreç, alıcının iletileri taşıyan kanal ve araç-larla ilgili kod alıcı/ açıcı sistemleriyle başlar, merkezî sinir siste-minde tamamlanır.

### **SÖZLÜ İLETİŞİM VE MESAJ TASARIMINDA DİKKAT EDİLECEK HUSUSLAR**

Mesaj tasarımında alıcının mesajı kabul etmesinde etkili olan bazı özellikleri bilmek gerekir. Sözlü iletişimde mesaj alıcının fizyolojik dürtülerine hitap etmelidir. Aynı zamanda mesaj alıcının demografik özelliklerine (eğitim düzeyi, mesleği, cinsiyeti, yaşı, ilgi) ve alışkanlıkları-na yönelik olmalıdır. Bununla birlikte mesaj alıcı tarafından kabul edilmesi benimsenmesi için teşvik ve motive edici özellikler içermelidir. Mesajın 3 önemli ögesi mesaj tasarımında dikkat edilmesi gereken hususlar açısından önemlidir. Bunlar Mesajın dili, mesajın içeriği ve mesajın geliştirimidir. Mesajın dili, hem kaynak hem de hedef/ alıcı açısından net ve anlaşılır bir yapıda olmalıdır. Mesajın dilinden kastedilen ise ulusal dil olabileceği gibi, müzik, sanat veya beden dili gibi (jest, mimikler vs.) konuşulan dil dışında da bazı kodlardır. Sözlü iletişimde de bu durum aynı şekildedir. Mesaj içeriği; kaynağın amacını ifade etmek için seçtiği malzeme olarak tanımlamak mümkün. İçerik de koda benzer öğelere ve yapıya sahiptir.

Mesajın geliştirimise; iletişimi başlatan kaynağın kodları ve içeriği seçerken ve düzenlerken verdiği kararlardır. Bu bağlamda mesaj geliştirimini neler belirler? sorusuna verilebilecek cevapta ilk olarak kaynağın özellikleridir. Mesaj tasarımlanırken temel amacı, hedef kitle üzerinde etki yaratmaktır. Etki, yoğun duygulanım sonucu oluşan ve kişiyi ya da kitleyi harekete geçiren, motive eden güçtür. Sözlü iletişimin başarıya ulaşabilmesi için gerek mesajı verirken gerekse alırken bir takım kuralların yerine gelmesi gerekmektedir. Mesaj tasarımı yapmadan önce bunların neler olduğu ve nasıl gerçekleştirileceğinin belirginleştirilmesi gerekir (Aziz, 2010): Amacın belirlenmesi: Mesajı tasarlayan Kaynak ya da alıcı (geribildirim mesajı) konumundaki kişi öncelikle ‘iletişimin amacı nedir?’ sorusunu hatırlayarak, iletişimin türünü belir-lemesi gerekir. Bu iletişim bireysel, iki kişi arasında bir iletişim ve karşı tarafta tulum ve davranış değişikliği yapması istenen bir iletişim ise seçilecek iletişim türü ve aracı bu amacın gerçekleştirilmesine yönelik olmalıdır.

Konunun önemi: Taraflar yani kaynak ya da hedef çoğu zaman iletişimi bir amaca ulaşmak için başlatır. Her iletişimin bir, bazen de birden fazla konusu vardır. Kimi kez bu konular arasında doğrudan bir ilişki varsa da kimi kez birbirinden bağımsız da olabilir. İletişim bu konu(lar) çerçevesinde geçer.

Konuşmacının önemi: Sözlü iletişimde, iletişimi başlatan taraf (konuşmacı), iletişimden ve mesajdan tümüyle sorumludur. Bu bakımdan konuşmacının iletişim konusu ya da konuları hakkında yeterince bilgili olması, ses tonu ve renginin elverişli olması, en azından iletişimi olumsuz etkileyecek türde olma-ması, kültürlü olması, konuşmanın akışına göre kendini yönetmesi, hazır cevap olu-şu gibi özelliklere sahip olması gerekir.

Dilin önemi: Etkili sözlü iletişimin önemli bir diğer özelliği kullanılan dildir. Dil sözlü iletişimin en önemli ögesidir. Çünkü iletişimin amacı, konusu dil ile aktarılır. Sözlü iletişimi zayıflatan en önemli husus ise, dilin kullanımındaki yanlışlar-dır. Sesin kullanımı: Sözlü iletişimde ses en önemli öğedir. Çünkü mesaj, sözlerin yer aldığı insan sesi ile aktarılır. Bu bakımdan sesin özellikleri; sesin rengi, tonu ve hızı etkili iletişim için önemlidir. Sesin bu özellikleri kişinin biyolojik yapısından kaynaklanır. Biyolojik özellikler kolayca değiştirilecek özellikler değildir.

Dinlemenin Önemi: Son olarak mesaj tasarımında dikkat edilecek konulardan biride dinlemedir.

Dinleme, sözlü iletişimin olmazsa olmazlarından. İletişimle gelen mesaja cevap verebilmek, ancak o mesajın doğru algılanması ile olanaklıdır. Bunun için de önko-şul, mesajı dinleme, anlama ve sonra yanıtlamadır. Mesajı verenin mesajını dinletecek kadar etkili bir mesaj tasarımı yapma sorumluluğu vardır diyebiliriz.

## **GÜNLÜK YAŞAMDA SÖZLÜ İLETİŞİM**

İnsanlar, tarihin ilk dönemlerinden itibaren hem ihtiyaçlarını giderebilmek hem de sosyalleşebilmek için iletişim hâlinde olmuşlardır. Önceleri şekilsel ve farklı aletlerle gerçekleşen bu iletişim süreci, zamanla daha sistematik ve daha etkili hâle gelmiştir. Özellikle seslerin anlamlı hâle gelmesiyle başlayan sözlü iletişim, bugün dünya üzerinde en fazla kullanılan iletişim şeklidir. Teknolojinin hızla gelişip yenilediği bugünün dünyasında bile sözlü iletişim, insanlar arasında farklı araçlarla hâlâ en çok tercih edilen iletişim şeklidir. Gündelik Yaşamda İnsan İlişkileri insanların toplumsal bir varlık olmalarını fark etmelerinden itibaren, birlikte yaşamalarını sağlayan en önemli olgu iletişimidir. İnsanı, diğer canlılardan ayıran ve dünyayı yönetmesini sağlayan 2 temel özelliği bulunmaktadır. Bu özelliklerden ilki 'konuşma', ikinci ise 'düşünme'dir. Bir insanın bütün ihtiyacını kendisinin karşılaması mümkün olamayacağından dolayı, toplu hâlde yaşamaya başlayan insanlar, iletişim imkânları sayesinde sosyalleşmeye başlamışlardır. İletişim araçları olmadan insanların birbirleriyle anlaşabilmeleri, bir arada yaşayabilmeleri ve de etkileşime girmeleri mümkün değildir. İnsanoğlunun düşünce ve duygu alışverişini kısıtlamak ya da genişletmek, onun yaşam biçimini de değiştirmektedir. Özellikle 21. yüzyılda bu tür bir değişime, bu alışverişin genişlemesine tanık olunmaktadır. Dünyada kullanılan iletişim araçları, bireylerin istekleri ve ülkelerin gelişim düzeyleri ile birlikte sahip olunan kültüre göre büyük farklılıklar gösterebilmektedir. Milyarlarca insanı bir araya getiren, kitle iletişim araçları denilen bu yeni iletişim yöntemleri, iletişimin toplumsal ve sosyal kullanım alanlarını genişletmiş ve günümüzde ülkelerin, düşüncelerin sınırlarını zorlamaya başlamışlardır. Bunca yaşanan olaya ve gelişmeye rağmen gündelik yaşamda insanlar arasında en çok kullanılan iletişim aracı konuşma, yani sözlü iletişimidir.

### **Gündelik Yaşamda Sözlü İletişim Biçimleri**

Sözlü iletişimin farklı biçimleri vardır. Bunlar; açıklama, soru, emir, itaat, bildirim ve ünlemdir. Açıklama: İletişim sürecini başlatan kişi veya kesim, alıcı olan kişiye ya da kesime bir konu veya durumla ilgili bir açıklama yapmak isteyebilir.

Soru: İletişim sürecini başlatan kişi veya kesimin bir konu ya da durumla ilgili bilgi alma amacı vardır. Mesajını da bu niyet doğrultusunda oluşturabilir. Emir: İletişim sürecinde yer alan taraflar, emir tarzı ifadelerle iletişim yönlendirebilirler. Genel olarak hiyerarşik yapılar içerisinde bu iletişim biçimi çok daha yaygın görülmektedir. İtaat: Üst ast ilişkilerinde üstün emir tümcelerine, ast, itaat tümceleriyle karşılık vermesine sözlü iletişimin itaat biçimi denilmektedir. Bildirim: Bu biçim, genelde bir durumu karşı tarafa bildirerek anlayış ya da kolaylık göstermelerini beklemektir. Ünlem: İnsanlar, şaşırdukları hatta hayret ettikleri bazı durumlar karşısında "ah!", "ya!", "bak sen şu işe!" gibi ünlem sözcükleriyle tepkilerini dile getirebilirler.

### **Gündelik Yaşam Sözlü İletişiminde Etkinliği Engelleyen Faktörler**

Sözlü iletişim esnasında etkinliği engelleyen faktörler bulunmaktadır. Bunlar; genelleme, kutuplaşma, statik değerlendirme, soyut dil, anlam çıkarma ve rastgele seçmektir.

Genelleme: Sözlü iletişimde insanlar genel olarak bir kelimeyi belirli bir grubu tanımlamak için kullanılmaktadırlar. Bu durumda da kelimenin tanımladığı ismin benzerlikleri veya ortak özelliklerinin düşünülmesini sağlamaktadır. Kutuplaşma: Bu durum, anlamların aşırı uçlarda kullanımı yüzünden yanlış düşüncelerin oluşumunu ve yanıltmaları ifade etmektedir.

Statik Değerlendirme: Hızla değişen insanoğlunun ve var olan düzenin karşısında dil, oldukça yavaş değişmektedir. Belirli ifadeler ancak belirli durumları kapsayan özellikler göstermektedir. Bu sebeple, kişi veya olaylar hakkında kullanılan sözlü ifadelerin, içinde bulunulan zamanı ifade ettiği, başka koşullarda ise aynı anlama gelmeyebileceği söylenebilir.

Soyut Dil: İletişim esnasında soyut ifadelerin kullanılması, bu kelimelerdeki belirsizlikler nedeniyle iletişimde bazı sorunların doğmasına neden olabilmektedir.

Anlam Çıkarma: Anlam çıkarmayı en kısa şekilde, delil veya varsayımlardan elde edilen sonuç ya da hükümler olarak tanımlayabiliriz. Rastgele Seçmek: Sözel iletişim esnasında kişilerin, iletişim kurduğu kişinin özelliklerini dikkate almadan seçtiği kelimeler veya ifadeler, iletişimi olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

### **Gündelik Yaşamda Sözlü ve Yazılı İletişim**

Yapılan çalışmaların, iletişimi, türleri bakımından çoğunlukla, sözlü iletişim, yazılı iletişim ve sözsüz iletişim olarak 3'e ayrıldığı görülmektedir. Söz, sesin sistematik yapıya dönüşmüş hâlidir. Sesin

söze dönüşmesiyle dil gelişmiştir. Sözü dile gelmesiyle de konuşma ortaya çıkmıştır. İnsanlar, sesini sistematik yapıya kavuşturarak söze dönüştürmüş, bu da yani sözlü iletişim, insan iletişiminin asıl omurgasını oluşturmuştur. Sözlü iletişimin bazı özellikleri şunlardır:

- Kültürle biçimlenir.
- Resmî ve gayriresmî olabilir.
- Doğrudan veya dolaylı gerçekleşebilir.
- Argo ve esprilerle kullanılabilir.
- Soyut ve somut anlamlar yüklenebilir.
- Bulunduğu ortam ya da kültüre göre bir jargona sahip olur.

#### **Sözlü İletişimin Avantajları**

- İletilen mesajların anlaşılma derecesi denetlenebilir.
- Anlık karşılık verilebilir, soru sorulabilir.
- Verilen cevaplar kontrol edilebilir.
- Anlaşılmayan konulara açıklık getirilebilir.

#### **Sözlü İletişimin Dezavantajları**

- Söylenen bir kelimenin, yazıya göre yanlış anlaşılma ihtimali daha yüksektir.
- Alınan mesaj, zamanla tamamen veya kısmen unutulabilir.
- Verilen mesaj değişikliğe uğrayabilir.
- Planlar, politikalar ve stratejilerle ilgili kalıcı ve uzun süreli iletişim için uygun değildir.

Yazılı iletişim, sözü zapt eden, sözün kaybolmasını önleyen yazılı kod ve araçlarla yapılan bir iletişim türüdür. Yazılı iletişim, dilden dile, alfabeden alfabeğe değişen biçimlerde, kendine has simgesel ve dizgesel bir yapı sunmaktadır. Birçok düşünürü göre yazı, insanlığın en büyük buluşlarından biri olarak kabul görmektedir.

Yazı temelde, insan zihninin bir ürünü olan dili yani sözü kullanmaktadır. Yazılı iletişimin taşıması gereken özellikler şunlardır:

- Kısa ve amaca uygun olmalıdır.
- Doğru ve güvenilir veriler içermelidir.
- Açık, net ve anlaşılır olmalıdır.
- Önceden planlanarak yazılmalıdır.
- Dil bilgisi kurallarına uygun olmalıdır.
- Yazıda silinti ve kazıntı olmamalıdır.

#### **Yazılı İletişimin Avantajları**

- Yazılı iletişim arşivlenebildiği için kalıcıdır.
- Belge özelliğinden dolayı delil olarak sunulabilir.
- Yazılı iletişimde mesaj tekrar tekrar kontrol edilebildiği için hata oranı çok azdır.
- Kolay bir şekilde çoğaltılarak başka kişilere de ulaştırılabilir.
- Yazılı iletişimde yazı istenildiği ölçüde tekrar yazılabilir.

#### **Yazılı İletişimin Dezavantajları**

- Sözlü iletişime oranla geri bildirim alma süresi oldukça uzundur.
- Yazılı iletişimde ön hazırlık gerektirdiği için daha fazla zaman harcamak gerekmektedir.
- Gönderildikten sonra yazılanları değiştirmek çok zordur.
- Diğer kişilerin eline geçebilme ihtimali olduğundan dolayı, gizlilikleri çok daha azdır.
- Yazılı iletişimde yüz yüze temas olmadığı için, özellikle sözlü iletişimin sahip olduğu avantajlar bulunmamaktadır.

#### **Gündelik Yaşam Sözlü İletişiminde Dikkat Edilecek Hususlar**

İnsanlar arasında iletişimde kullanılan dil, genellikle başarı için gereklidir. Fakat seçilen kelimelerden ziyade önemli olan bunların hedef kitle tarafından anlaşılıyor olmasıdır. Bununla birlikte, yapılan birçok araştırma, insanların birbirlerine ne söylediklerinden ziyade, nasıl söylediklerine de dikkat ettiklerini ortaya koymaktadır. Sözlü iletişimin boyutlarından biri de konuşmadır. İnsana ait bir özellik olan konuşma, insanlar için hayat boyu önemli bir rol oynamaktadır. Bu özellik sadece insanlara ait olmasına rağmen, iletişim esnasında her zaman etkin bir şekilde kullanılmayabilmektedir. Sözlü iletişim ortamlarında konuşmacı, konu ve dinleyici iletişimini ortaya çıkaran 3 temel öge bulunmaktadır. Bunlar; etkileme, ikna ve inandırmadır.

İyi bir sözlü iletişim, iyi bir diksiyona sahip olmaktan da geçmektedir.

Diksiyon kısaca, sözü üretirken, duygu ve düşünceleri doğru, uygun ve eksiksiz olarak ve kullanılan sesin hakkını vererek konuşma sanatı olarak tanımlanmaktadır.

### **ÇALIŞMA YAŞAMINDA SÖZLÜ İLETİŞİM**

İş tatmini ve iş doyumunu kavramlarıyla ifade edilen mutlu çalışma zamanlarının temelinde yatan iletişim türü sözlü iletişimdir. Çünkü iletişimin diğer türlerinden olan yazılı iletişim iş hayatında çoğunlukla resmi ve bürokratik işler için kullanılırken, sözlü iletişimin kullanımı daha gündelik işlere uygundur. Sözlü iletişim, insanlar arasındaki ilişkiyi düzenlediğinden ve etkili iletişim sürecinin temelinde yer aldığından çalışma yaşamında da önemli bir yere sahiptir.

#### **ÇALIŞMA KAVRAMI**

“Çalışma”, geçmiş insanlığın ortaya çıkmasına kadar uzanan hayatın devamlılığı için önemli bir toplumsal faaliyet olup, insan hayatının en önemli alanlarından biridir. İhtiyaçlar hiyerarşisinde belirtilen kendini gerçekleştirme aşamasının temel şartı çalışmak ve para kazanmaktır. Burada bahsedilen bireysel olmaktan ziyade toplumun tamamını ilgilendirmektedir. Kamu veya özel sektör düzeyinde üretim yapan, değer katan her bir çalışan hem bireysel ihtiyaçlarını giderme hem de ülkenin gelişmişlik düzeyine katkı sağlama amacı gütmektedir. Çalışma pratikleri sektöre göre kamu ve özel sektör olmak üzere iki başlık altında incelenir. Kamu sektöründe temel amaç özel teşebbüslerde olduğu gibi kâr elde etmek değildir. Kamu hizmeti kullanıldığı yere göre anlamı değişen, esnek bir kavram olarak görülür ve “devlet veya diğer kamu tüzel kişileri tarafından veya bunların gözetim ve denetimleri altında genel, kolektif ihtiyaçları karşılamak, kamu yararını sağlamak için kamuya sunulmuş devamlı ve muntazam faaliyetler” olarak tanımlanır.

#### **ÇALIŞMA YAŞAMINDA İNSAN İLİŞKİLERİ**

Gelişen ve bununla birlikte değişen toplum hayatındaki değişiklikler sonucu günümüz insanı, geçmişe göre birçok sayıda birey ile ilişki kurmaktadır. Söz konusu bu ilişkilerin zayıf olması, insanda huzursuzluk ve moral düşüklüğü yaratmaktadır. İnsanın çalışma yaşamında mutlu olabilmesi iletişim biliminin gelişmesine bağlıdır. Her ne kadar otomasyon sistemleri gelişmiş olsa da iş hayatında çalışan insan kaynağının fazla olması, çalışma yaşamındaki ilişki kurma, yönetme ve sürdürmeyi de gerekli kılmaktadır.

#### **ÇALIŞMA YAŞAMINDA SÖZLÜ İLETİŞİM**

Kendisi tek başına güçlü bir bağ kurma aracı olan iletişim, beklenen ve umulan amaçlar yönünde, insanlar arasında haberleşmeyi sağlamak ve insanlar arasında anlamları ortak kılmak şeklinde misyonlara sahiptir. İletişimin bu misyonu çalışma yaşamında, grupların ve birimlerin arasında yaşanan bilgi akışlarını düzenlemektedir. Biçimsel (Formal) İletişim Bir iş ortamının büyüklüğü, üretim kapasitesi ve kurumda çalışan personel sayısına bakılmaksızın bazen resmî bazen de gayriresmî biçimde ilişkileri düzenleyen hiyerarşik ortam iş hayatının olmazsa olmazıdır. Bu yapıda, biçimsel (formal) iletişim sistemi örgüt içerisindeki ve organizasyonun çevresi arasındaki enformasyon akışını sağlayan kanalları ifade etmektedir. Her çalışanın ve kuruma ait her üyenin bu yapı içerisinde diğerlerinden farklı biçimsel bir rolü ve statüsü bulunmaktadır. Biçimsel Olmayan (Informal) İletişim Biçimsel iletişimden farklı olarak sadece resmî değil aynı zamanda resmîyet dışında kalan kişiler arası iletişim biçimini de kapsamaktadır. Çalışma yaşamında iletişimin diğer bir boyutu olan biçimsel olmayan (informal) iletişim; çalışanların ortaya çıkardıkları biçimsel olmayan gruplar ve bu gruplar arasında ortaya çıkmıştır. Eskiden biçimsel olmayan iletişim türü iş hayatı açısından, kurumsal iletişim ortamını tehdit eden ve kurum çalışanlarının çalışma performanslarını etkileyen tehlikeli ve kalıcı olmadığından geçersiz bir durum olarak algılanmaktaydı. Ancak biçimsel olmayan iletişim daha sonraları kurumsal iletişimin bir parçası olarak algılanmaya başlanarak, iş hayatında önem kazanmıştır.

#### **ÇALIŞMA YAŞAMINDA KARŞILAŞILAN İLETİŞİM ENGELLERİ**

Kurumlarda istenildiği düzeyde etkili bir iletişim sağlanabilseydi, kurum içerisindeki çatışmalar ve kurumsal başarısızlıkların ortaya çıkması mümkün olmazdı. Günümüzde birçok kurumun başarısızlığından ya da kurumlarda ortaya çıkan çatışmalardan, huzursuzluklardan söz ediliyorsa, bu durumun temelinde yatan şey kurum içerisinde etkin bir iletişim ortamının olmamasıdır. Çünkü etkili bir iletişim ortamının oluşmasını engelleyen birçok etken söz konusu olmaktadır. Genel olarak mesajın içeriği ve iletişimde kullanılan dil vb. temel iletişim sürecindeki öğelerde ortaya çıkan sorunlar, kurumsal iletişimi olumsuz yönde etkileyen faktörler arasında gösterilebilmektedir. Ayrıca kişilerin kendi karakteristik özelliklerinden de kaynaklanan sorunlarla birlikte iletişim sürecinde birçok engel ve kaza durumu olabilmektedir. Çalışma yaşamının temel kaygılarından olan çok para kazanma ve

kariyere elde etme gibi gayelerle bazen kişilik özelliklerine ters düşecek şekilde de davranabilen çalışanlar, ast üst ilişki dengesi kurma ve bu ilişkiyi yönetme amacıyla iletişim kazaları oluşmasına temel hazırlayabilmektedirler.

### **ÇALIŞMA YAŞAMINDA SÖZLÜ İLETİŞİMİN ETKİNLİĞİ**

Bütün sosyal etkileşimler hiç kuşkusuz iletişimi de içermektedir. Bir örgütten ya da gruptan söz edebilmek için etkileşimin olması gerekmektedir. Örgütler iç ve dış çevre ile etkili bir iletişim kurarak varlıklarını sürdürmektedir. İletişimin en temel işlevlerinden birinin uyumlaştırma ve eş güdüm olduğu düşünüldüğünde, örgütsel uyum, görüş ortaklığı ve koordinasyonun sağlanması, başarılı ve etkili bir örgütsel iletişimde gizlidir.

### **SÖZLÜ İLETİŞİMİN ÇALIŞMA YAŞAMINA ETKİSİ**

Hayatının büyük bir bölümünü çalışarak geçiren insan için çalışma ve örgüt ortamı oldukça önemli bir konudur. Çalışma ortamında motivasyonu yüksek olan insan örgüt için faydalı bir ögedir. Çalışan bağlılığının artması, işin kalite düzeyinin yükselmesi ve iş stresinin azalması iş yerindeki etkili iletişim ile mümkündür. İş Tatmini ve Sözlü İletişim İş tatmini kavramına geniş bir çerçeve içerisinde bakıldığında, çalışanların kendilerini geliştirme imkânları, sosyal ilişkiler ve iş çevresi gibi birçok faktörlere ilişkin olumlu bakış açılarının bir sonucu olarak oluşan bir memnun olma durumu olarak ifade edilebilir. İşten kazanılan maddi kaynaklar, çalışanların birlikte çalışmaktan hoşnut olduğu çalışma arkadaşları ve fayda yaratmanın sağladığı haz, iş tatmini denildiğinde ilk akla gelen şeylerdir. İş tatmini, çalışan personelin performansını arttırmak için çok önemli bir unsurdur.

Motivasyon ve Sözlü İletişim İletişim, verimliliği etkileyen birçok değişkenden biri olduğu için, iletişimin genellikle verimliliği bir şekilde etkilediği kabul görmüştür. Üstlerin astlarla ilişkilerinin iyi olması, astların onları sevmelerini ve saymalarını sağlamaktadır. Üstünü seven ve sayan çalışan, üretim sürecine daha fazla katkı sağlayarak kendini göstermek istemektedir. Kişilerin kendilerini kabul ettirme istekleri de bir ihtiyaçtır. Böylece iletişim yoluyla motivasyon en iyi şekilde sağlanmış olacaktır. İletişim becerileri yüksek yöneticiler, iş görenlerle kurdukları iyi diyaloglar sayesinde onları işlerine rahatlıkla motive edebilirler. Kurumsal Bağlılık ve Sözlü İletişim Bağlılık, yüksek derecede bir duyguyu ifade etmektedir. Bir kuruluşa, insana, fikre, kendimizden daha büyük gördüğümüz bir şeye bağlılık hissetme, yerine getirmek zorunda olduğumuz bir yükümlüğü anlatmaktadır. Bireylerin örgütlerin içerisine girme, sadakat duyma ve örgütsel değerlere olan inanç gibi unsurları kapsayan psikolojik bağlılık ve kendini tam anlamıyla işe verme ise örgütsel bağlılık olarak ifade edilmektedir. Verimlilik ve Sözlü İletişim İletişim, örgütlerdeki en temel üretim faktörü olan çalışanların motivasyonunun, yönlendirilmesinin, verimliliğinin ve uyumunun sağlanmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Geçmişe göre günümüzde iletişimin önemi ve değeri iş dünyası tarafından önem kazanmaya başlamıştır. İletişimde gerekli olan, mesajların iyi bir şekilde kodlanması, kanalların iyi seçilmesi, iletişim sürecinin en etkili biçimde oluşturulması ve yönetilmesidir. Yöneticilik görevini üstlenen görevliler, iletişimden yüksek seviyede yararlanarak sorunları en aza indirebilir ve verimliliği artırabilirler. Bu nedenle, çalışma yaşamındaki iletişimin planlı bir şekilde oluşturulması gerekmektedir. Örgütlerde, çalışanların yaptıkları işlerin verimliliğini etkileyen önemli bir faktör de birbirleriyle ve çevreleriyle haberleşme olanaklarının bulunup bulunmadığıdır.

### **SÖZLÜ İLETİŞİM VE DİL**

Sözlü iletişimin en önemli özelliği dil varlığı üzerine kurulu olmasıdır. Sözlü iletişim sürecinde tarafların yani kaynak ile hedefin anlaşabilmesi kullanılan ortak dil ve o dilin kod sistemi ile mümkündür. **SÖZLÜ İLETİŞİM VE GERÇEKLİK**

Dil, sadece var olan bir şeye atıfta bulunmamakta ya da sadece tamamen dilsel bir bağlamda çalışmamaktadır. Dil, belirli duygularla birleştirilmekte ve bu duyguların doğasını şekillendirmektedir. Dolayısıyla dil ve gerçeklik, karşılıklı olarak bağımlı olan bir ilişkide birleşmektedir. Dil ve gerçeklik arasındaki ilişki sorunu, dil felsefesinin temel temalarından biri olup, anlam ve referans arasındaki ilişki, hakikat ve bilgi arasındaki ilişki, referansın anlaşılabilirliği, ontolojik görelilik ve evrensel dil sorunu gibi birçok özel yönü ifade etmektedir. Dil iki şeyi eşzamanlı olarak yapmaktadır. İlki, nesnelere oldukları şekilde yani gerçekliği yansıtmaktır. İkincisi ise gerçekliği belirli bir şekilde inşa etmektir. Sapir-Whorf Hipotezi'ne göre dil, dünyayı yorumlama biçimimizi belirlemede, düşünce dile bağlı olduğundan dil varlığımızı belirlemektedir.

### **SÖZLÜ İLETİŞİM VE KÜLTÜR**

Dilin kültürün bir parçası olduğu ve onun içinde çok önemli bir rol oynadığı yaygın olarak kabul edilmektedir. Dil aynı anda kültürü yansıtır, ondan etkilenir ve onun tarafından şekillenir. En geniş anlamıyla dil, bir toplumun tarihini, kültürel geçmişini, hayata yaklaşımını, yaşama ve düşünme biçimlerini içerdiğinden bir toplumun sembolik temsilidir. Dil ve kültür ilişkisi kapsamında aşağıdaki maddeler her iki kavram arasındaki ilişkiyi vurgulamaktadır:

- Kültür dili, dil de kültürü şekillendirmektedir.
- Dil, kültürün nesilden nesile aktarılmasını sağlamaktadır.
- Dil, kültüre duyarlıdır. Başka bir deyişle bir kültür içerisindeki dilin yapısı ve o dilde yoğun bir şekilde kullanılan kelimeler ile başka bir kültür içerisindeki dilin yapısı ve yine o dilde sıkça kullanılan kelimeler arasında farklılıklar olacaktır.
- Kültür, insan eliyle üretilen sanat eserlerini de içerdiğinden dil özellikle edebi eserlerin kalıcı bir nitelik kazanmasını sağlamaktadır.
- Yazılı kültürden farklı olarak sözlü kültür ürünleri de dil aracılığıyla aktarılmaktadır.
- Dil, toplumsallaşmanın bir aracıdır. İnsanlar iletişim yoluyla toplumsallaşmaktadır. Bir kültür içerisinde yaşayan ve sosyalleşen her birey dili kullanmak durumundadır. Aksi halde bireyin toplumsallaşmasının sağlanması mümkün olmayacaktır.
- Bir kültür için önemli olan eğitim ve sanat gibi alanların dil ile yakın bir ilişkisi bulunmaktadır. Özellikle eğitim açısından iletişim bilimleri ile ilişkili alanlarda eğitim alan bireylerin dil kullanım yetkinliklerinin iyi düzeyde olması beklenmektedir.

### **SÖZLÜ İLETİŞİM VE ANLAM**

Anlam; nesnelere, olaylar ve ilişkiler arasındaki olası ilişkilerin zihinsel temsili olup nesnelere birbirine bağlanmaktadır. Dil ve anlam ilişkisi genel olarak göstergeler ve söylem üzerinden somutlaşır. Anlam ve anlamlandırma kavramları açısından öne çıkan düşünürler C. S. Peirce, Ferdinand de Saussure ve Roland Barthes'tir. Göstergibilim, "gösterge", "gösteren" ve "gösterilen" olmak üzere üç unsurdan oluşmaktadır. Gösterge, kendi dışında bir şeyi temsil eden ve temsil ettiği şeyin yerini tutabilecek nitelikte olan her çeşit biçim, nesne ve olgudur. Gösteren, göstergenin doğrudan duyumsanabilen ve algılanabilen bölümüdür. Gösterilen ise göstergenin doğrudan duyumsanamayan ve algılanamayan bölümüdür yani göstergenin kavramsal yanısıdır. Düzanlam, anlamlandırmanın ilk düzeyi olup, bir göstergenin ilk anlamını belirtirken; yananlam ise mesajın aktarımında ikincil anlamlandırma düzeyini belirtmektedir. Söylem çözümlemesi, metindeki içeriğin analiz edilmesi, metnin içindeki anlamların, kullanılan dilsel birimler (sözcükler, tümceler) aracılığıyla incelenmesidir. İncelenen metinler, şiir, roman, haber içerikleri, filmler ve reklamlar olmak üzere çeşitli iletişimsel içerikler olabilir.

Anlam sürecinin oluşumundaki dinamikler şunlardır:

- Göstergeler
- Düzanlam
- Yananlam
- Kültürel kodlar
- Söylem

## **SÖZLÜ İLETİŞİM DE DİLİN KULLANILMASI**

İletişim çeşitli aracı ögeler üzerinden kurulmaktadır. Bu aracı ögelerin temelinde dil bulunmaktadır. İletişimde dil kullanımı, insanın bilişsel işleme süreci ile ilişkilidir. Bilişsel işleme süreci bir mesajın, alıcı tarafından anlamlandırılma sürecini ifade etmektedir. İletişimde dil kullanımı, dilin oluştuğu kültürel bağlamdan ayrılamaz. Kültür, iletişimi çeşitli düzeylerde etkilemektedir. Kültür, sözlerin ifade edildiği ve yorumlandığı bir çerçeve oluşturmaktadır. İletilenler, iletişimin, dilsel eylemin oluşturulduğu unsurlarda olduğu gibi gerçekleştiği kültürel bağlama da bağlıdır. Kişilerarası iletişimde ve kitle iletişiminde dil kullanımına yönelik aşağıdaki noktalar göz önünde bulundurulabilir:

- Yalın, sade ve anlaşılır kelimeler seçilmelidir.
- Kişilerarası iletişimde zorunlu olmadıkça anlaşılması belirli bir uzmanlık gerektiren terimlerden kaçınılmalıdır.
- Cümleler eksik bırakılmamalı, anlamının kolaylaşması için tamamlanmalıdır.
- Argo kelimeler kullanılmamalıdır.
- Özellikle yazılı metinlerde dil kullanımında yazım kurallarına ve anlatıma dikkat edilmelidir.
- Dilin bir kültürel ortamı yansıttığı göz önünde bulundurularak kültürel bağlam dışına çıkan cümleler kurulmamalıdır.
- Özellikle kurumlar açısından çeşitli paydaş gruplarıyla iletişim kurulurken anlaşılması zor olmayan bir anlatım tarzı seçilmelidir.
- Dil ve sesin yakın ilişkisi göz önünde bulundurularak kullanılan kelimelerin anlaşılır bir şekilde telaffuz edildiğinden emin olunmalıdır.
- Reklam ve halkla ilişkiler gibi iknaya ve dayalı iletişimsel faaliyetlerdeki kampanyaların amacına ulaşmasına için kampanya dilinin iyi bir şekilde yapılandırılması gerekmektedir.

## **SÖZLÜ İLETİŞİM VE DİL ENGELLERİ**

Dil engeli ifadesi bir dili konuşurken bireyin takıldığı engelleri ifade etmektedir. Bu engeller bireyin kişisel özelliklerinden kaynaklandığı gibi kültür veya yeni bir dil öğrenme gibi nedenlerden de kaynaklanmaktadır. “Dilbilgisi yeterliği, söylem yeterliği, sosyo-dilbilimsel yeterlik ve stratejik yeterlik” olmak üzere dört dil yeterlik seviyesi bulunmaktadır. Dilbilgisi yeterliği dilin, temel düzeyde ve dilbilgisi kurallarına uygun bir şekilde kullanılmasına yöneliktir. Söylem yeterliği, biraz daha karmaşık cümle yapılarını içermektedir. Özellikle iletişim alanının dil, ifade ve cümle yapılarını kurma biçimleri ile olan ilgisi düşünüldüğünde bu yeterlik önem taşımaktadır. Bir diğer yeterlik olan sosyo-dilbilimsel yeterlik, dilin kültür ile olan ilişkisini somutlaştırmaktadır. Belirli kültürel normların kavranması ve dile yansması bu yeterlik düzeyi üzerinden gerçekleşmektedir. Stratejik yeterlik ise dilin stratejik yapısına vurgu yapmaktadır.

## **SÖZLÜ İLETİŞİM VE RETORİK**

Retorik kavramı, ikna sanatı ve etkili ifade teknikleri ve bununla ilgili araştırmalar olarak tanımlanmaktadır.

### **SÖZLÜ İLETİŞİM VE RETORİK KAVRAMI**

Geleneksel retorik öncelikle hitabet ile ilişkili olmasına rağmen yazılı kompozisyonda da kullanılmaktadır. Modern retorik, etkili iletişim ile ilgilenirken; post yapısalcı yeni retorik, tüm söylemlerin retoriksel inşasına odaklanmaktadır. Klasik retorik ise hem rasyonel hem de duygusal çekicilikleri kullanarak hedef kitleleri etkileme ile ilgili olmasının yanı sıra alıcı odaklıdır. Etkili biçimde konuşma ya da söz söyleme sanatı, söz bilim ya da söz bilgisi olarak tanımlanan retorik, sözlü iletişimde oldukça önemlidir. İcat, yani geçerli argümanların inşası, düzenleme, ifade etme, hafıza ve konuşma tarzı geleneksel retorikğin alt bölümleridir. Retorik özellikle metaforik ile yalın anlam arasındaki ve biçim ile içerik arasındaki ilişki ile ilgilidir. Modern retorik bilimsel söylemin karşıtı olan doğruyu aktarmayan ya da abartılmış mesajlar olarak nitelendirilmesine karşılık postmodernistler ise güzel konuşma sanatı, fikirlerin sanatsal sunumu olarak kabul etmektedirler. Retorik bu bağlamda, simgelerle oynamayı ve hegemonyacı bir görüşü dayatma ya da kendi üstünlüğü konusunda ayak diretme amacı ya da tasarımı olmayan açık bir metin içerisinde anlamın kurulmasını ifade etmektedir. Retorik kavramı literatürde daha çok ikna ile birlikte hatta iknayı anlamak için ortaya çıkmış bir kavramdır. Antik Yunan'da ortaya çıkan ikna çalışmaları, Aristoteles tarafından incelenerek sınıflandırılmış ve Retorik çalışması ile temelleri atılmıştır. Aristoteles (2019)'e göre retorik belli bir durumda elde bulunan tüm inandırma yollarını kullanabilme yetisidir. Retorik, Antik Çağ'da felsefeden sonra en önemli öğreti olarak kabul edilmekteydi. Retorik MÖ 2. ve 1. yüzyıllarda Romalılarca siyasal anlamda ikna etmenin yanı sıra kişinin kendini ifade etmesi ve sanatsal bir etki yaratabilmesi anlamında da kullanılmıştır (Zeybek, 2016). Aristoteles'e göre retorikğin en önemli ve gerçek ögesi inandırmadır. İnandırma tarzları olarak tanımladığı 3 inandırma biçiminden söz eder. Birinci inandırma tarzı konuşmacının kişisel özellikleri yani karakterine bağlıdır. İkincisi dinleyiciyi belli bir ruh hâline sokmaya ilişkindir. Üçüncü inandırma tarzı ise konuşmacının sözcüklerinin sağladığı kanıt ya da sözde kanıtla bağlıdır. **ARİSTO'DAN GÜNÜMÜZE RETORİK**

Dünyanın en eski disiplinlerinden biri olarak kabul edilen retorikğin tarihsel olarak ortaya çıkışını tam anlamıyla ortaya koymak tartışmalı kabul edilir. Retorikğin Antik dünyada Yunanlı filozofların o zamanın kültürel merkezi olan Orta Doğu'dan etkilendikleri, hatta buna kaynaklık edebilecek altyapıya sahip olan Mısır'a gidip gelmiş olabilecekleri söylenmektedir. Retorikğin Antik Yunan dünyası ile daha çok ilişkilendirilmesinin sebebi ise retorik sistemin MÖ 5. yüzyılda burada ortaya çıkması ve sistemin düşüncesinin burada şekillenmesidir. Retorikğin tam olarak nerede doğduğu bilinmese de Sicilya adasında doğmuş olması düşüncesi ilginç ve manidar bulunmaktadır. Çünkü konum olarak ada ulaşım açısından özellikle her türlü etkileşime açıktır. Sürekli bir yerden bir yere aktarılan retorik disiplini Sicilya'dan sonra Atina'da gelişimine devam eder ve daha sonra toplumsal değişimle birlikte tekrar İtalya'ya döner ve Roma bu disiplinin merkezi hâline gelir (Tepebaşı, 2016). Retorikğin geçirdiği tarihsel aşamaları 8 başlık altında toplanabilir:

- Sofistler
- Atinalı filozoflar
- Roma dönemi
- Orta Çağ
- Yeniden keşfedilmesi
- Aydınlanma
- Çöküş dönemi
- 20. asır Sofistler Perslerin Atina'yı işgal ettikleri dönemde koloni bölgesi olan Sicilya adasında bir Rönesans dönemi yaşanır. MÖ 463 tarihlerine gelen bu dönemde iktidarda olan tiranların alt edilmesi bir serbestlik ortamı ortaya çıkmış ve insanlar haklarını veya siyasi görüşlerini savunma ve kabul ettirebilme imkânına ulaşmıştır. Bu dönemin ilk retorik öğretmenleri ve kurucuları da Korax ve öğrencisi Teisias'tır. Retorik böylece öğretilen bir disiplin olmuştur. Bu dönemde retorikğin yayılmasında iki etken önemlidir. İlki siyasal ve sosyal koşullarla ortaya çıkan demokratik ortam ikincisi ise Sofistler ile retorikğin bir araya gelmesidir. Retorikğe ihtiyaç doğuran sebepler ise politik görüş farklılıkları ve ticaret yoluyla zenginleşen halkın arasındaki hukuki sorunlardır.

Retoriği Atina'ya getiren kişi ise Gorgias'tır (MÖ 430-380). Önemli hatipler ise Gorgias, İsokrates ve Protagoras'dır. Sofist kelimesi de konuşma ustası olarak kullanılmaktadır. Atinalı Filozoflar Bu dönemde gezgin sofistler ortadan kalkmış, yerine kurslar ve okullar açılmıştır. Retorik eğitiminde ağırlık; buluş (inventio) ve dillendirme (elocutio) kısımlarına verilmiştir. Bu dönemde konuşma çeşitlerine denetleyici konuşma türü eklenmiştir. Sofistlerden sonra gelen düşünürlerin konuya bakış açıları değişmiştir. Sokrates (MÖ 469-399) ve Platon (MÖ 427-347)'un eleştirilerine maruz kalmışlardır. Sokrates (MÖ 469-399) sofistlerin retorik tercihine karşı çıkmış ve felsefenin önemine vurgu yapmıştır. Amaç hakikate ulaşmaktır. Amaç hakikatin kişilere göre değişen yönünün değil özünün kavranmasıdır. Platon (MÖ 427-347), Sokrates'in öğrencisi ve retoriğin ilk eleştirmenlerinden biridir. Platon retoriğin bir bilim olmadığını sadece diyalektiğin araçlarından biri olduğunu söyler. Platon'un öğrencisi Aristo (MÖ 384-322) ise retoriği sistemli hâle getiren ilk kişidir. Roma Dönemi Roma'da retoriğin seyri devletin şekli ile ilişkilendirilir. Roma Cumhuriyeti'ndeki işlevi imparatorluk döneminde ortadan kalkmıştır. Atina'da cumhuriyetin yıkılması ve Roma Cumhuriyeti'nin ılımlı politik iklimi Yunan aydınlarının ve kültürel ürünlerin Roma'ya taşınmasını sağlamıştır. MÖ 2. asırda retorik ile tanışan Roma'da retoriğin teorik yönüne "rhetorika, uygulamalı yönüne ise "oratoria" denir. Retorik bu dönemde kurumsal bir yapıya kavuşmuştur. Roma büyük bir güç hâline geldikten sonra özellikle Romalı asiller bilim, edebiyat ve felsefenin yanı sıra retoriğe de ilgi duymaya başladı. Asıl neden ise iktidar ve retorik konuşma arasındaki ilişkidir. Bir süre sonra şehir demokrasileri gücünü kaybedip monarşik merkezî yönetimler iktidarını pekiştirmeye başlayınca retoriğin politika ve mahkemede etkinlikleri de önemini kaybetti. Bunların yerine tören konuşmaları öne çıkmaya başladı. Roma döneminin retorik ustaları ise Cicero ve Quintilian'dır. Orta Çağ Orta Çağ dünyasında başta kurumsallaşmış bir retorik eğitimi söz konusu değildir. Bu konuda eğitim veren okulların açılması 3. asırdan itibaren görülmektedir. Orta Çağ'da en önemli gelişmelerden biri retoriğin "hür sa-natlar" kapsamında başta eğitim kuramlarında olmak üzere yaygınlaşması diğeri ise kilisenin retoriğin gücünden faydalanma yoluna gitmesidir.

Bu dönemde de politik ve mahkeme konuşmaları önemini yitirdiğinden retorik dilsel ifadeler kısaca dile odaklanıyor, antik retorikçilerin eserleri üzerinde yoğunlaşıyor ve bu da retoriği yazılı metin incelemesi hâline getiriyordu. Bu durum Rönesans ve sonrasına kadar devam etmiştir. Bu dönemde asıl önemli gelişme retoriğin tiyatro açısından keşfidir. Ayrıca Orta Çağ'ın başında antik miras ile kilise retorik konusunda çatışmıştır. Hristiyanlığın devlet dini olmasından sonra ise kilise hür sanat olarak retorikten faydalanmaya başlamıştır. Kilise retoriği açısından en önemli isim Auerelius Agustinus (MS 354-430) olarak geçer. Agustinus'un temel problemi hakikatin ortaya çıkarılması değil, hakikatin aktarımı, olası olanın savunulması değil, sonsuz tanrısal hakikatin aktarılmasıdır. Yeniden Keşfedilmesi Hümanizm-Rönesans ve Barok olarak adlandırılan bu dönemler, retoriğin yeniden keşfedildiği bir dönem olarak karşımıza çıkmaktadır. Atina ve Roma döneminden sonra üçüncü büyük dönem olan Hümanizm-Rönesans'ta Retoriğin yeniden keşfedildiği retorik miras üzerine adeta bir dünya görüşü geliştirildiği ifade edilmektedir.

Barok dönemi ise retoriğin son altın çağı olarak değerlendirilir. Bu dönemde ortaya çıkan retorik ile poetikanın iş birliği ise retoriğin daha da gelişmesini sağlamıştır. Aydınlanma Barok dönemindeki kadar ilgiyle karşılanmayan retorik Aydınlanma döneminde iki dönem hâlinde ele alınmaktadır. İlk dönemde retoriğin felsefi-diyalektik temelleri ve et-kisi hâkimdir ve duygusal dil geri plandadır. Bu dönemde hedeflenen öncelikle dilin kendisi diğeri ise aydınlan-macı bilginin yaygınlaştırılmasıdır. Bilimsel bil-ginin yaygınlaştırılması için Latince dışında ana dilin önemi keşfedilmiştir. Temsilcileri Leibniz ve Chr. Thomasius'tur. İkinci dönemde ise deha dönemidir ve durum değişir. Burada retorikten vazgeçmekten ziyade, retorik alt dallara ayrılmıştır (Psikoloji odaklı retorik ile etik ve pathos'ların etkilerini yansıtan retorik anlayışlar).

Çöküş Dönemi Çöküş dönemi artık retoriğin eğitimin bir parçası olmaktan çıkmaya yerine başka muadillerinin gelmeye başlamasıyla eşleştirilmektedir. Bu çöküşün en önemli sebepleri ise şunlardır: Bilginin uzmanlaşması, sözlü kültürün yerine yazılı kültürün ağırlık kazanması, insanların ilgisizliği ve içe kapanma kültürünün öne çıkması, yerel dil kulla-nımlarının yaygınlaşması ve uygun olmayan politik kültür. 20. Asır Retorik 19. asrın sonlarında tamamen ortadan kaybolur. Fakat 20. asrın ilk başlarında -Amerika'da 20'li, Almanya'da ise 50'li yıllar-dan sonra- yeniden ilgi odağı hâline gelir. 70'li yıllardan sonra Avrupa'da yeniden canlanır.

## **RETORİK TÜRLERİ**

Aristoteles (2019) Retorik adlı kitabında; politik, adli ve törensel gösteri söylevi (epideiktik) olmak üzere üç tür retorik olduğundan bahseder. Bunların da bölümleri, zamanları ve sonuçları vardır. 1. tür olan politik retorik, cesaret ve umut kırma bölümlenmesi dâhilinde gelecek zamana yöneliktir ve uygunluk ya da uygunsuzluk durumlarının (iyi şeylerin karşılaştırılması) tespit edilmesi temelinde yapılandırılır. 2. tür olan adli retorikte ise, kötü davranışın incelenmesi ön plana çıkar. Genellikle (Mahkemede kendini savunma yükümlülüğünde olan bireylerin konuşmasıdır.) konuşma geçmiş zamanı içermektedir. Suçlama ve savunma bölümlerinden oluşmakla birlikte adalet ve adaletsizlik, diğeri bir deyişle yasalara ilişkin sonuçlar söz konusudur. 3. Tür olan törensel söylev ise, övme ve eleştirme

bölümlerinden oluşmakla birlikte şimdiki zamanı içerir. Onur ve onursuzluk sonuçlarıyla ilgilenir (Aristoteles, 2019). **RETORİĞİN UNSURLARI**

Aristoteles Retoriğin üç unsuru olduğunu söyler. Söylenen sözün sağladığı inandırıcılığı ile ilgili olan bu unsurlar Ethos, Logos ve Pathos'tur. Ethos (kaynağın güvenilirliği); ikna teorisinin ilk unsurudur. Konuşmacının sunmak istediği karakteri, karizma ve güvenilirliği olarak tanımlanabilir (Demirdöğen, 2010). Logos (mantık): Aristoteles Logos'u akıl yürütmeye dayalı söylem olarak kullanır. Logos, kısaca mantığa vurma, karar verme yeteneğine dayanır, dinleyiciyi güçlü kanıtlarla ikna etmeye çalışır, soruları ve cevapları, farklılıklarını koruyarak açıklayabilir (Zeybek, 2016). Pathos (psikolojik çekicilik/erdem); tutkulara veya izleyicilerin/dinleyicilerin isteklerine hitap eden konuşmanın havası ya da tonudur. Aristo'nun pathos için önerdiği çekicilik psikolojik çekiciliktir çünkü izleyicilerin duygularına güvenmek gerekir. Pathos dinleyici ile ilgilidir. Sorunların kaynağı konumundadır ve sorular tutkuların heyecanların ya da fikirlerin tanıklık ettiği birçok nedenle ilişkilidir.

### **SÖZLÜ İLETİŞİMDE RETORİĞİN ÖNEMİ**

Retorik sistem, konuşan, dinleyen ve konuşmanın konusu üzerine inşa edildiğinden, özel bir iletişimsel yapı sunar. Burada önemli olan iletişimin yöneltildiği dinleyici kitlesinin ikna veya razı edilmesidir. Dinleyiciyi etkilemek amaçlanır. İknanın kandırmak ya da manipülasyon olarak yorumlanması ise önemli bir sorundur. Sözlü iletişim açısından da alıcının konuşmacının niyetini manipülasyon olarak algılaması iletişim sürecinin yönünü değiştirebilir. Sözlü iletişim açısından bakıldığında Antik dünya da olduğu gibi her insanda var olan konuşma yeteneğinin iletişimin başarısı açısından sanat olarak değerlendirilip inceliklerinin öğrenilmesi önemlidir. Bunların her tür sözlü iletişim sürecinde bilinçli kullanımı etkili ve başarılı bir iletişim ortamı oluşturmaya yardımcı olacaktır. İletişim sorunlarının birçoğu da konuşmayı ve dinlemeyi iyi bilmediğimiz için ortaya çıkmaktadır. Başarılı bir sözlü iletişim için öncelikle iyi bir konuşmacı olmak ve konuşmanın da etkili ve ikna edici olması gerekmektedir. Aristoteles retorik konuşmanın bazı niteliklere sahip olduğu takdirde etkili olabileceğini söylemiş ve bunları 5 başlık altında tanımlamıştır. Buluş, düzen, anlatım tarzı, bellek ve sav ileri sürmektir.

### **DİNLEME TÜRLERİ VE ETKİN DİNLEME**

Dinleme, insanın yaşam sürecinde edindiği bilgileri anlamlandırma aracı olmakla birlikte bu süreçte kullandığı en önemli becerilerden biridir. Dinleme, günlük yaşamın her aşamasında aktif bir biçimde ve sıkça kullanılmaktadır. Hayatını anlamlandırmasında katkısı son derece önemli olan dinlemeye dair insan; öncelikle bu yeteneğinin farkına varmalı, değerini kavramalı ve hayatının daha nitelikli olması için diğer tüm yetenekleriyle beraber bu yeteneğini de geliştirme gayreti içerisine girmelidir.

#### **DİNLEME KAVRAMI**

Dinleme en genel tanımıyla “sözel bir girdiyi anlama ve yorumlama” sürecidir. Bu süreç bireylerin içinde buldukları şartlara, algıladıkları sözel girdilere ve bireysel durumlarına göre değişebilmektedir. Dinleme insanın hayatı boyunca edindiği bilgileri anlamlandırma aracıdır. Aynı zamanda dinleme, insanın anne karnından ömrünün sonlanmasına kadar geçen süreçte kullandığı en önemli becerilerden biridir. Hatta insanoğlunun kazandığı ilk ve en önemli beceri, dinleme becerisidir ve insan hayatının büyük bir bölümünü dinlemeyle geçirir. Dinleme becerisi, insanın günlük hayatının her aşamasında en sık ve en çok kullandığı dil becerisidir. Çünkü bireyler hem sosyal yaşantılarında hem de öğrenim hayatları süresince çoğu zaman alıcı konumdadırlar. Bu nedenle özellikle eğitim gören bireylerin, akademik ve sosyal yaşamlarında da başarılı olmaları, dinleme becerilerinin geliştirilmesi ve dinleme farkındalıklarının artırılmasıyla sağlanabilir. Öğrenilen bilgilerin birçoğunu elde etmek için gerekli olan dinleme, okuma, konuşma ve yazma kadar önemlidir. Bunun yanında iyi bir okuma, konuşma ve yazmanın ortaya çıkabilmesi için etkin dinleme şarttır. İnsanın, doğumundan önce başlayan sonrasında ailede gelişen, okulda devam eden ve hayatının pek çok alanında kullandığı dinleme becerisi, bir bakıma sesleri okumak ve anlamlandırmak demektir. Nitekim sağlıklı bir insan her ne kadar dünyaya geldikten sonra duyu organlarından en çok gözlerini kullansa da anne karnında işitme vasıtasıyla çevresinin farkına vardığı için bir anlamda dünyaya gözlerini değil, kulaklarını açmaktadır.

#### **İŞİTMEK, DİNLEMEK VE ANLAMAK**

Dinlemenin temel amacı, konuşmacının iletmek istediği mesajı, duygu ve düşünceleri doğru bir şekilde anlayabilmektir. Anlama olgusunun gerçekleşmediği bir dinleme etkinliği, sadece “işitme” olarak nitelenebilir. İşitme, ses sinyallerinin beyne ulaşması ile son bulan fizyolojik bir süreçtir. Dinleme ise işitmeyi de içine alan zihinsel bir süreçtir. İşitme, bireyin kendi iradesiyle tercih etmek durumunda olmadığı, kulağı vasıtasıyla beynine ulaşan her türlü ses unsurudur. Dinleme ise bireyin kendi tercihiyle bağlı olarak, seçerek ve isteyerek algıladığı sesler bütünüdür. Yani işitme istem dışı, dinleme ise istekle olur. İşitme, kişinin dışardan gelen bütün sesleri algılayabilme yeteneğidir. Dinleme ise işitmeden farklı olarak kişinin kendi iradesi ile kulağına gelen birçok sestten birini seçmesi, algılaması ve değerlendirmesi sürecidir. Dinlemenin önemli bir amacı da anlamadır. Anlama, dinleme yeteneğine bağlıdır. Çünkü dinleme, konuşma ya da okunma aracılığıyla gönderilen bir bildirim algılanıp kavranmasıdır. Öğrenme yollarından biridir ve belli bir amaç için yapılır. Bu nedenle düşünme, anlama, anlamlandırma, değerlendirme, kıyaslama, ayırt etme yetenekleri; belli ölçüde gelişmiş, geliştirilmiş bir dinleme yeteneğiyle mümkündür.

#### **DİNLEMENİN AMAÇLARI**

- Herhangi bir konuda bilgi edinmek,
- Hoşça vakit geçirmek,
- Olayları eleştirel gözle değerlendirmek,
- Eleştiri almak,
- Başka insanların deneyimlerinden yararlanmak,
- Toplumla iletişim kurmak,
- İnsanların düşüncelerini değerlendirmek,
- Çevresinde bulunanlara yardım etmek. Dinleme amaçlarının bu farklılıklar çerçevesinde gelişmesi, dinlemenin insanlar tarafından sadece iletişim kurma aracı olarak değil; aynı zamanda öğrenme, anlama, zihinsel, duygusal ve sosyal becerilerini de geliştirmek için de kullandıkları önemli bir alan olduğunu göstermektedir.

#### **DİNLEMENİN ÖZELLİKLERİ**

- İletileri doğru anlama ve yorumlama çabası,
- Dilin dört temel işlevinden biri olması,

- Kişiler arası iletişim ögesi olması,
- Belirli bir amaç ekseninde yapılması,
- İnsanın seçme özgürlüğünü yansıması,
- İşitmeyi de içine alan bir etkinlik olması,
- Öğrenilebilen ve öğrenilmesi gereken bir dil becerisi olması,
- İnsan beyninin çeşitli bilişsel süreçlerini gerektirmesi,
- Çok farklı boyutları olan bir olgu olması,
- Karmaşık ve aktif bir süreci içermesi,
- Dikkati yoğunlaştırmayı gerektirmesi,
- Bilgi birikimi elde etmenin bir yolu olması.

### **DİNLEME ŞEKİLLERİ VE TÜRLERİ**

Bireyin dinleme etkinliğinin öncesinde “Niçin/Hangi amaçla dinleyeceğim?” sorusuna vereceği cevap, dinleme sürecinde hangi dinleme türünü kullanacağını belirlemesine katkı sağlar. Dinleme etkinlikleri iki temel grup altında toplanır. Literatürde bunlar dinleme şekilleri olarak da ifade edilmektedir.

**Etkileşimli Dinleme:** Bu dinleme şeklinde yer alan dinleme etkinlikleri, cevap vermeyi kapsamaktadır. Karşılıklı konuşma sırasında gerçekleşen dinlemedir.

**Etkileşimsiz Dinleme:** Bu dinleme şeklinde yer alan dinleme etkinlikleri, cevap vermeyi içermemektedir. Konferans, radyo ve konuşma dinleme tarzı etkinlikler bu grup içerisinde yer almaktadır. Literatürde birçok dinleme türünden bahsedilmektedir.

Dinleme türlerini beş grupta toplayan bir araştırmancının sınıflandırması ve içeriği şu şekildedir:

- **Ayırt Edici Dinleme:** Sesleri ve görsel uyarıların birbirlerinden ayırt etmek amacıyla yapılan dinleme türüdür. Bu dinlemede; konuşma seslerini, müzikteki tonlamaları, çevreden gelen sesleri, birden fazla anlamı olan kelimeleri, sözlü iletişimle birlikte kullanılan sessiz iletişim öğelerini vb. ayırt etmek için dinleme yapılmaktadır.

- **Estetik Dinleme:** Eğlenmek, haz/zevk almak için yapılan dinleme türüdür. Bu dinlemede türündeki mesajın dinleyen üzerinde duygu ve heyecan uyandırması arzu edilir. Masal, hikâye ve şarkıların vb. dinlenmesi estetik dinleme için örnek olabilir.

- **Etkili Dinleme:** Bir mesajı eleştirel bir yargıda bulunmaksızın yapılan dinleme türüdür. Bir konuşmada geçen sebep-sonuç ilişkilerini anlama, gerçek bilgi ile dinleyicinin çıkarımıyla edindiği bilgiyi ayırt etmek, önceden bilinen ve yeni öğrenilen bilgi arasındaki ilişkiyi ortaya koymak, ana fikri ve yardımcı fikirleri belirlemek için yapılan dinlemeler bu türe örnek verilebilir.

- **Eleştirel Dinleme:** Konuşmayı anlamak için değil, puan vermek, değerlendirmek ve yargılamak için yapılan dinleme türüdür. Hatalı veya mantığa uygunsuzluğu tespit etmek, sözlerin altındaki manaları ortaya çıkarmak için yapılan dinlemedir.

- **Empatik Dinleme:** Konuşmayı/konuşulana eleştirmeden empati kurularak yapılan dinleme türüdür.

Yargılama yolunu tercih etmeden, herhangi bir tavsiyede bulunmadan, muhatabın duygularını anlamaya çalışarak yapılan dinleme empatik dinlemeye örnek olarak verilebilir.

### **ETKİN DİNLEMENİN TEMEL ÖZELLİKLERİ**

Etkin dinleme için temel dinleme ilkelerine uyulmalıdır: İletişimde temel dinleme ilkeleri şunlardır: Dinleyici;

- Bir amaca sahip olmalı,
- İstekli olmalı,
- Eleştirel dinlemeli,
- Tahmin ederek dinlemeli,

- Not alarak dinlemeli. Etkin dinlemek için “dinleme sürecinin” basamaklarına dikkat edilmelidir:

Dinleme, aktif bir süreçtir ve bu süreç üç basamaktan oluşur. İlk basamak dikkat, ikincisi anlama, üçüncüsü ise değerlendirmedir. Etkin dinleme hassasiyet gerektirir: Dikkat ve özen gerektiren dinleme, bireylerin birbirlerine ne derecede saygı gösterip göstermediğini açık bir şekilde ortaya koymaktadır.

Bu nedenle dikkatli olunması ve düşünceli davranılması bir süreçtir.

### **ETKİN DİNLEME İÇİN YAPILMASI GEREKENLER**

Etkin dinleme yapılabilmesi için genel kurallar vardır: Bireyleri dinleme becerisinde başarılı konuma getirecek olan etkin/iyi bir dinlemenin yolları yedi maddede ele alınmaktadır:

- Dikkatin konu üzerine odaklanması,
- Dinlemeye hazırlıklı olunması,
- Konuşmacıyı/konuşmayı anlamak için gayret gösterilmesi,
- Duyguların kontrol edilmesi,
- Dinleme süresinde ana fikrin zihinde tespit edilmesi,
- Konuşma hızı ve zihinsel kıvraklık,
- Konuşmanın dinlenilmesi esnasında not alınması. Bunun yanında etkin bir dinleme için; dinleme eğitimi alınması, özellikle eğitim ortamlarında dinlemenin geliştirilmesi için alıştırmalar yapılması, zihinsel ve fiziksel açıdan uygun koşulları hazırlanması, etkin dinleme stratejilerinin öğrenilmesi ve dinleyici olarak konuşmacıya karşı olan sorumlulukların farkında olunması gerekmektedir.

## **DİNLEMENİN ZORLUKLARI**

Dinleme, zoraki dinlemeleri içeren yani herhangi bir amacı olmayan dinleme türlerinden birisi veya birkaçı tercih edilerek yapılırsa zor bir sürece evrilir. Bu etkisiz dinleme türleri şunlardır:

- Gönülsüz dinleme: Bireyin dinleme etkinliğine zoraki olarak katılmasıdır.
  - Antipatik dinleme: Dinleyicinin, kaynak kişiye/konuşmaya dair olumsuz tavırlarının olduğu dinleme türüdür.
  - Yüzeysel dinleme: Sırf bilgi alımı yapılan fakat bilişsel süreçlerin kullanılmadığı yani derinliğe ve detaya inilmeyen dinleme türüdür.
  - Görünüşte dinleme: Bilgi akışının neredeyse hiç gerçekleşmediği dinleme türüdür. Ayrıca dinleme anlık olarak gerçekleşen bir etkinliktir. Konuşmayı oluşturan kelimeler söylendiği andan itibaren uçup gidebilir. Bu yüzden konuşmada tekrar, okuma veya yazmaya göre daha zordur. Bu nedenle dinleyici, konuşmayı hem dinlemek hem de zamanında anlamak zorundadır.
- Okumada anlama gerçekleşmediği zaman geri dönüşler yapma ve ara verip dikkatini toplama gibi kolaylaştırıcı etkinlikler yapılabilir. Fakat dinleme sırasında, geri dönüşlerin yapılması veya konuşmaya ara verilmesi mümkün olmayabilir. Dinlemede dikkati toplama süreci okuma faaliyetine göre daha zordur. Dinlemenin zorluklarından birisi de dinleme esnasında çoğunlukla bilgilerin kaydedilememesidir. Dinleyici isteklerine göre seçim yapamayabilir. Bu gibi durumlarda dinleyicinin konudan koparak dikkatinin farklı yönlere kayması mümkündür. Bir metnin okunurken anlaşılması açısından okuma hızı kontrol edilebilirken, dinlemede anlama hızının kontrol edilememektedir.

### **HİTABETTE TEMEL İLKELER**

Güzel sanatlar içinde yer alan ve amacı insanları ikna etmek olarak nitelenen hitabet, bir söz sanatıdır. Sözü güzel söylemenin karşılığı; bir anlayışı bir düşünceyi yaymak ve onu dinleyicilere benimsetmektir. İnsan hitabet sanatına gerek bireysel gerekse sosyal açıdan ihtiyaç duyar. Literatürde insanın hem özel hayatında hem de iş hayatında hitabetin öneminin büyük olduğu, ilim ve sanatların gelişmesinde etkisinin bulunduğu ifade edilmektedir.

#### **HİTABET KAVRAMI**

Hitabet, “etkili söz söyleme sanatı” olarak tanımlanır. Hitabet sanatı sayesinde bir topluluk karşısında duygu ve düşünceler doğru, güzel ve etkili bir biçimde ifade edilebilir ve bir anlayışın-fikrin yayılması sağlanabilir. İnsanlar yaşları, işleri ve konumları ne olursa olsun, hayatlarının herhangi bir anında, herhangi bir nedenle topluluk karşısında konuşma ihtiyacı hissederler. Bu ihtiyacın etkin bir biçimde karşılanması için de herkesin hitabet sanatı konusunda bilgi ve deneyim edinmesi gereklidir. Türkçede hitabet sanatını icra edenler, hatip/konuşmacı; söylenen söz, hitabe/konuşma; konuşmanın yapıldığı kitle ise muhatap/dinleyici olarak tanımlanmaktadır. Hitabet, bir düşünceye alıştırmak, bir topluluğu etkilemek, kitleleri yönlendirmek veya harekete geçirmek için planlı olarak yapılan konuşmalardır. Hitabet özel yetenek gerektiren sözlü bir türdür. Hatip ile söz konusu hitaba muhatap olanlar yani dinleyiciler karşı karşıya bulduklarından dolayı, hitabet türü, diğer edebi türlere göre daha zor gerçekleştirilir. Bu nedenle hatibin; bilgiye ve genel kültüre sahip olmasının yanında, rahat ve akıcı konuşma yeteneğini de bünyesinde bulundurması önemlidir.

#### **HİTABETTE BENİMSENECEK TEMEL İLKELER**

Belirli bir durum karşısında dinleyicileri söylenenlere inandıracak unsurlarla araçları keşfetme gücü, “söz söyleme sanatı” olarak nitelenmektedir. Aristo ve ondan sonra gelen klasik yazarlar, inandırıcı konuşmanın yapılabilmesi için beş temel kurala uyulması gerektiğini öne sürmektedirler.

- Buluş: Konuşmayı oluşturan düşüncelerin kaynağı ve özü.
- Düzenleme: Konuşmanın kuruluşu ve akışı.
- Biçem: Konuşmanın konusuna, gereğine ve dinleyenlerin niteliğine göre kullanılan dil.
- Bellek: Konuşanın, bilgilerini zihninde tutma ve anımsama gücü.
- Deyiş: Konuşmanın ses ve fiziki ses olarak yansımaları. Hitabetteki temel olarak nitelenebilecek bu kurallara uyulmasının gerekliliği ile beraber, yeni toplumun insanı ve onun davranışına yönelik anlayışların değişmiş ve dolayısıyla bu durumdan konuşma/konuşmacı/dinleyici gibi unsurların da etkilenmiştir. Dolayısıyla dinleyenleri etkileyerek, istenilen psikolojik yönlendirmeleri başarılı bir şekilde yapabilmek için konuşmanın aşağıdaki özellikleri barındırmalıdır:

- “Hitap edilen kimselerde bir anlayış uyandırmak,
- İmgelemi hoşnut etmek,
- Tutkuları harekete geçirmek.
- Arzu ve istekleri etki altına almak.” Bütün bunların yanında iyi bir hitabet ve iyi bir hatip aşağıdaki özelliklere sahip olmalıdır:
- Hatip anlattığı konuya gerçekten inanmalıdır.
- Hitabet işini yapan kişi bir hatipte olması gereken vasıfları taşımalıdır.
- Dinleyicilerin her açıdan seviyeleri (anlayış, kültür, zekâ vb.) iyi tespit edilmelidir.
- Hitabet etkinliğinin kesinlikle kendi içinde tutarlı bir planı olmalıdır.
- Hatip pratik zekâyâ ve çok dikkatli bir yapıya sahip olmalıdır.
- Hatip konuşma yaptığı topluluğun psikolojisine dair gerekli bilgiyi edinmelidir.
- Hatip topluluk karşısına çıkabilme yeteneğini kazanmış olmalıdır. Hitap ederken de; vurgu, ses, ton, durak, ezgi gibi öğeleri kullanmalıdır.
- Hatip sabırlı olmalı ve ani öfkelenme gibi durumlardan kaçınmalıdır.
- Hatip gerektiğinde deyim, atasözü, özdeyiş, nükte vb. araçlardan yararlanmalıdır.
- Hatibin jest ve mimikleri, gereğince ve ölçülü olmalıdır.
- Hatip konuya hâkim olmalı ve dinleyici kitlesiyle göz teması kurmalıdır.

#### **HİTABETTE TEMEL İLKELERE UYMANIN ÖNEMİ**

Günümüzde sosyal, gündelik yaşamlarında ve özellikle iş ortamlarında öne çıkan insanların, etkili konuşma yeteneklerini yerinde ve zamanında kullandıkları bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu duruma en net bir şekilde gösterilebilecek örnekler, yaşanmışlıklar, tecrübeler hitabetin gerektirdiği

temel ilkelere uymanın önemini ortaya koymaktadır. Hitabetin ilkelerine uymak yönetmenin önemli bir adımıdır/basamağıdır: Özellikle yönetsel yapılarda görev ve sorumluluk üstlenen kişilere bakıldığında birçoğunun etkileyici konuşma özelliğine sahip oldukları görülmektedir.

Bu özellikleri, onları diğer insanlardan farklı kılmaktadır. İş adamları, toplum temsilcileri, grup ve topluluk yöneticileri arasında en başarılıları, hitabet yeteneğine sahip olanlardır. Hitabet ilkelerine uymak medeniyet tasavvuru ve inşası için gereklidir: Etkili hitabetin insanlar etkilemesi açısından önemi büyüktür. Doğru, güzel ve etkili hitapların; heyecanı azalmış bir topluluğa heyecan vererek hayata döndürmek, kaybedilecek gibi görünen davaları kazandırmak, yenilmek üzere olan orduları zafere ulaştırmak, kitlelere idealler aşılacak gibi dikkate önemsenmesi gereken birçok özelliği vardır. Bir medeniyetin gelişmesinin temelinde konuşmanın olduğu söylenebilir.

Medeniyetlerin kuruluş süreçleri insanlar arası ilişkilerle ortaya çıkar ve bu ilişkilerin temelleri hitabet sanatı ve bu sanatın etkisiyle gelişme imkânı bulur. Hitabet ilkelerinin etkililiği, amaç ve metot farkındalığıyla mümkündür: Çevresiyle sürekli bir etkileşim içinde bulunan ve sosyal bir varlık olan insanın sözlü iletişimini etkili kılabilmesi için; konuşma yolunu tercih ettiğinde, iletmek istediği meseleleri dilin inceliklerine dikkat ederek belirli bir metot, plan ve hedef çerçevesinde sunmasını bilmelidir. Hitabet bir sisteme dayanır ve bunu yönlendiren/yöneten hatibin amacıdır: Hitabette temel ilkelere uymanın önemli noktalarından birisi; hatibin niçin o konuşmayı yaptığı ve o konuşmada neler yapabileceği ve konuşmayla nelere/nerelere ulaşabileceğinin bilincinde olmasıdır.

Bunun için öncelikle hatibin, konuşmasını kendi bakış açısı ve amacıyla yöneteceği/yönetmesi gerektiği düşüncesini benimsemesi gerektiği söylenebilir. Hitabetin temel ilkelerine uyulduğu ölçüde sanatsal yönü ortaya çıkar: Söz söyleme sanatı olan hitabet, resim, müzik mimari vb. gibi hitabet de güzel sanatlardandır. Bu bağlamda hitabet bir sanat olarak değerlendirildiğinde onun, sanatkar (hatip) ile muhatabı olan dinleyicinin iç içe bulunduğu “güzel konuşma sanatı” olarak varlığını sürdürdüğü söylenebilir. Hitabet hem bugünü hem de gelecekteki düşünceleri etkileyen bir araçtır: Dinleyicilerin hatibe verdikleri “cevap,” da iyi bir konuşma dinlediklerinden dolayı duydukları zevk olarak nitelenmemelidir. Hatibin konuşmasına verilecek “cevap,” konuşma bittiği anda veya aradan saatler, hatta günler geçtikten sonra, dinleyicilerin o konuşma aracılığıyla neler düşündükleridir, neler yaptıklarıdır. İyi bir konuşma, konuşma olarak hafızalardan silinse bile, insanların düşünce ve hareketleri üzerinde iz bırakır.

### **HİTABETE ETKİ EDEN FAKTÖRLER**

Dinleyicinin İhtiyacı: Konuşma, konuşmacıya ya verilmiştir ya da konuşmacı uzman olduğu konuda konuşmak üzere oraya davet edilmiştir. Her iki durumda da konuşmacı, dinleyici kitlesinin ihtiyaçlarını iyi belirlemeli ve konuşma içeriğini ona göre biçimlendirmelidir.

Konunun Güncelliği ve Konuşmanın Güncelleştirilmesi: Konuşma konusu, dinleyicilerle ilişkilendirilmeli ve güncelleştirilmelidir.

Konuya Temel Kaynaklardan Hazırlanma: Konuşma konusu, temel kaynaklardan hazırlanmalıdır.

Konuşma Ortamı: Her şey her yerde konuşulmaz. Konuşmacı neyi, nerede konuşacağını iyi hesaplamalıdır.

Konuşmacının Sağlık Durumu: Konuşmacı, sağlığına dikkat etmelidir.

Ses ve Ses Düzeni: Konuşmacı sesini konunun duygu durumunu yansıtabilmelidir.

Görsel Materyaller: Görselliğin önem kazandığı bir dünyada yaşıyoruz. Bazen, bir resim bin kelimeye bedeldir. Anlatılan konuyu, dinleyicinin gözünde canlandırabilmesi için, ilgili resim ve fotoğraflarla konu desteklenmelidir. Giyim: Konuşmanın yapılacağı yere, konuşmanın türüne ve dinleyicilere göre doğal bir giyim gerekir. Temiz ve rahat giysiler giyinmeliyiz. Dar kemerler solunumu zorlaştırır.

Duruş: Omuzlar doğal olarak gergin, çene hafifçe yukarıda ve eller doğal bir şekilde kullanılmalıdır.

Konuşma Yerinin Düzenlenmesi: Konuşma yapılacak yer konuşmacıyı yakından ilgilendirmelidir.

Konuşma yapılacak yer dinleyicilerin konuşmacıyı rahatça görebileceği yükseklikte olmalıdır. Işık iyi düzenlenmiş olmalıdır. Mimikler ve jestler görülebilmelidir. Bununla birlikte ışık spotları gözleri alacak kadar yoğun bir şekilde konuşmacının üzerine çevrilmemelidir.

Söze Başlayış: Hazırlıksız görünmemeli ve şu tür açıklamalardan kaçınılmalıdır: “Pek hazırlık yapamadım. Kusuruma bakmayın.” “Üzerinize afiyet, biraz rahatsızım.” “Heyecanlandım. Karşınızda nasıl konuşacağımı bilmiyorum.” “Benden önce çok güzel konuşmuş olan değerli hocamızdan sonra sizlere bir şeyler söylemenin zorluğunu çekiyorum.” İyi hazırlanılmamış olursa bile, bu tür sözlerle giriş yapılmamalıdır. Tam tersine son derece arzulu, şevkli, dinç bir görünüm oluşturulmalıdır. İlgi çekici sözlerle konuşmaya başlamak, her zaman dikkat çeker. Şu tür sözlerle konuşma dikkat çekici hâle getirilebilir: “Şimdi anlatacağım şeyler, sizi şaşırtmasın.” “Günümüzün en önemli sorunu nedir, acaba?” “Böyle giderse beş yıl sonra konuda ne durumda olacağımızı hiç tahmin edebiliyor musunuz?” İçtenlik: Son derece içten, gönülden gelen her söz, dinleyicinin sadece kafasına değil, kalbinde de yer eder. Gösterişten, akıl satmaktan, kibir ve gururdan uzak bir tavır sergilenmelidir.

### **HİTABETTE UZAK DURULACAK TEMEL İLKELER**

Hitabeti başarmaya dair olumsuz düşünceler zihinden uzaklaştırılmalıdır: hitabette ilk olarak; “Ben bu işi başaramam/üstesinden gelemem/başaramam” gibi olumsuz ve yanlış düşüncelerden uzak durmak

gerekmektedir. Konuşma becerisindeki sorunlar dinlemeyi ve iletişimi olumsuz etkiler: Dinlemenin gerçekleşebilmesi veya insanların karşılıklı olarak birbirlerini etkin bir şekilde dinleyebilmeleri için konuşmanın önemi ortaya çıkmaktadır.

Çünkü bir insanın konuşma becerisinin sorunlu olması, %75 (dinleme + konuşma) oranında iletişim kurmakta problem yaşayacağı söylenebilir. Konuşmayı bozan etkenlerden uzak durulmalıdır: Konuşma bozukluklarının nedenleri yapısal, görevsel ve psikolojik nedenler olmak üzere üç başlık altında incelenebilir. Konuşmayı olumsuz etkileyen yapısal nedenler; dil kaslarının normal işleyişinin olmaması, dil bağı denem dilaltı bağlantısının dil ucuna uzaması, burunda et oluşu, dişlerle ilgili anatomik problemler, çene ve kas sınırları vb. ile ilgili sorunlardır. Yapısal bir sorun yoksa fakat hala konuşma ile ilgili unsurların tam olarak görevlerini yerine getirmedikleri, öğrenme ve alışkanlıkla ilgili konuşma bozuklukları varsa bunlar da görevsel nedenlerle ilgilidir.

Örneğin, evde yabancı bir dilin konuşuluyorsa ve bu dilin niteliği her zaman kullanılan dilden farklıysa bireyin konuşmasında görevsel bozukluk oluşabilir. İnsanın konuşmaya dair bir yetersizliğinin olmaması ve konuşma organlarının da tam çalışmasına rağmen oluşan konuşma bozukluğu ise psikoloji kaynaklıdır. Konuşma yetersizliklerinden uzak durulmalıdır: Konuşma yetersizlikleri genel çatı olarak; zihinsel kurgulama yetersizlikleri, fiziksel sorunlar, kullanılan dilin kurallarına hâkim olmama, dil bilgisi kurallarını uygulayamama, davranış bozuklukları ve gerekli bilgi eksikliği gibi nedenlerden kaynaklanmaktadır.

### **İYİ BİR KONUŞMACIDA BULUNMASI GEREKEN ÖZELLİKLER**

Sosyal bir varlık olması nedeniyle insan, hayatı boyunca hitap ettiği kişi sayısı az veya çok olsa da mutlaka bir topluluk karşısında konuşma ihtiyacı duyar. Bununla beraber insanın düşünme gücü ve düşündüklerini ifade etme becerisi, onu evrendeki diğer varlıklardan farklı kılan en önemli özelliklerdendir. Dolayısıyla insanın sosyal bir varlık olması, bilme/öğrenme nedeniyle zihinsel ve duygusal birikimlerini aktarmak istemesi ve gerek bilimsel gerek toplumsal görevleri açısından topluluk karşısına geçmesi, onu iyi bir konuşma becerisi elde etmeye ve bu becerisini geliştirmeye yönlendirmektedir.

### **KONUŞMA KAVRAMI**

Sadece bir günlük zaman dilimi düşünüldüğünde, konuşmanın insan hayatında önemli bir yeri olduğu anlaşılmaktadır. Konuşma insan hayatından bir an için çıksa, gündelik işlerin/ilişkilerin ve çalışma hayatındaki işlerin/ilişkilerin yürütülmesi de zorlaşacaktır. Bu noktada insanın iş, özel hayat, eğitim ve genel anlamda başarısına etki eden en önemli faaliyetlerden biri de birey-toplum ve bireyler arasında meydana gelen ve sözlü iletişim olarak da adlandırılan konuşmadır. Bu yönüyle gerek bireysel gerekse toplumsal açıdan önemli bir yeri olan konuşma, insanın hem eğitim hem de iş hayatındaki başarısını ve başarısızlığını belirlemektedir. Bireylerin kendileri dışındaki insanlarla dil yoluyla kurdukları iletişimin bir boyutunu meydana getiren konuşma, aslında duygu ve düşünce alışverişidir. Bireyler arasındaki yaşantıların birbirleriyle paylaşılması sürecidir. Günümüz toplumunda da bireyin vazgeçilmez bir hakkı ve görevidir.

Güncel Türkçe Sözlük'te konuşmak; “bir dilin kelimeleriyle düşüncesini sözlü olarak anlatmak”, “belli bir konudan söz etmek”, “bir konuda karşılıklı söz etmek, sohbet etmek” olarak tanımlanmaktadır. Konuşma ise “konuşmak işi”, “görüşme, danışma, müzakere”, “dinleyicilere bilim, sanat, edebiyat vb. konularda bilgi vermek için yapılan söyleşi, konferans” olarak tanımlanmaktadır. Herhangi bir toplumda yaşayan insanın duygu ve bilgi aktarım sürecini niteleyen iletişimin gerçekleşmesi için en çok ihtiyaç duyulan beceri konuşmadır. Konuşmaya yönelik olarak bilim dünyasında farklı tanımlar yapılmıştır. Bu tanımlardan hareketle konuşma; “insanı diğer varlıklardan ayırarak duygu, düşünce, tasarım ve isteklerin zihinde belirip söylenmesiyle tamamlanan bir süreç” şeklinde ifade edilebilir.

### **İYİ BİR KONUŞMANIN ÖZELLİKLERİ**

İyi bir konuşmanın yapılabilmesi için öncelikle konuşmanın öğelerine uygun hareket etmek gerekmektedir. Konuşmanın dört temel ögesi vardır. Bu öğeler; dış görünüş ve davranışlar, ses, dil ve zihinsel etkinliktir. Dış görünüş ve davranışlar unsuru konuşmacının duruşu, jest ve mimikleri, gövde hareketleri, kısacası dinleyicilerin duygu ve düşüncelerini etkilemek amacıyla yaptığı bütün davranışlarıdır. Konuşmacının buradaki tutum ve davranışları, konuşmanın en temel ögesi olarak nitelenebilir. Ses unsuru konuşmada en önemli boyutlardan biridir. Ses, konuşma esnasında ses tellerinin kulağa kadar gelen titreşimleridir. Sesin niteliği, süresi, tınısı, vurgusu, tonu ve yüksekliği önemlidir. Konuşmadaki anlatımın etkililiği sese dayanmaktadır. Ses verimli kullanılırsa kelimelerin anlamındaki etki de artar. Dil unsuru şeklinde ifade edilen boyut ise konuşma dilidir. Yani konuşma dili sırasıyla hece, kelime, cümle ve metin safhalarından meydana gelir. Konuşma dili, bir dilin kullanımda olan bütün yapı ve kalıplarını içine alır. Konuşma dilinin verimli ve etkili kullanılabilmesi için zengin bir kelime hazinesine sahip olunması şarttır. Zihinsel etkinlik konuşma faaliyetinin temel noktalarından birini teşkil etmektedir. Dinleyicilere yaptığı konuşma sürecindeki zihinsel etkinlik aracılığıyla konuşmacının duygu ve düşünceleri açığa çıkar. Konuşmacının kendine özgü boyutları, zihinsel etkinliklerle ortaya çıkar. Bu dört temel öge ile beraber iyi bir konuşmada yer alması gereken değerli unsurlar şunlardır: İstatistiksel Bilgiler: Konuşmada üzerinde durulacak konu ile ilgili net verilere, bilgilere, rakamlara, tablolara ulaşılması ve bunların kullanılması önemlidir. Örneklemeler: Konuşmacının konuya ilişkin vereceği örnekler özellikle de yaşanmış örnekler konuşmaya ilgiyi çekmekle beraber inandırıcılık açısından da olumlu katkı sağlar. Kıyaslamalar-Öngörüler: Konuşmaya canlılık katması açısından hayatın içinden yapılacak karşılaştırmaların kullanılması önemlidir. Dinleyicilerin, bu tür konuşmaları daha istekli ve mutlu olarak dinleme ihtimalleri yüksektir. Dinleyicilerle Saniyelik Diyaloglar: Konunun genel gidişatının bozulmamasına dikkat ederek dinleyicilerle kısa süreli diyaloglar ilgiyi konuşmaya/konuşmacıya çeker. Düşünce Fatihlerini Konuşmaya Ortak Etmek: En etkileyici güzel konuşma taktiklerinden olan bu uygulama, konuşmada topluma örnek olmuş ve iyi olarak bilinen ve tanınan insanların güzel

sözlerine, hayat tecrübelerine ve yaşam öykülerine yer vermek şeklinde uygulanır.

### **İYİ BİR KONUŞMACININ ÖZELLİKLERİ**

İyi bir konuşma yapılabilmesi için geçerli olan bütün özellikler, iyi bir konuşmacıda bulunması gereken özelliklerdir. Bu özelliklere ek olarak iyi bir konuşmacıda; plan yapma, konuşma yapacağı konuya hâkim olma, dinleyici kitlesini tanıma, dikkatli bir gözlemci olma, kendisine verilen konuşma süresini etkin ve verimli kullanma, heyecanını kontrol altında tutabilme, sesinin sınırlarının farkında olma, Türkçeye hâkim olma, eleştiriye açık olma, beden dilini iyi kullanma, üslubunu doğru bir şekilde kullanma, sağlam bir karaktere ve kişiliğe sahip olma ve görgü kurallarına dikkat etme gibi niteliklerin bulunması gerekmektedir.

### **İYİ BİR KONUŞMA İÇİN YAPILMASI GEREKENLER**

Konuşmaya başlarken;

- Coşku Verici Birkaç Sözle Başlamak: Konuşmacının doğrudan konuya girmek yerine, “Arkadaşlar bugün sizin aranızda bulunmaktan ve size hitap etmekten son derece mutluyum. Ümit ederim sizler de benim kadar mutlusunuzdur.” şeklinde bir başlangıç yapılabilir.
- Önce Ortamı Hazırlamak: Bundan maksat dinleyiciler beklenti hâlindeyken onlara ilk çarpıcı konuşma üslubuyla birlikte birkaç saniye göz gezdirmektir.
- Daha Önce Tanıyormuş Havası İçinde Olmak: Aslında bu samimiyetin ve candan olmanın bir ifadesidir. Konuşmacının bu olumluluk hali dinleyiciler tarafından muhakkak hissedilir.
- Şaka ve Espriden Kaçınmamak: Dostça ve arkadaşça olan yaklaşımlar çoğu zaman muhataplar tarafından olumlu karşılanır.
- Konuya Geçildiği Anda Konunun Ne Olduğunu Belirtmek: Konuşmacı, üzerinde konuşmak istediği konuyu ana hatlarıyla ifade etmelidir.
- Neden Konuşmak Durumunda/Zorunda Olduğunu İfade Etmek: Konuşmacının bunu tüm gerçekliğiyle, tüm içtenliğiyle dile getirmesi gereklidir. Konuşma sırasında;
- İlk yapacağınız tebessüm etmek olsun. Küçük bir espri nitelikli jestle kürsüye çıkmanız başlangıç için güzel hareket olacaktır.
- Kürsüde ayakta duruş pozisyonunuza dikkat ediniz.
- Ağızınızın kuruluşuna yol açacak durumlara dikkat ediniz.
- Konuşmaya başladığınızda kürsü korkusu diye bir durumun varlığını aklınıza getirmeyin.
- Kürsünün hemen yanında yazı tahtası varsa buraya konuyu daha iyi açıklanması açısından kategorisel yazımlar veya çizimler yapabilirsiniz.
- Bir sonraki cümleyi unuttuğunuzda tekrardan kaçınmayın.
- Hızlı konuşmayın. Bu durum hem heyecana hem de yanlışlara yol açabilir.
- Terleme durumunda hiç panik yapmadan cebinizde taşıdığınız mendilinizi çıkarın ve ağır ağır yüzünüzü silin; bunu anormal bir durummuş gibi görmeyin. Fakat sakın kâğıt mendil kullanmayın.
- El ve ayaklarınızın titrediğini hissediyorsanız sağınıza ve solunuza dönerek profildeki dinleyicilere el hareketli konuşma tarzını seçin.
- Heyecanı ve kalp atışını bastırmanın en güzel yollarından biri duygusal bir havaya girmektir.
- Konuşmanızın konusu ne olursa olsun mutlaka duygusal moda giriniz.
- Öksürmek ve aksırmak en doğal hâldir. Yalnız mikrofonla konuşuyorsanız dikkatli olmakta fayda var. Konuşma bitirilirken; konuşma aniden sona erdirilmemeli, konuşmacı bitireceğini belli etmemeli, iki defa bitirmemeli ve konuşma biter bitmez hızlı bir şekilde kürsüden kaçmamalıdır. Konuşmayı bitirmek için kullanılacak teknikler ise şunlardır:

- Özetleyerek bitirmek,
- His ve heyecanlara hitap ederek bitirmek,
- Geleceği canlandırarak/hayal ettirerek bitirmek,
- Dinleyicilerin harekete geçmelerini veya konuşmadaki fikri benimsemelerini isteyerek bitirmek,
- Tarihsel veya yaşanan büyük bir olaydan bahsederek bitirmek,
- Akademik konuları ilgi çekici hâle getirerek bitirmek,
- Net ve gerçekçi ifadelerle bitirmek,
- Objektifliği koruyarak bitirmek,
- Konuşmayı kendinizle bağlantı kurarak bitirmek,
- Retorik bir soruyla bitirmek,
- Fıkra, şiir, çıkarım veya mizahla bitirmek.

### **KONUŞMA TÜRLERİ**

Konuşmalar, yapılarına ve yapılarına göre hazırlıklı konuşmalar ve hazırlıksız konuşmalar olmak üzere iki başlıkta toplanır. Hazırlıksız konuşmalar; yeri ve zamanı önceden belirlenmemiş olan, şartlar gereği aniden yapılan ve hayatın bir parçası olan günlük olağan konuşmalardır. Hazırlıksız konuşma türleri arasında; söyleşi-sohbet, tanıtma-tanışma-tanıştırma, soru sorma-cevap verme, özür dileme-teşekkür etme, ziyaretlerdeki konuşmalar, adres sorma-yer tarif etme ve telefonla konuşma yer almaktadır. Hazırlıklı konuşmalar; topluluk karşısında yapılan, yeri ve zamanı önceden belirli olan planlı konuşmalardır.

Tek bir kişi tarafından yapılan hazırlıklı konuşma türleri şunlardır: Konferans; herhangi bir bilim/sanat konusunda, bilim adamı, yazar, düşünür, sanatçı veya o konu hakkında derin bilgiye ve görüşe sahip olan kimselerin, özel olarak düzenlenen toplantılarda, dinleyicilerine karşı düşüncelerini, bilgilerini açıklamak ve öğretmek amacıyla yaptıkları konuşmalardır. Bilimsel bir düşüncüyü, akademik bir konuyu, orijinal bir görüşü anlatmak ve bir tezi savunmak konferansın en belirgin amacıdır. Nutuk; dinleyicilere belli bir düşüncüyü iletmek, bir ülküyü aşlamak ve bunları yaparken de halkı, dinleyiciyi coşturmak amacını güden konuşmalardır. Herhangi bir konuda hazırlanabilen nutuk daha çok milli, manevi ve toplumu ilgilendiren konularla ilgili olarak hazırlanır.

Demeç; herhangi bir sorunla alakalı olarak, ilgili yetkilinin yayın organlarına açıklama yapmasıdır. Kısa, açık ve anlaşılır cümlelerle oluşturulması gereken demeç, kamuoyuna veya ilgililere hitapla başlar. Demeçte konuşmacı sesini doğru bir şekilde kullanmalı ve telaffuza dikkat etmelidir. Abartılı ve yapmacık davranışlardan uzak olmalıdır. İki veya daha fazla kişi tarafından yapılan hazırlıklı konuşma türleri ise şunlardır: Panel; küçük bir tartışmacı grubun izleyiciler önünde belli bir konuya dair görüş ve düşüncelerini ortaya koydukları ve bir başkanın yönetiminde yapılan grup tartışmasıdır. Paneldeki konuşmacı sayısı 4-8 kişi arasında değişiklik gösterebilir. Sempozyum (Bilgi Şöleni); bilimsel, sanatsal ve düşünsel ağırlığı olan bir konunun çeşitli yönlerinin, aynı oturumda alanlarında uzman olan farklı konuşmacılar tarafından sırayla ortaya konulduğu, tartışmalı toplu konuşmalardır. Konuşmacıların sayısı 3-6 kişiden oluşabilir ve her biri 5-20 dakika süreyle konuşurlar. Konuşmalar birbirini tamamlayan içeriğe sahip olmalıdır. Bilgi şöleninde asıl olan tartışmak değil, ele alınan konunun derinliğine ve bilimsel bir üslupla ortaya konmasıdır.

Açık oturum; belli bir konunun bir başkan yönetiminde değişik görüşlere sahip 3-5 kişiden oluşan bir konuşmacı grubu tarafından dinleyiciler karşısında tartışılmasıdır. Konuları önceden belirlenen açık oturumda tartışma; bilim, sanat, güncel bir olay, politika veya herkesi ilgilendiren önemli bir sorun vb. her konuda olabilir. Bu konuşmalar salonda dinleyicilerin önünde yapılabileceği gibi radyo ve televizyon gibi yayın organlarında da yapılabilir.

Münazara; herhangi bir konunun önceden belirlenip zıt yönleriyle jüri ve dinleyiciler önünde ele alınarak grup halinde tartışılmasıdır. Münazara kişilerin araştırma, konuşma, düşüncelerini düzenleme ve bunları ifade etme becerilerini geliştirir. Bir konunun, jüri ve dinleyiciler önünde tez ve antitez olarak ayrılan gruplarca savunulması şeklinde gerçekleşen münazarada, doğruya ulaşmaktan ziyade, düşüncüyü güzel bir biçimde savunabilmek ve güzel konuşmak esastır. Konunun sunuluş tarzı ve jürinin bu noktada etkileyebilmek önemlidir.

Forum; Bir mesele üzerinde kişilerin düşüncelerini tartışma ortamı oluşturularak bildirmesi ve konunun çözülme ulaştırılması için yapılan hazırlıklı konuşma türüdür. Forumun amacı, konunun tartışılarak çözüme kavuşturulmasını sağlamaktır. Forumda dinleyiciler de konunun çözümü için aktif bir şekilde fikirlerini belirtebilir, söz alabilir ve tartışmaya dâhil olabilirler.

### **HİTABETİN KULLANILDIĞI ALANLAR**

Hitabetin kullanıldığı alanlarda (akademik, siyasi, askerî, hukuki, dinî) hedef kitlenin bir konu hakkında ikna edilmesi, düşünmeye yönlendirilmesi veya bir konuyu öğrenmesi, yorumlaması ve sorgulamasını sağlayan; bilgi, duygu ve anlam aktarımı söz konusudur. Bu nedenle etkili bir konuşmanın gerçekleşebilmesi için; konuşmanın hangi alanda yapılacağı, dinleyicilerin anlayış düzeyi, hatibin konu hakkındaki bilgi, tecrübe, donanımı ve hitabet tarzı önem arz etmektedir.

### **KONUŞMA, HİTABET VE HATİPLER**

Konuştuğularında insanları etkileyen hatipler; sahneyi iyi kullanma, geniş bilgiye ve kültüre sahip olma, konuştuğu dilin inceliklerine hâkim olma, açık ve net konuşma, konuştuğu topluluğun özelliklerini çok iyi bilme konusunda iyi olan kimselerdir. İnsanlığın varoluşundan bugüne varlığını sürdüren hitabet sanatında bu özelliklere sahip olan birçok hatip tarihsel süreçte çeşitli toplumların ve medeniyetlerin oluşumunda, gelişiminde ve varlıklarını sürdürmesinde önemli bir rol üstlenmiş ve toplumları nezdinde adeta bir kahraman kimliği kazanmışlardır. Hatta tarihte büyük hatiplerin daha çok, hitap ettikleri/yaşadıkları toplumların zor zamanlarında ve sıkıntılı devirlerinde ortaya çıktıkları görülmektedir. Dünya tarihinde önemli yere sahip olan hatiplerin isimleri şunlardır: Perikles, Çiçero, Hz. Musa (AS), Hz. İsa (AS), Hz. Muhammed (SAV), Sokrat, Demosten, Napolyon, Hitler, Mussolini, Churchill, Roosevelt, Abraham Lincoln, Benjamin Franklin, Nehruh, Martin Luther King, John F. Kennedy. Türk tarihinde yer tutan önemli hatipler arasında ise; Bilge Kaan, Kültigin, Alparslan, Fatih Sultan Mehmet, Atatürk, Halide Edip Adıvar, Mehmet Akif Ersoy, Hamdullah Suphi Tanrıöver'in isimleri zikredilmektedir.

### **HİTABET ALANLARI**

İnsanları yönlendirmesi açısından etkili konuşmaların değeri büyüktür. Etkili konuşmalar; kaybedilen bir davanın kazanılmasını, sönmüş heyecanların diriltilmesini, mağlup olmuş orduların zafere ulaşmasını, halk topluluklarına fikirlerin ve ideallerin aşılmasını sağlar. Ayrıca "Tatlı dil yılanı deliğinden çıkarır" atasözünden anlaşılacağı üzere, toplumsal düzlemde de güzel konuşmaların etkisini ifade eden sözler dikkat çekicidir. Güzel konuşma sanatı olan hitabetin; nutuk, konferans, münazara, açık oturum, panel, sempozyum, forum, hutbe, vaaz ve benzeri şekilleri bulunmaktadır. Hitabet türleri ise; dinî, askerî, siyasi, hukuki ve akademik/ilmî hitabet olmak üzere beş başlıkta ele alınmaktadır. Akademik (İlmî) Hitabet Bilim adamlarının yaptıkları konuşmalar akademik (ilmî) hitabet olarak tanımlanmaktadır. Farklı bilim dallarında uzman olan kişilerin, üniversitelerde, bilimsel toplantılarda, bilimsel ödül törenlerinde, sempozyum açılışlarında yaptıkları konuşmalar akademik hitabetin farklı versiyonları olarak değerlendirilebilir. Bunun yanında bilimsel olarak belli bir konu üzerinde uzman olan kişilerin yaptığı konuşmalar da akademik hitabettir.

Örneğin; üzerinde fikir yürütülmesi gereken bir konuyu açıklama, bir tezin savunulması, akademisyenlerin araştırmaları hakkındaki konuşmaları aracılığıyla toplumun aydınlatılması, akademik hitabetin konuları arasında yer almaktadır. Özellikle üniversite derslerinde, bilimsel konferanslar vb. akademik konuşmalarda heyecanlı bir söyleyişten ziyade bilimsel bir dil ve dinleyicileri ikna edici bir hitap şekli kullanılır. Netice olarak gerek bilimsel toplantılarda gerekse bilim adamlarını dinlemek için toplanan kültürlü insanların huzurunda söylenen sözler vasıtasıyla ortaya çıkan akademik hitabetle; ilmin farklı alanlarında yetmiş/yükselmiş seçkin insanlar, dinleyenlerine bilgi ve tecrübelerini aktarırlar. Siyasi Hitabet Siyaset adamlarının yaptığı konuşmalar, siyasi hitabet olarak tanımlanmaktadır. Millet meclislerinde, mitinglerde, gösterilerde ve seçim meydanlarında yapılan siyasi konuşmalar bu türdendir. Parlamentoya dayalı yönetim biçimlerinde politikacı veya milletvekillerinin, siyasete dair konuşmaları olan siyasi hitabet; genellikle ya politika hususunda halkı aydınlatma ya da vatandaşın oylarını kazanmak amacıyla yapılır. Bir başka ifadeyle bu konuşmalar, siyasi amaç ve düşüncelerin veya bu konudaki programların geniş halk kitlelerine iletilmesi için yapılan hitabelerdir. Siyasi hitabetlerde anlaşılabilirliğin sağlanabilmesi için açık ve sade bir üslup kullanılır.

Hukuki Hitabet Mahkemelerde avukatlar tarafından yapılan konuşmalar olarak nitelenen hukuki hitabet; bir başka ifadeyle mahkemelerde görülmekte olan davalarla ilgili savcılarının iddianamelerine yönelik, avukatların savunma amacıyla yaptıkları konuşmalar olarak da ifade edilmektedir. Hukuki hitabetin ortaya çıkışı, insanların toplumsal düzeni inşa etme ihtiyacından kaynaklanmaktadır. İnsanlar, yaratılışlarının gereği olarak sosyal bir hayata ihtiyaç duyarlar. Sosyal hayatın ideal açıdan

tanımlanabilmesi için de hukuk kuralları olmak zorundadır.

Nitekim herhangi bir yerde insan topluluğu varsa, mutlaka orada hukuk ilişkilerinin olması söz konusudur. Hitabetin hukuki açıdan oynadığı rolün önemi, özellikle adaletin gerçekleşebilmesi için mahkemelerde yapılan savunmalar esnasında ortaya çıkar. Dolayısıyla hukuki hitabetin temelini hukuk ile ilgili konuşmalar oluşturur. Savcılar tarafından hazırlanan iddianameler, avukatlar veya sanıkların savunmaları ve muhakeme kararnameleleri hukuki hitabete örnek olarak verilebilir. Kanunlar tarafından tanınan imkânlar kapsamında, haksızlığa uğrayan masum ve mazlumları savunmak amacıyla mahkemelerde yapılan bu tarz konuşmalar, hukuki hitabet olarak nitelenmektedir. Askerî Hitabet Kumandanların savaşa katılan askerlere yönelik yaptığı konuşmalara askerî hitabet denir. Askerî hitabet kapsamındaki konuşmalar gerek kışlalarda gerekse savaşlarda askerleri cesaretlendirmek, onların duygularını canlandırmak ve coşkularını artırmak amacıyla yapılır.

Askerî hitabette hatip kumandan, muhatap ise genellikle askerlerdir. Bilindiği üzere hitabette; hatip ile muhatapın ortak bir ögede buluşmaları hitabetin anlaşılır olmasının temel şartlarından. Düzgün bir konuşma yapmak ve dilin etkili bir şekilde kullanılması da aynı şekilde hitabette önem arz etmektedir. Bunlarla beraber belki de en önemli öge hatibin görevini neyse onu yaparken samimi olmasıdır. Ciddiyetsiz ve samimiyetsiz yapılan konuşmalar, etkili hitabet kurallarına uyarak yapılsa da olumlu sonuç vermez ve bu konuşma dinleyicisini harekete geçirmez. Hitabetin önemli ilkelerinden ve hatta kural niteliğinde olan bu temel öğelere uymanın gerekliliği askerî hitabet için de geçerlidir. Çünkü askerî hitabet kapsamındaki konuşmalar aynı zamanda askerlerin milli ve manevi duygularını güçlendirmek için onları heyecanlandırarak gayrete getiren derli toplu, kısa ve etkili konuşmalardır. Bu nedenle askerî hitabet türündeki konuşmalar; kısa ve özlü olmalarının yanında askere kuvvet veren, moralini artıran ve cesaretle savaşımaya sevk eden sözlerden meydana gelmelidir. Dinî Hitabet Din görevlileri veya ilahiyat alanındaki uzmanlar tarafından mabet (cami) içi ve mabet dışında dinî konuları, dinleyicilere ilan edip öğretmek ve uygulama amacıyla yapılan konuşmalar, dinî hitabettir. Bu konuşmaların odak noktası; insanlara doğruluğu, iyi ve güzel özellikleri kazandırmaktır. Bireyin ve toplumun huzur, sağlık ve esenliğini içeren her türlü konu hitabete konu olabilir. Dinî hitabetlerin tek ve değişmeyen konusu ise İslâm'dır. Dinî hitabet en eski hitabet türlerinden biridir ve birçok toplumda değer gören verilen bir konuma sahiptir. Türk toplumunda da önemli bir yere sahip olan hutbenin gerek Arapça ve gerekse Türkçe okunduğu dönemlerdeki tarihsel açıdan değerli ve seçkin birçok örneğine rastlanmaktadır. Dinî hitabet, uygulama alanı açısından mabet içi ve mabet dışı şeklinde iki grupta ele alınmaktadır. Vaaz ve hutbe genellikle cami, mescit vb. ibadet mekânlarında yapılan mabet içi hitabettir. Cami veya mescit haricinde uygulanan, geniş çaplı katılımların olduğu, halkın tamamına açık veya özel mekânlarda sohbet şeklinde yapılan dinî konuşmalar, medya aracılığıyla yapılan yayımlar vb. ise mabet dışı hitabettir. Dinî hitabetin en yaygın türü hutbedir. Hutbe, İslâm Peygamberi Hz. Muhammed (SAV)'in Mekke'den Medine'ye hicretiyle başlayan ve günümüzde de uygulama olarak devam eden bir dinî hitabet türüdür. Hutbenin amacı; insanları Allah'ın birliğine davet etmek, İslam dininin emirlerini hatırlatmak ve nasihatlerle doğruluğa yönlendirmektir.

### **LİDERLİKTE İLETİŞİM VE HİTABET**

Literatürde, kullanıldığı alanlara göre beş başlıkta incelenen hitabetin; bu alanlar dışında iş dünyası, eğitim, aile, sosyal çevre, geleneksel medya, sosyal medya ve daha birçok alanda önemini sürdürdüğü şüphe götürmez bir gerçektir. Güzel konuşma/hitabet yeteneği, hangi alanda/sectörde olursa olsun liderlik yapma konumunda olan/olmak isteyen bireylerin sahip olması gereken özellikler arasında yer almaktadır. Örneğin; bir eğitmen yetiştirmek istediği öğrencilerini, bir siyasetçi bilgilendirmek istediği kamuoyunu veya bir medya programcısı etkilemek istediği takipçilerini/izleyicilerini; içerisinde etkili iletişim ve hitabetin de bulunduğu liderlik uygulamalarıyla yönlendirmek durumundadır. Dolayısıyla hitabetin; farklı alanlarda liderlik etme konumunda olan bireylerin hedef kitlelerini etkilemek adına doğru biçimde yararlanmaları gereken önemli araçlardan biri olduğu ifade edilebilir.

### **GÜNÜMÜZDE HİTABET**

21. yüzyılın hareketli ve karmaşık yaşantısında insanların beklentileri ve öncelikleri farklılaşmıştır. Günümüzün güzel konuşma biçimi; görsel iletişim araçlarının etkisiyle ortaya çıkan ve gelişen yeni konuşma anlayışıdır. Bu konuşma anlayışının temelinde anlaşılabilirlik ve sadelik bulunmaktadır. İnsanlar yaşamın hareketliliğine bağlı olarak daha kısa, daha az karmaşık, hemen anlaşılır ve etkileyici konuşma biçimlerini benimsemişlerdir. Ancak bu yeni konuşma biçiminin de belli bir özen ve vurgu ile yapılması gereklidir. Çünkü kelime dağarcığının anlaşılır bir zenginlikte olmasının konuşmacıya derinlik kazandırması söz konusudur. Bu noktada günümüz dinleyicisi konuşmacıdan, net, özgün, kısa, amaca uygun, açıkça anlaşılır ve etkili bir konuşma yapması beklentisi içerisinde.

## **SÖZLÜ İLETİŞİM VE HITABETTE BEDEN DİLİ SÖZLÜ SUNUMDA BEDEN DİLİ**

Sözlü sunumlarda sözsüz iletişimden de yararlanırız. Sözsüz iletişim kendimizi ve başkalarını anlamada çok güçlü bir araç olabilir. Sözsüz iletişim ve beden dili aynı mıdır? Hayır, değil. Beden dili bedenlerimizin fiziksel davranışlarını içerir -göz teması, duruş, jest, yönlendirme ve benzeri-sözel olmayan iletişim, tüm beden dili iletişimini kapsar ve aynı zamanda kıyafet ve süsleme, çevresel faktörler ve hatta zaman, kullandığımız şekli içerir.

Toplumsal yaşamda insanlar sözsüz iletişim ve beden dilini kullanırlar, çünkü: Sözlerin sınırlamaları vardır: Sözsüz iletişimin sözlü olmaktan daha etkili olduğu sayısız alan vardır (şekli, yönleri, kişilikleri sözsüz olarak ifade ederken). Sözel olmayan sinyaller güçlüdür: Sözel olmayan ipuçları öncelikle içsel duyguları ifade eder (sözel mesajlar temel olarak dış dünyayla ilgilidir). Sözel olmayan mesajlar daha orijinal olabilir, çünkü sözel olmayan davranışlar konuşulan kelimeler kadar kolay kontrol edilemez. Sözel olmayan işaretler, gelenekler içerisinde olmayan duyguları ifade edebilir: Sosyal görgü kuralları söylenebilecekleri sınırlar, ancak sözel olmayan ipuçları düşünceleri iletebilir. Karmaşık mesajların gönderilmesine yardımcı olmak için ayrı bir iletişim kanalı gereklidir: Bir konuşmacı sözlü mesajın karmaşıklığına basit sözel olmayan sinyaller yoluyla büyük ölçüde katkıda bulunabilir (Bıçkı, 2008). **BEDEN DİLİ ÖGELERİ VE KULLANIMLARI**

Sözsüz iletişim; göz temasının kurulması ve beden duruşu, jestler ve mimikler, bireyler arası mesafe ile giyim kuşam olmak üzere çeşitli kategorilerde değerlendirilebilir: Göz Teması Kurulması Bir sözsüz iletişim kodu olarak göz temasının sözsüz iletişimdeki önemi yadsınamaz. Zira insan vücudunun en çok dikkat çeken bölümleri arasında yüz ve özellikle de gözler ön plana çıkmaktadır. Neşe, hüznün ya da dargınlıkların, kırgınlıkların ifadesinde yüzün ve gözlerin önemi dikkat çekmektedir. Konuşma esnasında karşıdaki kişinin gözlerine bakmak ya da konuşma esnasında gözleri sürekli kaçırmamanın sözsüz iletişimde ayrı ayrı anlamları bulunmaktadır. Örneğin iletişimin etkisini artırmada ve söz konusu bireye ilgiyi ortaya koymada karşıdakinin gözlerinin içine bakmanın avantajları bulunmaktadır. Diğer yandan, dinleyici iletişim esnasında gözlerini sürekli kaçırmak suretiyle isteksizlik ya da bilgisizliğini ifade edebilmektedir. Kendisine verilen ödevi yapmayan, dersi dinlemeyen bir öğrencinin, ders esnasında öğretmenden gözlerini kaçırması bu konuda örnek gösterilebilir.

El Kol Hareketleri (Jestler) Bireyler arası ilişkilerde duyguların aktarımında el kol hareketlerinin önemi herkes tarafından kabul edilen bir konudur. Çünkü insanların el kol hareketlerine (jesterine) bakmak suretiyle ruh hâlleri hakkında bilgi sahibi olmak mümkündür. Bir kişi konuşma sunarken, aslında izleyicilerine iki tür mesaj gönderebilir. Sesler sözlü bir mesaj iletirken; görünüş, tarz ve fiziksel davranışlarla da görsel olarak büyük miktarda bilgi aktarımı söz konusu olabilir. Araştırmalar, tüm insan iletişiminin yarısından fazlasının sözsüz gerçekleştiğini göstermektedir. Dinleyiciler kişiyi ve mesajını, gördükleri ile duyduklarına göre değerlendirirler. Bu anlamda kamuya açık bir konuşmada, bedeniniz kelimelerinize vurgu ve netlik katmak için etkili bir araç olabilir.

Ayrıca, el kol hareketleri samimiyet ve coşkunun ifadesi olmanın yanında, ilgili bir izleyiciyi ikna etmek için en güçlü araç konumundadır. Bununla birlikte, el kol hareketleri dikkati dağıtıyorsa veya sözlü mesajınızla uyum olmayan anlamları ön plana çıkarıyorsa; bedeniniz sözlerin önüne geçmesi söz konusudur. Etkili bir konuşmacı olabilmek için, vücudun nasıl konuştuğunu anlamamız gerekmektedir. Kitlelere sözsüz iletiler göndermeyi durduramazsınız; ancak onları yönetmeyi ve kontrol etmeyi öğrenebilirsiniz. Jestler, kendi arasında; anlatım, sosyal ve mimik jestler olmak üzere 3 kategoride incelenebilir. Anlatım jestleri; biyo-psikolojik özelliğe sahip olup, temel duyguların iletilmesi sağlamaktadır. Sosyal jestler, iletişim sürecinde daha etkili olabilmek için el kol ve beden hareketlerinin özgün işaretlere dönüştürülmesi ile ortaya çıkmaktadır. Mimik jestler ise taklit ve tanımlama hareketleridir. Bu tür jestler kişiler arası iletişimde aktarılacak istenenleri tam olarak verebilmeyi sağlamaktadır. Kişilerarası Mesafe İnsanlar içinde buldukları mekânı gelişi güzel kullanmazlar. Birbirlerine olan duygularına göre, konuşurken, aralarındaki uzaklık artar ya da azalır. Bu haliyle insan ilişkilerinde kişilerin birbirleriyle olan fiziksel mesafeleri de büyük önem taşımaktadır. Her şeyden önce kişinin diğerleriyle olan fiziksel mesafesi, ilişkinin boyutları hakkında bilgi sunmaktadır. Genel olarak bir kişinin bir başkasına ilişkin arkadaşlık ve yakınlık duyguları arttıkça, ona daha yakın durmaktadır ya da fiziksel anlamda onunla arasında daha az mesafe bırakmaktadır.

Toplumsal ilişkilerde mahrem mesafe, kişisel samimi mesafe, sosyal mesafe ve genel topluma açık mesafe olmak üzere dört farklı kişisel mesafenin varlığından söz edilmektedir: Fiziksel görünüş (Uygun Beden Duruşu) Karşımızdaki kişiyle iletişim kurarken, ona doğru eğilmiş durumda mıyız, yoksa ondan uzaklaşır biçimde bir eğiliş mi gösteriyoruz? Ellerimiz, kollarımız, ayaklarımız bir yaklaşma mı, yoksa bir uzaklaşma mı ifade ediyor? Bu soruların cevabı, bedenimizin konumuyla, içinde bulunduğumuz iletişime ne gibi ek mesajlar getirdiğimizi göstermektedir. İnsanların algılarının oturma, yürüme, ayakta durma ya da kafa hareketi biçiminden nasıl etkilendiği bilinmektedir. Hareket etme ve kendinizi taşıma şekliniz, dünyaya bir bilgi hazinesi iletir. Fiziksel görünüş veya beden duruşu bir kişiyi temsil eder. Her duruşun kendi hikâyesi vardır ve başarılı bir şekilde bir işe girmek isteyen kişi, hikâye anlatan bir beden pozisyonuna sahip olmalıdır. Richmond ve McCroskey beden duruşunu üç ayrı kategoride değerlendirmektedir:

**Kapsayan/ Kapsamayan Beden Duruşu:** Beden duruşu, diğer insanlara yönelik ya da ilgili olabilmekte veya diğer insanların ilgi alanı dışında bırakılabilmektedir. Kalabalık bir odada kişinin sevdiği arkadaşlarının olduğu gruba yönelmesi, diğer insanları dışarıda bırakmaktadır. Bu duruş ile kişi bir kısım kişilerle ilgili, diğerleri ile ilgisiz görünmektedir. **Yüz yüze/ Paralel Beden Duruşu:** İki kişi arasında gerçekleşen konuşma esnasında beden duruşunun iki şekilde olabileceği ifade edilir. Konuşma sırasında kişiler birbirlerine yüzlerini dönebilir; bu duruş genellikle resmi görüşmelerde ve iş yaşamında etkili olmaktadır. Paralel beden duruşu ise, kişilerin yan yana oturması, birbirlerine benzer hareketler sergilemelerini ifade etmektedir.

**Uygun/ Uygun Olmayan Beden Duruşu:** İki kişinin aynı beden duruşunu paylaşması ya da birbirlerini taklit etmeleri uygun beden duruşu anlamına gelmektedir. Aynı beden duruşunu sergileyen kişilerin birbirleri ile ilgili oldukları anlaşılabilir. Kişilerin birbirleriyle aynı olmayan ve birbirlerinin tersi hareketler sergilemeleri durumunda uygun olmayan beden duruşunda buldukları söylenmektedir. İki kişi arasındaki beden duruşu uygun ise bu durumda, kişiler arasında anlaşma ve uzlaşma olduğu, eşitlik duygusunun hissedildiği, birbirlerinden hoşlandıkları ifade edilebilir.

**Giyim ve Kuşam Kodları** Giysiler, kişiler arası iletişimde özellikle mesajların algılanması ve hedefin ikna edilmesinde önem taşımaktadır. Kişinin kılık kıyafeti ve giyimi; mesleği, geliri ve sosyal statüsü hakkında önemli ipuçları vermektedir. Bazı durumlarda kılık kıyafetler davranışları etkileyebilmektedir. Nitekim geçmişten kalma bir gelenek olarak cenaze evindekiler siyahlara bürünmektedirler. Yas tuttuğu her halinden belli olan kişilerin yanında kahkaha atmak nasıl yanlış bir davranışsa, uygunsuz bir kıyafetle iş görüşmesine gitmek de o oranda yanlış bir davranış olacaktır. Giyinme, toplumsal ve kültürel yapının bir parçası olarak kabul edilmektedir. Öyle ki giysiler bir sözsüz iletişim kodu olarak, kişiler hakkında sosyal mesajlar aktarmaktadır. Giysilerin kumaşı, rengi, stili, dokusu, modeli; kişinin değerleri, amaçları, tercihleri hakkında bilgi vermektedir.

### **BEDEN DİLİ KULLANIMINDA YAPILAN YANLIŞLAR**

Beden dilini etkili kullanan insanlar karşısındakilerde olumlu izlenim bırakırken; beden dilini kullanamayan veya yanlış kullanan kişiler iletişim sorunları yaşayabiliyor. Bu nedenle bilinçsiz sinyallerle yanlış mesaj yollamasına izin verilmemelidir.

Beden dilinin etkili kullanımı için aşağıda sıralanan yanlışlardan kurtulmak gerekmektedir: Arkaya doğru yaslanmak, kolları kavuşturmak/bacakları üst üste atmak, göz teması kurmamak, çok fazla göz teması kurmak, elleri kavuşturmak, arkada elleri birleştirmek ya da elleri cebe sokmak, havayı elinizle kesmek, yüzünüze dokunmak, sürekli kafa sallamak, kıpırdanmak, omuzları düşürmek, ayaklarınızı ya da ayak bileklerinizi sandalyeye sarmak, kendinizi küçük göstermek, aşırı jestler, ayaklarınızın başka yöne bakması, bacaklarınıza vurmak, saate ya da telefona bakmak, parmak uçlarınızla birisine dokunmak, beden dilini taklit etmede başarısızlık, birinin kişisel alanını işgal etmek, bu kuralların ortamdaki ortama değişebileceğini unutmak.

### **SÖZLÜ SUNUM SIRASINDA YAPILMASI GEREKENLER**

Sözsüz iletişim ve beden dili nasıl geliştirilir ve etkili bir biçimde kullanılır? Sözsüz iletişim ve beden dili, şu andaki deneyiminize tam odaklanmanızı gerektiren, hızla ileri geri akan bir süreçtir. Daha sonra ne söyleyeceğinizi planlıyorsanız, telefonunuzu kontrol ediyorsanız veya başka bir şey hakkında düşünüyorsanız, sözsüz ipuçlarını kaçırdığımız ve iletilenlerin inceliklerini tam olarak anlamadığımızdan söz edilebilir. Tam olarak mevcut olmanın yanı sıra, stresi yönetmeyi öğrenerek ve duygusal farkındalığımızı geliştirerek sözsüz iletişiminizi geliştirebilirsiniz.

## **İKNA SÜRECİNDE SÖZLÜ İLETİŞİM VE HİTABET**

Sözlü iletişimin başarı ve başarısızlıkla sonuçlanmasına katkı sağlayan faktörlerin başında gelen ikna kavramı ve süreci, günümüzde akademik tartışmaların üzerine en çok yoğunlaştığı konulardan birini oluşturmaktadır.

### **İKNA KAVRAMI**

Özü itibarıyla Arapça bir sözcük olan ikna, kandırma, inandırma kelimeleriyle Türkçeleştirilmiş (Anık, 2000); teknolojinin ve kitle iletişim araçlarının gelişmesiyle birlikte, kullanım amacı ve araçları da gelişmiştir. Söz konusu gelişmeler yeni tanımların, kurumların doğmasına ve gelişmesine neden olmuştur. İkna kavramının anlamına ilişkin çeşitli yazarlar, birbirine benzer ve birbirini tamamlayan tanımlara yer vermişlerdir. Bunların içinde Bettinghaus ve Cody ikna kavramını; “bireyin gönderdiği mesajlarla diğer bir birey ya da grupların hareket, fikir ve inançlarını bilinçli olarak değiştirme çabası” şeklinde tanımlamaktadır. Tanımdan da anlaşıldığı gibi burada iknaya özgü üç temel kavram dikkat çekmektedir. Bunlar; bilinçli niyet, davranış değişikliği ve mesajın aktarımıdır. Woodward ve Denton’a göre de ikna;

- (1) bağımsız ve sıklıkla da hazır bireylere,
- (2) onların tutum, inanç ve/veya davranışlarını,
- (3) değiştirmek ya da güçlendirmek amacıyla,
- (4) sözlü veya sözsüz mesajlar,

(5) hazırlama ve sunmaya yönelik etkileşimli bir süreçtir. İkna, sadece davranış değişikliği sağlamaya yönelik bir olgu değil, aynı zamanda insanların var olan tutumlarını devam ettirmesine ve değişikliğe karşı direnç göstermelerine yönelik eylemler olarak da değerlendirilmektedir. İletişim çalışmalarında ikna etmenin inanılabilirlik, çekicilik güç gibi özellikleri nedeniyle kaynağa, çekicilik faktörleriyle mesajın içeriğine, bunun yanı sıra yapısına da bağlı olduğu söylenebilmektedir. Ancak mesajın alıcısı ve özellikleri de iknanın kapsamını etkileyen önemli bir unsur olarak belirlemektedir.

### **İKNA GİDEN YOL**

İknaya giden yolda başlangıç aşamasını, mesajın sunumu oluşturmaktadır. İkna açısından bu aşamada hedef kitlenin ilgi ve dikkatinin çekilmesi önem taşımaktadır. Sunulan ileti ile hedef acıların dikkate çekilmediği sürece iknanın gerçekleşme ihtimali pek mümkün değildir. Mesaja dikkat kesilme, ikinci aşamayı oluşturmaktadır. Söz konusu aşamada dikkati çeken mesajların öncelikle deşifre edilmesi gereklidir. Her mesaj kodlanarak, bir şifre aracılığıyla iletilir. Şifreler belirli anlamları olan renkler, sesler, sözcükler, resim vb. gibi unsurlardan oluşmaktadır. Bu anlamda alıcı, mesajın şifresini çözemediğinde iletişim başarısız olmaktadır.

Öncelikle alıcı kitle, kodları çözerek mesajı anlamalıdır. Mesajın akılda tutulması ve gerektiğinde gene hatırlanması, ikna faaliyeti ve tutum değişikliği sürecinin başarıya ulaşması için gerekli olan bir başka faktördür. Çünkü insanların unutmaya özellikleri, mesajların sürekli tekrarlanmasını gerekli kılmaktadır. Son olarak alınan, algılanan, anlaşılan ve benimsenerek hatırdan tutulan mesajların, asıl hedeflenen amaç olan davranış eylemini doğurması süreci söz konusudur.

### **İKNA DİRENMENİN YOLLARI**

İknaya karşı direnmede muhtemelen birbirleriyle ilişkili dört farklı direnme türü karşımıza çıkmaktadır. Bunlar; tepki gösterme, güvensizlik, dikkatli inceleme ve tepkisizliktir. Tepki gösterme; ikna edici mesajlara karşı etki girişimini, direnmenin bütünleyici bir unsuru olarak kabul eder. Tepki gösterme yalnızca etki doğrudan algılandığında ve bir kişinin seçim alternatiflerini tehdit ettiğinde başlatılır. Güvensizlik; ikna edici kaynak ya da mesaja karşı bir güvensizliğe vurgu yapmaktadır. İnsanlar bir öneri, teklif ya da değişim talep eden bir mesaja maruz kaldıklarında, korunmaya çalışır ve temkinli davranabilirler. Dikkatli inceleme, direnmenin üçüncü yüzüdür. İnsanlar ikna edici girişimlerin hedefi olduklarını algıladıklarında; doğal bir tepki durumun her yönüne daha dikkatli ve düşünceli bir şekilde katılmaktadırlar. Tepkisizlik, ikna edici teklifi verene veya teklifin kendisine cevap vermemek olarak değerlendirilir. Öte yandan kişilerin ikna çalışmalarına direnmelerinde önyargıların da önemli rolü vardır. Toplumsal hayatımızda sıklıkla kullanılan önyargılar, birçok iletişim ve algı sorunun kaynağını oluşturmaktadır. Önyargı bir tutum olarak değerlendirilir; karşıdaki bireye yönelik adaletsiz, hoşgörüsüz veya aleyhte bir görüşü ifade eder.

Önyargı, bireyin yetiştirilme biçimi, eğitim düzeyi, inançları, etik kurallara olan saygı-saygısızlığı, sosyoekonomik ve kültürel düzeyi, alışkanlıkları ve irksal önyargıları ile doğru orantılı bir biçimde

oluşmaktadır. Bireyde bir kez önyargı oluştuğundan sonra beyinde sabitlenen o kalıp yargılar kolay kolay değişmemekte ve kişinin yaşam biçiminin düsturları olmaktadır. İknaya karşı direnmede kişinin içinde bulunduğu grubun da önemli etkisi bulunmaktadır. İkna her ne kadar kişisel bir özellik taşısa da, aynı zamanda toplumsal ilişkiler ve birlikteliklere bağlı olarak da değerlendirilmelidir. İknaya direnç oluşturmak amacıyla geliştirilen teorilerden en önemlisi McGuire'in Aşılama Teorisidir.

### **İKNA EDİCİ İLETİŞİM**

İkna, özünde etkileşimli bir süreç olarak görülmektedir. Bir kaynak bir mesaj gönderdiği anda mesajın gönderildiği alıcının eylemleri tarafından etkilenmektedir. Yani ikna özünde kitle iletişimin bulunduğu ve dolayısıyla da pek çok insanın ilgilendiği bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. İkna edici iletişimin yaratıcı gücü, kampanyaların, bir tutuma sahip olmayan hedef kitlelerde bir tutum oluşturmasında yatmaktadır. Bu etki kolayca ölçülmez. Çünkü hemen görülmez; fakat kişiler ikna kampanyalarını takip ederek bir tutum edinebilirler. İkna edici iletişim sürecinde kaynak; "iletişimin konusunu ya doğrudan doğruya oluşturan ya da başkalarınca oluşturulmuş konuyu, düşünceleri, görüşleri düzenleyen ve hedef kitleye gönderen kişi/kişiler, kuruluş veya işletme olabilmektedir.

İknanın ortaya çıkması için kaynağın bir takım özelliklere sahip olması gerekmektedir. İletişim araştırmaları, kaynağın inandırıcılığı ve sevilmesi olmak üzere, iki temel özellikten bahsetmektedir. Kodlama; ikna edici iletişim sürecinin ikinci ögesi olup; iletinin sinyal hâline getirilmesi işlemi olarak tanımlanmaktadır. Mesaj, kaynak tarafından hedef kitleye ulaştırılan tutum, düşünce, duygu ve bilgilerin kodlanmış hâlidir. Kısacası mesajlar, işaretlerden (sinyal) kurulur ve anlam yaratmak amacıyla üretilirler. Kanal, kaynak ile alıcı arasında iletilerin taşınmasını sağlayan yol veya geçit olarak tarif edilmektedir. İkna edici iletişim süreci açısından kod açımı da önemlidir. İletinin kodlanması sonucu oluşan mesajın içerdiği bilginin, fikrin ve duygunun, tutumların ve değerlerin, diğer bir ifadeyle mesajın taşıdığı anlamın, alıcılar tarafından algılanarak, zihinde anlaşılır hâle dönüştürülmesi sürecine kod açma denir. İletişim sürecinde geri bildirim (feedback), kaynağın gönderdiği mesaja karşılık, hedef kitlenin verdiği cevap şeklinde tanımlanmaktadır. Bir başka deyişle geri bildirim, iletiyi alan hedef kitlenin, iletişim süreci ve koşullarına, bu süreci koşullarıyla destekleyici, devam ettirici biçimde ya da karşı değişimi arayan bir şekilde karşılık vermesidir.

### **İKNA EDİCİ TAKTİKLER**

İkna edici iletişimde insanları etkilemek ve yönlendirmek amacıyla çeşitli taktikler kullanılmaktadır. Söz konusu taktiklerin belirlenmesinde, öncelikle hedef kitlenin tutum, inanç, değer ve beklentileri öğrenmek önemli bir noktadır. Çünkü kaynak alıcıyı etkilemek; hedef kitlede istenilen yönde inanç, değer ve beklenti oluşturmak için bu taktikleri kullanmaktadır. Bu taktikleri şu şekilde sıralamak mümkündür: Evet-Evet Taktiği, Acaba Yerin Hangisi Taktiği, Önce Ver Sonra Al Taktiği, Gitgide Artan Ricalar Taktiği, Yer Etme Taktiği, Kapıyı Aralama Taktiği, Sadece O Değil Taktiği, Kapıyı Kapama Taktiği, Soruya Soruyla Yanıt Verme Taktiği ve Borca Sokma Taktiği.

### **SÖZLÜ İLETİŞİM ve İKNA**

Günlük hayatta da görüleceği gibi, iletişimin gerçekleştiği pek çok durumda insanlar ya birisini verdikleri bilginin doğruluğuna, ya davranışlarını değiştirmesine ya da başka bir konuda ikna etmeye çalışırlar. Çünkü iletişim için ikna etmek önemli ve ortak bir nedendir. İkna; kitle iletişimden daha fazla, kişilerarası iletişim boyutunda ele alınıp incelenmiştir. Bunun nedeni yüz yüze iletişimde iknanın daha etkili olduğu gerçeğidir. Bu noktada sözlü iletişimin ikna açısından önemli bir konumda olduğunu söylemek gerekmektedir. Bununla birlikte kişilerarası ikna sadece söylediklerimizi kapsamaz; iletişim sürecinde yaptıklarımızı da içerir. Yaptıklarımız, beden dilimizi, göz teması kurma biçimimizi, giyiniş tarzımızı ve beden duruşumuzu da kapsar.

## **SÖZLÜ İLETİŞİM VE HİTABETTE DİKSİYON DİKSİYON KAVRAMI**

Diksiyon, kavram olarak gündelik hayatta sıkça kullanılan; özellikle iyi olduğunda etkileyici bir sözlü iletişim becerisi kazandırdığı bilinen etkili ve doğru konuşma sanatıdır. Türkçede; dil bilgisi anlamında doğru kelimeleri cümle içerisinde kullanarak, doğru ses tonu, nefes kontrolü ve vurgu-tonlama ile yapılan konuşmayı ifade etmektedir. Etimolojik bağlamda diksiyon terimi, Latince “dictio” ve “distus” kelimelerinden Fransızcaya “diction” olarak geçmiş ve Fransızcadan da dilimize söylendiği şekilde aktarılmıştır. Önemli referans kaynaklarından biri olan TDK Türkçe Sözlük ise diksiyonu; “Seslerin, sözlerin, vurguların, anlam ve heyecan duraklarını kurallara uygun olarak söyleme şekli, Konuşulan dilin incelenmesi ve kullanılması, Duru, açık vurgulama ve çıkaklara tam uyarak konuşma” biçiminde tanımlamaktadır. Diksiyon kavramı hitabet kavramı ile birlikte anılmaktadır. Birbirine çok yakın olan bu iki disiplin ile alakalı açılan eğitim, seminer ve kurs programlarında iki kavram birlikte anlatılmaktadır. Diksiyon bir metni dosdoğru okumayı ve metindeki duyguları net olarak dinleyenlere aktarmayı hedeflemektedir.

### **DİKSİYONUN SÖZLÜ İLETİŞİM VE HİTABETTEKİ ÖNEMİ**

Diksiyon ile eş anlamlı şekilde kullanılsa da daha geniş bir alanı kapsayan hitabet kavramı sanatsal bir içeriğe sahip olduğu gibi kişisel yeteneği de gerektirmektedir. “Hitabet” kelimesi Arapça kökenli olup Yunancadaki “retorik” kavramıyla özdeş anlamda kullanılmaktadır. İyi bir diksiyon ile sözlü iletişim sürecini yöneten birinin iyi bir hitabet yeteneğine sahip olduğunu söylemek son derece iddialı olacaktır. Çünkü hitabet için, ek olarak “belagat” kelimesinin de eş anlamda kullanıldığı bilinmektedir. Fakat ikisi arasındaki temel fark hitabet sanatken belagat yetenektir. En genel anlamı ile hitabet, insanları güzel konuşarak etkileme ve ikna etme sanatıdır. Antik Yunan’da retorik üzerine çalışmaların doğuşuna kaynaklık eden unsur kitleleri etkileme arzusudur. Retorik üzerine ilk çalışmalardan biri olarak kabul edilen Aristoteles’in Retorik adlı eseri hitabetle insanların nasıl etkilenilebileceğine odaklanmaktadır. Hitabet sadece siyaset için değil hayatın tüm alanlarında gereklidir.

### **DİKSİYONUN TEMEL UNSURLARI**

İnsanlar kendilerini ifade etmek için cümle kurarken, ne kadar doğru kelimeleri bir araya getirirse o kadar kolay anlaşılması sağlanacaktır. Çünkü konuşma eyleme yalnızca ses çıkararak kelime ve cümle kullanma yetisine sahip olmak anlamına gelmemektedir. Yaman tarafından ifade edildiği gibi, konuşma eyleminin gerçekleştirilebilmesi için konuşan ve dinleyenin sözü edilen konuda aynı seslere aynı anlamları yüklemiş olması gerekmektedir. Aynı anlamı yüklemenin ve doğru bir konuşma yapmanın yani başarılı bir diksiyona sahip olmanın gereği olan kavramlar açıklanacaktır. Fonetik (Ses Bilim) Diksiyonun kuralları belirlenirken beden dili, sosyoloji, psikoloji gibi birçok alandan yararlanılmaktadır. Bu alanların birçoğu diksiyonun ilgi alanına girmektedir. Ancak fonetik, diksiyon için bu alanlardan en önemlisidir. Aksan, fonetiği; “Dilinin seslerinin nasıl meydana getirildiğini, ne gibi nitelikleri olduğunu, ses dalgalarıyla nasıl aktarılarak dinleyene ulaştırıldığını, dinleyenin bu sesleri almasını, kısacası, dilin ve bildirişmenin ses yönünü inceleyen bilimdir” şeklinde tanımlanmaktadır. Her dilde ses mutlaka bulunur ama sayı olarak 30-40’ı geçmez. Çünkü insanların çıkardığı sesler sınırlıdır.

Zaten bütün dillere uyacak ses mevcut değildir. Hatta dillerde bulunan sesler farklılık bile gösterebilmektedir. Ses bilimi son derece teknik bilgiyi içeren, dilbilimciler tarafından üzerinde detaylı araştırma ve incelemeler yapılan bir alandır. Artikülasyon (Ses Oluşumu) Konuşmaya hazırlık yaparken bedenen ve zihnen birtakım hazırlıklar yapılmaktadır. Burada bedensel olarak yapılan hazırlıklardan biri de derin bir nefes alarak, nefesin konuşmayı sağlayan ses tellerine iletilmesidir. Ses tellerine iletilen hava yani nefes sağladığı titreşim sayesinde ses çıkarmayı olanaklı hale getirmektedir. Ortaya çıkan bu titreşim ses dalgalarına dönüşmektedir. Bu sayede içteki ses kuvvetlenerek vücutta rezonans kazanarak, diğer konuşma organlarınca hareket ederek ve artikülasyon yoluyla “ses”e dönüşmektedir”. Artikülasyon yani ses oluşumun sağlanması için gerekli tüm koşulların bir arada sağlanması gerekmektedir. Konuşmanın Nitelikleri Seslerin, işaretlerin karşısındaki zihinde anlam oluşturmasını, mesaja dönüşmesini sağlayan fiziksel ve zihinsel bir süreç olan konuşma; insan zihninin söz kalıplarına döktüğü ve oluşturduğu duyguların, düşüncelerin şekillendirilmesi olarak ifade edilmektedir.

Fiziksel anlamda konuşma, birçok organın beraber çalışmasıyla ortaya çıkan karmaşık bir beceridir. Konuşmanın fiziksel, fizyolojik, psikolojik ve toplumsal olmak üzere dört niteliği bulunmaktadır.

Konuşmanın Unsurları Konuşmacı, karşısında bulunan alıcı kişi/kişilerle, sözlü iletişim aracılığı ile iletişime geçerken öncelikle düşünce (zihinsel etkinlik) işlemini gerçekleştirmekte ve sonra düşüncelerini dil ile karşı tarafa aktarmaktadır. Elbette tüm bu süreci sesleri ve anlamlı kelimeleri kullanarak gerçekleştirmektedir.

### **DİKSİYON VE KONUŞMADA DİKKAT EDİLECEK UNSURLAR**

Konuşma öncesinde alınan nefesle, nefesin oluşturduğu seslerle ve söz konusu bu seslerin artiküle edilerek ağızda şekillendirilerek oluşturduğu sözcüklerle ilgilenen diksiyon; ayrıca konuşmayı süslemek ve daha anlamlı hâle getirmek için yapılan tonlamaları, vurguları da içine almaktadır. Etkileyici konuşma yapmak için dil bilgisini iyi bilmenin yanında, iyi bir diksiyon da gereklidir. Karşımızdakilere kendimizi iyi ifade etmemiz ve anlaşılmanız için iyi bir diksiyon olmazsa olmazdır. Türkiye’de seslerin ifade şekli yöreden yöreye değişmektedir. Yani her yöre kendi yatkın olduğu ağıza göre konuşmaktadır ama iyi bir seslendirmede İstanbul ağzı temel taş olarak kabul edilir. Seslerin iyi çıkarılması için gırtlak, dudaklar, çene, burun, dil gibi tüm ses unsurlarının üzerinde durulup özenle çalışılması gerekir.

Dudak tembelliğini ortadan kaldırmak ve iyi bir boğumlama yani seslerin iyi çıkarılması gerekmektedir. Konuşma Bozuklukları Konuşma bozukluğu daha önce de bahsedildiği gibi birçok farklı sebepten kaynaklanabilmektedir. Diksiyon ve hitabetin temelini oluşturan konuşma olmadan iyi bir sunumdan bahsetmek olanaksızdır. Bu yüzden konuşma bozukluğu hususunda, American Speech – Language – Hearing Association (ASHA) yani Amerikan Konuşma-Dil-Duyuma Birliği, ses bozukluğu, artikülasyon bozukluğu ve akıcılık bozukluğu olmak üzere üç farklı kategorinin olduğunu ifade etmektedir:

**Ses Bozukluğu:** Sesin kalite, yükseklik, ses perdesi, rezonans ve sürekliliğinde, ses üretimi sırasında oluşan eksiklikler ve bozukluklar olarak ifade edilebilir.

**Artikülasyon Bozukluğu:** Sesleri bozarak ifade etmek, değişiklik yapmak, seslerin yerlerini karıştırmak, sesleri atlamak gibi konuşma sırasında seslerin üretimindeki bozukluklardır.

**Akıcılık Bozukluğu:** Dağınık konuşma olarak tanımlanır. Konuşmanın ritim ve hızındaki bozulmalarla birlikte, nörolojik ve gelişimsel bir sorundur. Artikülasyon (Boğumlama) Bozuklukları Anlamlı sesletmenin temel koşulu olan artikülasyon; hecelerin tam anlamıyla anlaşılabilir, berrak bir şekilde meydana getirilmesidir. Konuşma esnasında kullanılan tüm seslerin ve kelimelerin dil bilgisi kurallarına uyguna şekilde eksiksiz ifade edilmesini sağlamaktadır.

Dildeki seslerin üretiminin doğruluğunun bozulması nedeniyle oluşan boğumlama kusurları artikülasyon bozuklukları olarak adlandırılmaktadır. Artikülasyon bozukluklarının, konuşma organlarının yapı ve hareketlerinin kısıtlanmasıyla dildeki seslerin üretiminin doğruluğunun ve hızının etkilenmesi nedeni ile oluşmakta olduğu ifade edilmektedir. Vurgu Hataları Ses dizisinde hecelerden birinin diğerlerine göre daha baskılı, daha kuvvetli olarak söylenmesi durumu vurgu olarak ifade edilmektedir. Konuşma sırasında sesleri vurgulu söyleyerek, yapılan sunum sıradanlıktan çıkarılmaktadır. Ancak vurgu yaparken nerede ve ne zaman yapılacağı çok iyi bilinmediği takdirde, yanlış yerde yapılan vurgu bir konuşma hatasına sebep olabilmekte ya da gülünç duruma düşülebilmektedir.

Bu hatalara düşmemek için daha öncesinde vurgulara dikkat eden konuşmacıları dinlemek büyük bir tecrübe kazandıracaktır. Vurgu çeşitleri 2013 yılında yapılan bir çalışmada, kelime vurgusu, cümle vurgusu, pekiştirme vurgusu ve ahenk (uyum) vurgusu şeklinde kategorize edilmiştir. Tonlama Hataları Tonlama, konuşmanın akıcılığı ve güzelliği açısından önemli bir kavramdır.

Özellikle duygu aktarımının sağlanması hedeflenen konuşmalarda sözcük ve seslerin anlamını kuvvetlendirmek için kullanılmaktadır. En genel anlamıyla tonlama; konuşma esnasında karşı tarafa duygu ve düşünceler aktarılırken seslerin yükseltilip alçaltılmasıdır. Konuşma esnasında metin ya da içerikteki sözcüğe anlam değeri katan tonlamalar sözcüklerin söylenişlerindeki iniş çıkışlardır. Dilimizdeki tonlama türleri şu şekilde ifade edilmiştir; düz, alçalan, yükselen, alçalıp yükselen ve yükselip alçalan tonlamadır.

### **DİKSİYONUN YARARLARI**

Gündelik hayat içerisinde üzerine düşünmeden gerçekleştirdiğimiz solunum tonlamadan diksiyona kadar pek çok noktada belirleyici öneme sahiptir. Sağlıklı şekilde nefes alıp vermek üzerinde çalışılması gereken bir unsurdur. Doğru solunum ancak doğru eğitimci ve doğru eğitimle öğrenilebilmektedir. Nefes eğitimindeki amaç tam zamanında yeterli ölçüde havayı alıp, söz söylerken azar azar verebilmektir. Kimileri sadece diyaframla (genellikle erkekler) kimileri de yalnız kaburgaların üst taraflarıyla (göğüs nefesi-genellikle kadınlar) soluk alıp vermektedir. Her iki nefesi birlikte kullanmak da mümkündür. Doğru soluma ciğerlerin tüm kesecikleriyle düzenli, ritmik ve ölçülü olarak yapılan solumadır”. Bütün bu koşullar yani doğru soluma, diyafram kullanımını ve nefes kontrolü iyi ve sağlıklı konuşmanın temel şartlarıdır. Bu sebeple bunların tamamı doğru tekniklerle öğrenilmelidir ki akciğerlere doğru ve yeterli ölçüde alınan hava konuşmanın akıcılığını sağlayabilsin. Eğer alınan nefes zayıf olursa konuşma esnasında çıkarılan ses de zayıf olmaktadır.

### **DİKSİYONU GELİŞTİREN UNSURLAR**

Tüm canlıların ihtiyacı olması karşılığında insanlar için bir zorunluluk olan iletişim, insan olmanın en temel olmazsa olmaz özellikleri arasındadır. İletişim kurma işi belirli adımlardan oluşan bir süreçtir ve bu sürecin çok önemli parçalarından birisi de diksiyondur. Özellikle sözlü iletişim kurarken bireyin kendini ifade etme başarısını artıran iyi bir diksiyona sahip olmak, etkili sözlü iletişimin olmazsa olmazlarından. Çünkü Ayrancı'nın da çalışmasında ifade ettiği gibi, diksiyon: söz söylerken, duygu ve düşünceleri doğru, üslubuna uygun olarak anlatmak için sesin uyumunu, söylenişi, sözcük hecelerinin uzunluğu, kısalığı ve vurguları bakımından doğruluğu, jesti, mimiği, takınılacak tavırları yerinde ve güzel kullanma sanatıdır.

Bu sanatın icra edilmesi yani iyi bir diksiyona sahip olunması ise teknik bir eğitim ile mümkündür. Çünkü diksiyon ve sözlü iletişimde konuşmanın temelinde yatan önemli kriterlerden biri de dil bilgisidir. Konuşulan dil hangisi olursa olsun, dil bilgisine sahip olmak çıkarılan ses ve kelimelerin tam olarak anlam karşılığını bilmeyi sağlarken, bu da doğru bir konuşmanın inşasını beraberinde getirmektedir.