

**T.C.**  
**HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İŞLETME ANA BİLİM DALI**  
**İŞLETME YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM ETKİNLİĞİ: KİLİS ESNAF VE**  
**SANATKÂRLARININ SURİYELİ MÜŞTERİLERLE OLAN ETKİLEŞİMİ ÜZERİNE**  
**BİR ALAN ARAŞTIRMASI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**HAZIRLAYAN**  
**NURAY KAYA**

**GAZİANTEP - 2016**

**T.C.**  
**HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İŞLETME ANA BİLİM DALI**  
**İŞLETME YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM ETKİNLİĞİ: KİLİS ESNAF VE  
SANATKÂRLARININ SURİYELİ MÜŞTERİLERLE OLAN ETKİLEŞİMİ ÜZERİNE  
BİR ALAN ARAŞTIRMASI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**HAZIRLAYAN**  
**NURAY KAYA**

**TEZ DANIŞMANI**  
**DOÇ. DR. İBRAHİM SANİ MERT**

**GAZİANTEP - 2016**

## KABUL VE ONAY

Nuray KAYA tarafından hazırlanan “**Kültürlerarası İletişim Etkinliği: Kilis Esnaf Ve Sanatkârlarının Suriyeli Müşterilerle Olan Etkileşimi Üzerine Bir Alan Araştırması**” başlıklı bu çalışma 31/12/2016 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucu **başarılı** bulunarak jürimiz tarafından **Yüksek Lisans Tezi** olarak kabul edilmiştir.

Doç. Dr. İbrahim Sani MERT

(Başkan)

Doç. Dr. Mehmet AYTEKİN

(Üye)

Doç. Dr. Tuba BÜYÜKBEŞE

(Üye)

### Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım. .../.../...

Doç. Dr. Mazlum ÇELİK

Enstitü Müdürü

## ONUR SÖZÜ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “**Kültürlerarası İletişim Etkinliği: Kilis Esnaf ve Sanatkârlarının Suriyeli Müşterilerle Olan Etkileşimi Üzerine Bir Alan Araştırması**” başlıklı bu çalışmanın tarafımda bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve onurumla doğrularım.  
31/08/2016.

Nuray KAYA

## ÖNSÖZ

Kültürlerarası iletişim bağlamında “Kültürlerarası İletişim Etkinliği: Kilis Esnaf ve Sanatkârlarının Müşterilerle Olan Etkileşimi Üzerine Bir Alan Araştırması” isimli yüksek lisans tezimde, öncelikle kültür ve iletişim kavramlarını tanımlayarak farklı kültürden kişilerin etkileşimi esnasında dikkat edilmesi gereken noktalara açıklık getirmeyi amaçladım. Son yıllarda Suriye’de yaşanan iç savaş nedeniyle pek çok Suriyeli memleketini terk etmek zorunda kalmıştır. Bu çalışmada Kilis’te faaliyet gösteren yerli esnaf ve sanatkârların yoğunlukla muhatap oldukları Suriyeliler ile aralarındaki kültür farkından kaynaklı iletişim etkinliği tespit edilmeye çalışılmıştır.

Mesleğim gereği bulunduğum Kilis’te böyle bir konu üzerine çalışabileceğimi düşünüp beni buna sevkeden ve çalışmam boyunca desteğini eksik etmeyen değerli hocam Doç. Dr. İbrahim Sani Mert’e minnettarım. Çalışmama görüş ve yardımlarıyla katkıda bulunan Prof. Dr. H. Mustafa Paksoy’a, Doç. Dr. Mehmet Aytekin’e, Dr. M. Sait Korkmaz’a, Okt. Faruk Güven’e; bilgi ve tecrübeleriyle özellikle manevi desteğiyle yanımda olan Doç. Dr. Sadettin Paksoy’a ve Okt. Zeynep Polat’a çok teşekkürler.

Öğrenim hayatım boyunca varlıklarıyla kıvanç duyduğum annem Mihriban Kaya, kardeşim Hidayet Kaya ve Kemal Kaya’ya her zaman ve her şartta yanımda oldukları için sonsuz teşekkürler. Kilis’te kazandığım çalışmamda emeği geçen sevgili arkadaşım Mine Karadeniz’e, hayatıma renk katan benden desteklerini esirgemeyen sevgili B. İrem Azapoğlu’na, Çiğdem Egemen Dağçobanı’na ve Sultan Aktürk’e teşekkürler. Öyle biri var ki onu anlatmaya kelimelerim yeterli olur mu bilemiyorum; bana her zaman güvenen, her koşulda yanımda olan, en umutsuz anımda, bazen aramızda mesafelerde olsa onu hep yanımda hissettiğim, “benim kızım bir tane, benim kızım en güzelini yapar” diyerek hayallerimin peşinden koşmamda yegane insan babam Mustafa Kaya’ya teşekkürü bir borç bilirim.

Gaziantep, 2016

Nuray KAYA

## ÖZET

Yirmi birinci yüzyılda dünya vatandaşı olabilmenin en önemli şartlarından birisi diğer kültürlerin farkına varabilmek ve o kültürleri anlayabilmektir. Globalleşme ile küçülen dünyada, iletişim ve ulaşım teknolojilerinde gün geçtikçe oluşan gelişmelerin yeryüzünü adeta küresel bir köy haline getirmesiyle birlikte farklı kültürlere sahip ulusların bir araya gelmesi kaçınılmaz olmuştur. Dolayısıyla toplumda dünya çapında etkin bir başarı yakalamak isteyen kişi ve işletmelerin kültürlerarası iletişim etkinliğini öğrenmesi kritik bir hedef haline gelmiştir. Uluslararası etkileşimin dünyada bu denli önemli hale gelmesiyle birlikte Türkiye'nin de bölgesinde meydana gelen olumlu veya olumsuz gelişmelerden etkilenmemesi kaçınılmazdır.

2011'den sonra Suriye'de baş gösteren iç savaştan kaçan milyonlarca Suriyeli Türkiye'ye sığınmak zorunda kalmıştır. Bu kapsamda yapılan çalışmada, Kilis ilinde faaliyet gösteren yerel esnaf ve sanatkârların 2011'den bu yana (2016) yoğunlukla muhatap oldukları Suriyeliler ile aralarındaki iletişim etkinliği ölçülmüştür. Yapılan bu çalışmada, iletişim rahatlığı, davranışsal esneklik, etkileşimde saygı, mesaj verme kabiliyeti, kimlik koruma ve etkileşim yönetimi alt değişkenlerinden oluşan kültürlerarası iletişim etkinliği ölçülmüştür. Elde edilen bulgulara göre; iletişim rahatlığı, davranışsal esneklik, etkileşim yönetimi değişkenlerine ait algıların genel olarak düşük; etkileşimde saygı, mesaj verme kabiliyeti ve kimlik koruma değişkenlerine ait algıların ise genel olarak yüksek çıktığı görülmüştür. Ayrıca bu araştırmada Kilis'te faaliyet gösteren yerli esnaf ve sanatkârın Suriyeli müşteriyle yaşadığı kültürlerarası iletişim etkinliğinde demografik faktörlerin etkisi de incelenmiştir.

Yapılan çalışmanın esnaf ve sanatkârlara kültürlerarası iletişim etkinliğinin alt boyutlarının (iletişim rahatlığı, davranışsal esneklik, etkileşimde saygı, mesaj verme kabiliyeti, kimlik koruma ve etkileşim yönetimi) iyi anlaşılması ve uygulamaya koyulabilmesi açısından katkı sağlayacağı düşünülmüştür. Ayrıca bu çalışmanın, kültürlerarası iletişim etkinliğine yönelik gelecekte yapılacak çalışmalara yol göstereceği ve mütevazı bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar kelimeler:** kültür, iletişim, kültürlerarası iletişim etkinliği, Suriyeli sığınmacılar, esnaf ve sanatkârlar.

## **ABSTRACT**

In 21st century, one of the most important requirements to become a citizen of the world is to understand and to be able to aware of other cultures. Increased international movement of foreign resources has been confronted with globalization, and the interactions between people with these developments have brought international and cross-cultural differences in the local area. Because Language, time, eating and drinking habits, clothing styles, standards of living, feelings, thoughts, attitudes, traditions and customs were determined by the fusion of cultural elements, people and firms that are willing to capture an effective global success in the society should be of intercultural communication effectiveness as a critical objective. In a world shrinking with globalization; progress gained day by day in the world of communication and transportation technology make many nations with different cultures come together and turn the world a kind of global village. Thus, a number of problems arising from cultural differences emerged. The communication problem comes first in line. In order to solve the problems stemming from cultural differences, willingness to learn different languages and the ability to understand other cultures are needed. With international communication becoming so much important in the world, Turkey also inevitably be affected by positive or negative developments occurred in the territory around. Millions of Syrian people fled from Syria after the outbreak of the civil war in 2011 and had to take refuge in Turkey. In this study, local artisans and craftsmen operating in Kilis were surveyed (in 2016) to describe and determine what communication problems they were exposed because of the culture difference as they had to deal with the Syrians quite frequently since 2011.

**Key words:** culture, communication, intercultural communication effectiveness, Syrian asylum seekers, artisans and craftsmen.

# İÇİNDEKİLER

Sayfo No.

KABUL VE ONAY .....	i
ONUR SÖZÜ .....	iii
ÖNSÖZ.....	iiii
ÖZET.....	ivv
ABSTRACT .....	v
İÇİNDEKİLER.....	xiii
TABLolar LİSTESİ.....	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xix
KISALTMALAR LİSTESİ .....	ixx
BİRİNCİ BÖLÜM.....	1
GİRİŞ.....	1
1. KÜLTÜR KAVRAMI İLE İLGİLİ AÇIKLAMALAR.....	5
1.1. Kavramlar.....	7
1.2. Kültürün Temel Özellikleri.....	10
1.2.1. Kültür Öğrenilir .....	10
1.2.2. Kültür Paylaşılır.....	11
1.2.3. Kültür Tarihidir ve Süreklidir .....	11
1.2.4. Kültür Bütünleştiricidir .....	11
1.2.5. Kültür Semboliktir .....	11
1.3. Kültürün Unsurları .....	12
1.3.1. Dil.....	12
1.3.2. Din.....	12
1.3.3. Değerler ve Tutumlar .....	13
1.4. Kültürün Bileşenleri .....	14
1.4.1. Semboller .....	14



1.4.2. Kahramanlar .....	14
1.4.3. Ritüeller.....	14
1.4.4. Değerler .....	14
<b>İKİNCİ BÖLÜM .....</b>	<b>15</b>
<b>2. KÜLTÜREL FARKLILIKLAR.....</b>	<b>15</b>
2.1. Kültürel Farklılıklar .....	15
2.2. Kültürel Farklılıkların Sonuçları.....	17
2.2.1. Kültürel Farklılıkların Olası Olumlu Sonuçları.....	18
2.2.2. Kültürel Farklılıkların Olası Olumsuz Sonuçları.....	19
<b>ÜÇÜNCÜ BÖLÜM .....</b>	<b>21</b>
<b>3. İLETİŞİM.....</b>	<b>21</b>
3.1. İletişim Kavramı ve Önemi.....	21
3.2. İletişim Mesajlarının Veriliş Biçimi .....	24
3.2.1. Açık İletişim.....	24
3.2.2. Kapalı İletişim.....	24
3.3. İletişim Süreci ve Öğeleri .....	24
3.3.1. Kaynak (Gönderici).....	26
3.3.2. Mesaj (İleti) .....	26
3.3.3. Kodlama .....	27
3.3.4. Kod Açma .....	28
3.3.5. Kanal.....	28
3.3.6. Alıcı (Hedef) .....	29
3.3.7. Geri Bildirim .....	29
3.3.8. Gürültü .....	29
3.4. İletişim Şekilleri Nasıl Olur? .....	30
3.4.1. Kişi İçi İletişim .....	30
3.4.2. Kişiler Arası İletişim .....	30

3.5. İletişimin Türleri .....	30
3.5.1. Sözlü İletişim .....	30
3.5.1.1. Dil İle İletişim.....	31
3.5.1.2. Dil Ötesi İletişim.....	31
3.5.2. Yazılı İletişim.....	32
3.5.3. Sözsüz İletişim .....	33
<b>DÖRDÜNCÜ BÖLÜM .....</b>	<b>34</b>
<b>4. KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM ETKİNLİĞİ.....</b>	<b>34</b>
4.1. Kültürlerarası Yeterlilik .....	37
4.1.1. Kültürlerarası Duyarlılık .....	37
4.1.2. Kültürlerarası Uyanıklık .....	37
4.1.3. Kültürlerarası Beceriklilik .....	37
4.2. Kültürlerarası İletişimin Alt Faktörleri .....	38
4.2.1. Davranışsal Esneklik.....	39
4.2.2. Etkileşimde Saygı .....	39
4.2.3. Mesaj Verme Kabiliyeti.....	39
4.2.5. Kimlik Koruma .....	39
4.2.6. Etkileşim Yönetimi.....	39
<b>BEŞİNCİ BÖLÜM .....</b>	<b>41</b>
<b>5. ESNAF VE SANATKÂRLAR .....</b>	<b>41</b>
5.1. Esnaf ve Sanatkâr Kavramı.....	41
5.2. Esnaf Olgusunun Doğuşu .....	41
5.2.1. İlk Çağ'da Esnaf ve Sanatkârlar .....	41
5.2.2. Orta Çağ'da Esnaf ve Sanatkârlar.....	42
5.2.3. Yeni Çağ'da Esnaf ve Sanatkârlar .....	42
5.3. Ahilik Teşkilatı .....	43
5.4. Kilis Esnaf ve Sanatkârları.....	46

<b>ALTINCI BÖLÜM.....</b>	<b>48</b>
<b>6. KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM ETKİNLİĞİ: KİLİS ESNAF VE SANATKÂRLARININ SURİYELİ MÜŞTERİLERLE OLAN ETKİLEŞİMİ ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI.....</b>	<b>48</b>
6.1. Araştırmanın Amacı.....	48
6.2. Araştırmanın Tasarımı ve Yöntemi .....	48
6.3. Verilerin Toplanması .....	48
6.4. Araştırmanın Kısıtları .....	49
6.5. Evren ve Örneklem .....	49
6.6. Araştırmanın Hipotezleri .....	49
6.7. Veri Toplama Yöntemi .....	50
6.8. Verilerin Analizi .....	51
6.9. Demografik Verilerin Analizi .....	51
6.10. Hipotezlerin Analizi.....	64
6.10.1. Faktör Analizi.....	64
6.10.2. Güvenilirlik Analizi .....	66
6.10.3. Kültürler arası İletişim Etkinliğine İlişkin Hipotezin Analizi .....	66
6.10.4. Demografik Verilere İlişkin Hipotezin Analizi.....	71
<b>SONUÇ.....</b>	<b>76</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>80</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>90</b>

## TABLolar LİSTESİ

Sayfo No.

<b>Tablo 1:</b> Eğitim Durumu.....	51
<b>Tablo 2:</b> Medeni Durumu .....	52
<b>Tablo 3:</b> İşletmenin Faaliyet Alanı.....	52
<b>Tablo 4:</b> İşletme Kuruluş Yılı.....	53
<b>Tablo 5:</b> İşletmenizde Çalışan Toplam İş Gücü Sayısı.....	54
<b>Tablo 6:</b> İşletmenizde Çalışan Toplam Suriyeli Sayısı .....	54
<b>Tablo 7:</b> Suriyelilerin Gelişini Nasıl Değerlendiriyorsunuz.....	55
<b>Tablo 8:</b> Suriyeli Sığınmacılarla İletişim Sorunu Yaşıyor musunuz? .....	55
<b>Tablo 9:</b> Kilis'teki Suriyeli Esnaflar İşinizi Nasıl Etkilemiştir? .....	56
<b>Tablo 10:</b> Suriyeliler Gelmeden Önceki (2011 ) Kazancınızı Değerlendirir misiniz?.....	57
<b>Tablo 11:</b> Suriyeliler Geldikten Sonraki (2011 ) Kazancınızı Değerlendirir misiniz?.....	58
<b>Tablo 12:</b> Suriyeli Esnaflarla Rekabet Edebiliyor musunuz? .....	58
<b>Tablo 13:</b> Suriyeli Çalışanınız Türkçe Biliyor mu? .....	59
<b>Tablo 14:</b> Suriyeli Müşterilerle İletişim Problemi Yaşama Sebebiniz Nedir? .....	60
<b>Tablo 15:</b> Suriyeli Müşterilerle İletişim Probleminizi Nasıl Çözüyorsunuz? .....	61
<b>Tablo 16:</b> İşyerinizde Suriyeli Eleman Çalıştırma Sebebiniz Nedir?.....	62
<b>Tablo 17:</b> Suriyeli Müşterilerinizle Yaşadığınız İletişim Sorunundan Dolayı Müşteri Kaybınız Oldu mu?.....	62
<b>Tablo 18:</b> Suriyeli Müşterilerinizle Daha İyi İletişim Kurabilmek İçin Arapça Öğrenmek İster misiniz?.....	63
<b>Tablo 19:</b> Size Göre Suriyeli Müşterilerle Yaşadığınız İletişim Sorunları Nelerdir? .....	64
<b>Tablo 20:</b> Faktör Analizi.....	66
<b>Tablo 21:</b> Güvenilirlik Analizi.....	67
<b>Tablo 22:</b> İletişim Rahatlığına İlişkin Algılar.....	67
<b>Tablo 23:</b> Davranışsal Esnekliğe İlişkin Algılar.....	68
<b>Tablo 24:</b> Etkileşimde Saygıya İlişkin Algılar.....	69
<b>Tablo 25:</b> Mesaj Verme Kabiliyetine İlişkin Algılar.....	69
<b>Tablo 26:</b> Kimlik Korumaya İlişkin Algılar.....	71
<b>Tablo 27:</b> Etkileşim Yönetimine İlişkin Algılar.....	71
<b>Tablo 28:</b> F Testi Normallik Analizi (Varyanslar Arasında) .....	72
<b>Tablo 29:</b> Eğitime Düzeyine Göre Kültürlerarası İletişim Etkinliğinin Analizi (F Testi) .....	73

**Tablo 30:** Medeni Duruma Göre Kùltürlerarası İletişim etkinliğinin Analizi (F Testi).....74

**Tablo 31:** Suriyelilerin Gelişini Nasıl Değerlendiriyorsunuzuza Göre F Testi (ANOVA).....76



## ŞEKİLLER LİSTESİ

	<b>Sayfa No.</b>
<b>Şekil:1</b> İletişim Sürecinin Ögeleri.....	25
<b>Şekil:2</b> Kültürlerarası Yeterlilik Süreç Modeli .....	36
<b>Şekil:3</b> Suriyeli Sığınmacılarla İletişim Sorunu Yaşıyomusunuz? .....	56
<b>Şekil:4</b> Kilis'teki Suriyeli Esnaflar İşinizi Nasıl Etkilemiştir? .....	57
<b>Şekil:5</b> Suriyeli Esnaflarla Rekabet Edebiliyomusunuz? .....	57
<b>Şekil:6</b> Suriyeli Müşterilerle İletişim Problemi Yaşama Sebebiniz Nedir? .....	59
<b>Şekil:7</b> Suriyeli Müşterilerle İletişim Probleminizi Nasıl Çözüyorsunuz? .....	60
<b>Şekil:8</b> Suriyeli, Müşterilerinizle Daha İyi İletişim Kurabilmek İçin Arapça Öğrenmek İster misiniz?.....	63
<b>Şekil:9</b> Size Göre Suriyeli Müşterilerle Yaşadığınız İletişim Sorunları Nelerdir?.....	64

## KISALTMALAR LİSTESİ

- ABD** : Amerika Birleşik Devletleri
- AFAD** : Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı
- AÖF** : Açıköğretim Fakültesi
- GİB** : Gelir İdaresi Başkanlığı
- KESOB** : Kilis Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği
- MEB** : Milli Eğitim Bakanlığı
- TDK** : Türk Dil Kurumu
- TESK** : Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu
- UNESCO** : Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

## BİRİNCİ BÖLÜM

### GİRİŞ

Kültür insanlığın ortak mirası toplumların can damarı ve toplumsal bir yapıtaşdır. Nerede bir toplum hayatı varsa, orada bir toplum doğmuştur. Kültür, bir toplumu öteki toplumdan ayırmakta, bir topluma ait değerleri bünyesinde toplamada, toplumda dengeyi sağlamada, sosyal yardımlaşma ve dayanışma aracı olarak sorumluluk almakta, bireysel kimliğin oluşmasında yaşamsal bir öneme sahiptir. Kültür, öğrenilir, paylaşılır, tarihi ve süreklidir, bütünleştiricidir ve semboliktir. Kültürün unsurlarından ve doğal bir araç olan dil iletişimi doğurmuştur. İnsanların nefes almaya, suya ne denli ihtiyacı varsa iletişime de o denli ihtiyacı vardır. İletişim hayatın vazgeçilmez bir gerekliliğidir.

İnsan hayatı boyunca zekâsını, kişiliğini, kültürünü, birikimlerini, değerlerini, yaşam şeklini iletişim alışkanlıkları ve iletişim çabalarıyla ortaya koyar. Duygu, düşünce ve fikirlerini diğer insanlarla iletişim yoluyla paylaşır. Denilebilir ki beşikten mezara kadar iletişim bizimledir. İletişim tarihi insanlık tarihi kadar eski olup dünya var olduğundan bu yana bireyden bireye, toplumdan topluma farklılıklar göstermektedir. Kültürler birbirlerinden yaşam tarzı, değer yargıları, normlar, kurallar, giyim tarzı, idealler, miras olarak, kişilik psikolojisi olarak, oluşum kökeni olarak vb. unsurlarla birbirlerinden farklılık göstermektedir. Kültürlerarası farklılıklarda ise başrolde iletişim sorunu gelmektedir. Kişinin kültürlerarası iletişim etkinliğinin gelişmesinde iletişim rahatlığı, davranışsal esneklik, etkileşimde saygı, mesaj verme kabiliyeti, kimlik koruma ve etkileşim yönetimi gibi faktörler oldukça önemlidir.

Küreselleşen dünyada iletişimden kaynaklı farklılıklar insanlara olumlu ve olumsuz anlamda etki etmektedir. Çağımızda var olan bu iletişim farklılığı günlük hayatın her alanında insanoğlunu etkilemekte olup özellikle bir çok meslek grubunda kültürel farklılıklardan kaynaklı iletişim sorunları gündeme gelmektedir. Kültürel farklılık nedeniyle etkileşim halinde olan kesimlerden biriside şüphesiz ki esnaf ve sanatkârlardır. Ülkemizde esnaf ve sanatkârların tarihi; kutsal çalışmayı bir ibadet sayan, karşılıklı işbirliğine ve sosyal yardımlaşmaya dayalı, müşteri memnuniyetini ve mesleki gelişmeyi ilke edinmiş bir ahlak anlayışı olan ahilik teşkilatına dayanır.

Yüzyıllar boyunca küresel değişmelerin etkisiyle ülkelerde ekonomik, teknolojik ve politik gelişmeler görüldüğü gibi 21. yüzyılda da birçok ülke ekonomik, teknolojik ve politik yönden etkilenmiştir. Ortadoğu, coğrafi konumu ve sahip olduğu enerji kaynakları nedeniyle dünyadaki egemen güçler tarafından sürekli göz hapsinde olmuştur. Bu sebeptendir ki sıklıkla çatışma ve mücadelelerin yaşandığı bir bölge olma özelliğini hep korumuştur. Ortadoğu'daki



Arap halkı artık özgürlük, demokrasi ve insan hakları talep etmektedir. Bu taleplerin yerine getirilmesi adına halkın sokaklara dökülerek eylem yapması sonucu mücadele ve çatışmalar yaşanmıştır. Bu mücadele ve çatışmalara Arap Baharı adı verilmiştir. Arap Baharı olarak adlandırılan bu akımın çıkış nedeni Ortadoğu ülkelerindeki coğrafi, siyasi ve ekonomik yapılarıdır. Ortadoğu’da Arap Baharından en çok etkilenen ülke Suriye olmuştur. Suriye’de ki iç savaştan en çok nasibini alan komşu ülke ise şüphesiz ki Türkiye’dir. Türkiye gerek coğrafi konumu, gerekse sosyo kültürel özellikleri vb. unsurlarıyla tarihte de pek çok örneklerinin olduğu savaş, soykırım, vb. sebeplerle göç etmek zorunda kalan birçok insana ev sahipliği yapmıştır. Türkiye Suriye’de iç savaş başladığından bu yana çeşitli dil, din, ırk ve mezhepten olan Suriyeli sığınmacılara da gönüllü olarak kapılarını açmıştır. AFAD verilerine göre İç savaş neticesinde Suriye’den Türkiye’ye 2,5 milyondan fazla göç gerçekleşmiştir. Türkiye’deki Suriyeli sığınmacıların yaklaşık 130 bini Kilis’te yaşamaktadır. Dolayısıyla bu göç dalgasının Kilis’e olumlu ve olumsuz yansımalarının olmaması kaçınılmaz olmuştur.

Bu çalışmanın amacı Kilis’te faaliyet gösteren yerli esnaf ve sanatkârların Suriyelilerle aralarındaki kültür farkından kaynaklı iletişim etkinliği tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda; araştırmanın örneklemini oluşturan Kilisli esnaf ve sanatkârların farklı kültürlerden olan meslektaşlarıyla rekabet edemediği, gelir seviyelerinin düştüğü ve müşteri kaybı yaşadığı belirlenmiştir. Kilis’te faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların Suriyeli müşterileriyle olan ilişkisinde iletişim rahatlığı, davranışsal esneklik, etkileşimde saygı, mesaj verme kabiliyeti, kimlik koruma ve etkileşim yönetimi alt değişkenlerinin kültürlerarası iletişim etkinliği ölçülmüştür. Kilis esnaf ve sanatkârları arasında kültürlerarası iletişim etkinliği ölçmeye yönelik alt değişkenlerden olan iletişim rahatlığı, davranışsal esneklik, etkileşim yönetimi değişkenlerine ait algıların genel olarak düşük; etkileşimde saygı, mesaj verme kabiliyeti ve kimlik koruma değişkenlerine ait algıların ise genel olarak yüksek çıktığı görülmüştür.

Araştırmada Kilis’te faaliyet gösteren yerli esnaf ve sanatkârın Suriyeli müşterilerle yaşadığı kültürlerarası iletişim etkinliğinde demografik faktörlerin etkisi de incelenmiştir. Kültürlerarası iletişim etkinliğinin alt boyutları olan iletişim rahatlığı, davranışsal esneklik, etkileşimde saygı, mesaj verme kabiliyeti, kimlik koruma ve etkileşim yönetiminin; eğitime göre farklılık göstermediği bulunmuştur. Medeni duruma göre; etkileşimde saygı algısının bekârlarla boşanmışlar arasında farklılık gösterdiği bekârların boşanmışlara göre etkileşimde saygıyı daha yüksek algıladıkları görülmüştür. İletişim rahatlığı, etkileşim yönetimi ve mesaj verme kabiliyeti değişkenlerine ait algıların Suriyelilerin gelişini nasıl değerlendiriyorsunuz sorusuna göre olumlu düşünenler ile olumsuz düşünenler arasında farklılık gösterdiği tespit

edilmiştir. İletişim rahatlığı ve etkileşim yönetiminde olumlu düşünenlerin daha yüksek algıladıkları; mesaj verme kabiliyetinde ise olumsuz düşünenlerin daha yüksek algıladığı sonucuna varılmıştır.

Literatür araştırması sonucunda; Bekiroğlu ve Balcı (2014) kültürlerarası iletişim duyarlılık düzeyini irdelemek amacıyla iletişim fakültesi öğrencilerine yönelik bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışma kapsamında etkileşimde sorumluluk/dikkatli olma, etkileşimde kendine güvenme, kültürel farklara saygı, etkileşimden hoşlanma kültürlerarası iletişim duyarlılık düzey faktörlerinin araştırmasını yapmışlardır. Araştırma bulgularına göre; ankete katılan iletişim öğrencilerinin farklı kültürden insanlarla iletişim kurarken dikkatli ve bilgi sahibi olmaya çalıştıkları, farklı kültürlere saygı duydukları, iletişim esnasında farklı kültürün mensuplarına pozitif cevaplar verdiklerini ve açık fikirli olduklarını tespit etmişlerdir. Bekiroğlu ve Balcı (2014) ulaştıkları sonuç gibi bu çalışmada da farklı kültürlerden insanlarla iletişim kurarken onların kültürlerini dikkate aldıkları, farklı kültürlere saygılı oldukları sonucuna varılmıştır. Bekiroğlu ve Balcı (2014) çalışmalarından farklı olarak yapılan bu çalışma esnaf ve sanatkârların dil sorunu ve kültürel farklılık sebebiyle rahat iletişim kuramadıklarını dolayısıyla Suriyeli sığınmacılarla iletişim esnasında açık fikirli olmadıkları ve pozitif cevap veremedikleri tespit edilmiştir.

Doğan ve Bozkurt (2009) yaptıkları araştırmada, kültürlerarası adaptasyonun dört boyutunu incelemişlerdir. Bunlar duygusal esneklik, esneklik/açıklık, algısal duyarlılık, kişisel özerklik'tir. Çalışmaya katılan bireylerin farklı kültürden gelen bireylere karşı duyarlı, iletişim dinamiklerinden haberdar ve kültürlerarası empatiye yakın olduklarını tespit etmişlerdir. Doğan ve Bozkurt (2009) yaptıkları çalışma sonucuna benzer olarak bu çalışmamızda da kültürlerarası iletişim etkinliği bağlamında farklı kültürlerden insanlarla iletişim kurarken farklı kültürden kişilere karşı duyarlı oldukları ve kültürlerarası empati yeteneğine sahip oldukları tespit edilmiştir.

Yapılan çalışmanın esnaf ve sanatkârlara kültürlerarası iletişim etkinliğinin alt boyutlarının (iletişim rahatlığı, davranışsal esneklik, etkileşimde saygı, mesaj verme kabiliyeti, kimlik koruma ve etkileşim yönetimi) iyi anlaşılması ve uygulamaya koyulabilmesi açısından katkı sağlayacağı düşünülmüştür. Ayrıca bu çalışmanın, kültürlerarası iletişim etkinliğine yönelik gelecekte yapılacak çalışmalara, yol göstereceği ve mütevazı bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışma yedi bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, kültür kavramının literatürdeki farklı tanımlamalarına yer verilmiş olup, kültürün özellikleri üzerinde durulmuştur. Kültürün

temel özelliklerine ve kültürü oluşturan unsurlara değinilmiştir. İkinci bölümde, kültürel farklılıklardan bahsedilmiştir. Kültürel farklılıkların olası olumlu sonuçları ve olası olumsuz sonuçları üzerinde durulmuştur. Üçüncü bölümde, iletişim, iletişim mesajlarının verilmiş türleri açıklanmıştır. Dördüncü bölümde, iletişim rahatlığı, davranışsal esneklik, etkileşimde saygı, mesaj verme şekli, iletişim süreci ve öğeleri, iletişim şekilleri ve iletişim kabiliyeti, kimlik koruma ve etkileşim yönetimi gibi kültürlerarası iletişim etkinliğinin alt değişkenleri üzerinde durulmuştur. Beşinci bölümde, esnaf ve sanatkâr kavramlarından bahsedilmiştir. Esnaf ve sanatkârların tarihsel sürecine, esnaf ve sanatkârların temeli (kökeni) olan ahilik teşkilatına, Kilis esnaf ve sanatkârlarına değinilmiştir. Altıncı bölümde, Kilis ilinde faaliyet gösteren 150 yerli esnaf ve sanatkâra yapılan anket sonuçlarına göre istatistiki metodlar kullanılarak analizler yapılmıştır. Araştırmanın amacı, araştırmanın tasarımı ve yöntemi, araştırmanın kısıtları, evren ve örneklem, araştırmanın hipotezleri, veri toplama yöntemi ve verilerin analizlerine değinilmiştir. Yedinci ve son bölüm ise çalışmanın sonuç ve öneriler kısmını oluşturmaktadır. Bu bölümde ise elde edilen bulgular üzerine değerlendirmeler yapılmış olup, ortaya çıkan sorunların çözümü üzerine önerilerde bulunulmuştur.

## 1. KÜLTÜR KAVRAMI İLE İLGİLİ AÇIKLAMALAR

Kültür, insanlığın ortak mirası olup toplumsal bir yapıtaşdır. Her toplum; dil, din, sembol, düşünce, gelenek, yasalar, kültür, tarih ve mirasıyla dünyadaki yerini alır (Tural, 1994: 14). Yaşadığımız dünya milyonlarca insanı barındıran yaklaşık 193 ülkeye ve 5 kıtaya ayrılmış, karmaşık bir resim çizer. Üzerinde yaşamını sürdürdüğümüz dünya uzun yıllardır yaşananlarının bir tekrarıdır. Senelerdir insanlar birbirlerinden farklı fiziksel ortamlarda toplumsal gruplar halinde yaşamışlardır. En az sayıdaki bireylerin oluşturduğu topluluklardan en çok sayıdaki bireylerin oluşturduğu topluluklara ya da en basit toplumlardan en gelişmiş toplumlara değin toplumların can damarı yaşamsal ortak noktaları ise “kültür” olgusudur. Kültür ile toplum ikiz kardeş gibidir birbirlerinin ayrılmazdırlar. Her toplumda, belirli gereksinimleri karşılamak amacıyla kaba veya incelmış tekniklerin yanı sıra, insan ilişkilerini düzenleyen gelenekler, görenekler, kurallar, fikirler ve şahsi düşünceler mevcuttur. İşte bu ilişkilerin geneli insanın kendisi için yarattığı bir araçtan ibaret olan sosyal bir kurum ve olgu olan “kültür”ü meydana getirir (MEB, 1969).

Günümüzde kültür, bireylerin ve toplumların anlam dünyasında anahtar bir kavram özelliği taşımaktadır (Subaşı, 2003: 63).

Kültür kavramı birçok açıdan farklı biçimlerde açıklanmasına karşın hayatımızın, yaşamsal bir parçasıdır ve bu durum milyonlarca yıldır günümüze dek süregelmiştir. Kültürün hayatımızdaki önemine değinecek olursak; kültür, bir toplumu öteki toplumdan ayırmakta, bir topluma ait değerleri bünyesinde toplama, toplumda koordinasyonu sağlama, sosyal yardımlaşma ve dayanışma aracı olarak görev yapmakta ve bireysel kişiliğin oluşmasında büyük önem arz etmektedir. İnsan davranışlarının sınırı kültürel unsurlardan belirlenir, bu sebepten kültür gerek bireysel gelişme gerekse toplumsal gelişme açısından kritik bir öneme sahiptir. Çünkü insanlar hayata gözlerini açtığı andan hayata gözlerini yumduğu ana kadar bağlı oldukları toplumun kültürel gelişim dokusunun esiri olmuş durumdadırlar (Güney, 2000: 63).

Kültürel benzeşme ya da kültürel farklılaşma noktasında yola çıkan araştırmacılar kültürün tanımının nasıl yapılacağı konusunda problem yaşamışlardır (Whitely vd. 1977: 439). Çünkü kültüre ait pek çok sayıda tanım ve kaynak bulunmaktadır. Kültür sözcüğünün uzunca bir tarihi vardır; şöyle ki Kroeber ve Kluchohn 1952 yılında yayınladıkları antolojide kültür kavramının 200 civarında farklı tanımını derlemişlerdir (TDK, 1998).

Dünyayı bir sistemler bütünü olarak ele alınıp yorumlanacak olursa bizim dışımızdaki dünyanın belirli yasaları ve tutarlılıklarının da olduğu görülebilir. Bizler çevremizdeki dış

dünyayı algılama ve onu tanımlama çabasına gireriz. Kültürü bir bütün olarak ya da sistem olarak görebiliriz. Yalnız bu bütünü veya sistemi tanımlamak olabildiğince güçtür. Bu zorluğun sebebi de kültür kavramının soyut bir mana içermesidir. Bu soyut kavramı besleyen ve destekleyen değişkenler, bulgular gözlemlenebilir türden olgular olmasının yanında gözlemlenmesi güç olan bir takım soyut değerleri de içerirler. Kültürle ilgili bir tanımın yapılması, kavramın içeriğine kısıtlama getirmekte kültürün soyutluluk içermesi kültür ile alakalı resim, şekil görsellik oluşturmak zor olmakla beraber belirli sınırlamaları da beraberinde getirecektir (Bingöl, 2010: 39).

Kültür kelimesi farklı bakış açılarına göre farklı biçimlerde tanımlanabilen bir yapıya sahiptir. Tsioumanis ve arkadaşlarına göre (2004:2) kültürün tanımı kolay yapılamamakta filozoflar politikacılar ve bilim adamları tarafından kavramın tam olarak neleri içereceği konusunda görüş birliği bulunmamaktadır (Özer, 1996: 71). Kültür tanımının zor olmasının nedenlerinden biriside kültürün pek çok araştırmacının ilgi alanına girmesi ve her araştırmacının da kültürün tanımına kendi disiplinleri açısından yaklaşımlarıdır. Tanımlama zorluğunu yaratan sebep, bilgi ve malzemenin eksikliği olmayıp kültür tanımını yapanların temelde konularının farklı olması ve kendi bilimsel sahalarıyla alakalı tanımlar yapmalarından kaynaklıdır (Adanır, 2003: 30).

Turhan (1969: 35) da, “kültür nedir” sorusuna herkesi memnun edecek şekilde cevap vermenin zor olduğunu bununla birlikte günümüze kadar yapılan tanımlar dikkate alındığında tamamında ortak noktalar tespit edilerek kültürden ne anlaşılabilceği vurgulanmaktadır (Özer, 1996: 71).

Kültür kelimesi Avrupa dillerinden “yüksek genel bilgi” manasıyla dilimize girmiştir. Genellikle insanların eylemleri ve bu eylemleri belirgin sayan sembolik yapılara gönderme yapmaktadır. Kültür kavramı Türkçe’de başlarda “hars” kelimesiyle ifade edilmiş daha sonra “kültür” kelimesi şeklinde genel kabul göreyerek yaygınlaşmıştır (Yıldırım, 1996: 149).

Kültür kelimesinin etimolojik “bitki yetiştirmek, toprağı işlemek, ekip biçmek” anlamındaki “colere” fiilinden türemiş olan Latince “cultura” kelimesidir. Türkçe’de de “ürün, mahsul, ekin” karşılığında kullanılır (Güvenç, 1979: 96). Terimi ilk defa kullananlar Romalı iki filozof, Cicero ve Horatius olmuştur. Romalı düşünür, kültür terimini aynı köylünün tarlasını işlemesi gibi, başlangıçta doğal bir malzeme, önsezi, nefesine düşkün olan insanın işlenmesi, eğitilmesi ve yetiştirilmesi anlamında kullanmıştır. Cicero “akıl kültürü bilgidir” diyor (Mejuyev, 1987: 22).

Kültür sosyoloji, psikoloji, antropoloji tarih gibi pek çok bilimin ilgi alanına girmektedir (Adanır, 2003: 30). Kültür kelimesinin en çok kullanıldığı yer sosyal bilimlerin özellikle sosyolojidir. Sosyolojide kültür, insan topluluğunun kuşaktan kuşağa aktardığı inanç, bilgi ve uygulamaları belirtmektedir (Yıldırım, 1996: 149).

Kültürün ilk resmi bilimsel tanımını, kültürel antropolojinin kurucusu sayılan İngiliz Britanyalı Antropolog Edward Tylor 1871 yılında “İlkel Kültür” adlı kitabında yapmıştır. Günümüzde de en geçerli tanım kabul gören Tylor’un tanımı halen birçok kültür teorisinin temelini oluşturmaktadır (Güney, 2000: 30). Tylor’un kültür kavramını Almandan aldığı ve Klemm’den etkilendiği konusu yaygındır. Tanıma göre, “ bilgi, inanç, moral, sanat, ahlak, örf ve adetler ile hukukun ve bireyin üyesi olduğu toplum tarafından kazandırılmış olan bilgi, beceri ve yeteneklerinin karmaşık bir bütünü” anlamında kullanmıştır. Tylor’ın kültür tanımı insanların ihtiyaçlarını karşılamak için geliştirdikleri, kullandıkları ve gelecek nesillere aktardıkları her şeyi kapsamaktadır (Güney, 2000: 30).

Kısaca “kültür” her şeyi kapsayan bir inançlar, bilgiler, duygular, his ve heyecanlar bütünüdür (Kaya, 2002: 192).

### **1.1. Kavramlar**

“Kültür insanın toplumsal yaşamının her alanında kendisini ve kendisinin alanının (veya olduğunu sandığı) ifadesidir; çünkü kültür, insanın kendi yaşamını geçmişten gelen tecrübeler ve birikimlerle ve kendi yarattıklarıyla nasıl ürettiğini anlatır. İnsan kendisini nasıl üretiyorsa, insan odur ve bu üretme yolu onun kültürüdür (Erdoğan, 2001: 69).

“Kültür, öğrenilmiş, saklanmış ve öğretilen; eğitimle yeni kuşaklara aşılana bir muhtevadır. Kültür, içgüdüsel ve kalımsal değil, her bireyin doğduktan sonra yaşantısı içinde kazandığı alışkanlıklardır. Kültür, öğrenilen, eğitimle kazanılan bir kavramdır, öğrenim kurallarına, yasalarına ve ilkelerine uygun olmak zorundadır. Eğer kültür, bir kuşaktan diğerine geçiyorsa, yani süreklirse, onun her kültürde nedenleri ve sonuçları vardır. Eğitim, çocuğun yalnız bakımını ve korunmasını değil, çocuğun aynı zamanda doğuştan gelen eğilim ve dürtülerinin sosyal hayatın koşullarına göre sınırlanmasını, kısıtlanmasını öngörür. Her kültürel sistem, kendi üyelerini besler, fakat kimlerin nerelerde, hangi zamanlarda, neleri, nasıl yiyeceklerini yine kültür belirler. Kültür dendiğinde ilk önce töreler gelir. Çünkü kültürün sürekliliğini gelenek ve görenekler sağlar (Güvenç, 2003: 101).

“Kültür, sadece tabiatın insan eliyle işlenmesi değil, bizzat insanın ahlaki, sosyal, entelektüel, teknik istidat ve kabiliyetlerinin geliştirilmesi demektir (Abadan, 1956: 174)

“Nerede bir toplum hayatı varsa, orada bir kültür doğmuştur. Kültürle toplum ikiz kardeş gibidir, birisi varsa mutlaka öteki de vardır. Bu ikisini birbirinden ayırmak mümkün değildir. Çünkü kültür, mutlaka bir nüfusta yaşar, onu yaşatacak bir nüfus yoksa kültür ölüdür ve eğer korunabilirse, belgelerde ve kalıntılarda yaşar” (Topçuoğlu, 1975: 52).

“Kültür, bir toplumu diğerinden ayırmaya yarayan, onun özelliğini temsil eden bir işaret gibidir. Onun için kültür birliği, ırk birliğinden, hudut birliğinden daha önemli bir özellik taşır (Topçuoğlu, 1975: 88). Bir milletin kültürü varsa o millet vardır, eğer kültür yoksa veya özünü yitirmişse o toplum kimlik değiştirir (Bingöl, 2010: 39).

Tylor’a göre: “Kültür, ya da uygarlık, bir toplumun üyesi olarak, insanoğlunun öğrendiği bilgi, sanat, gelenek görenek ve benzeri yetenek, beceri ve alışkanlıkları kapsayan karmaşık bir bütündür. Kültür, toplum, insanoğlu, eğitim süreci ve kültürel muhteva gibi değişkenlerin ve bunlar arasındaki karmaşık ilişkilerin bir bütünüdür” (Güvenç, 1970: 13).

Clarke, kültür kavramını şu şekilde açıklar; “Bir takım veya sınıfın kültürü, bir takım veya sınıfın özel ve anlaşılabilir yaşam tarzını, değerleri ve kurumlarda, toplumsal ilişkiler içerisinde, inanç sistemlerinde, gelenek ve göreneklerde objelerin kullanımında ve madde dünyasında bunların nasıl yapılandığı ile ilgili fikirleri kapsar (Ültanır, 2003: 301).

UNESCO tarafından düzenlenen Dünya Kültür Politikaları Konferansı Sonuç Bildirgesi’nde yer alan kültür tanımına göre “En geniş anlamıyla kültür, bir toplumu ya da toplumsal bir grubu tanımlayan belirgin maddi, manevi, zihinsel ve duygusal özelliklerin bileşiminden oluşan bir bütün ve sadece bilim ve edebiyatı değil, aynı zamanda yaşam biçimlerini, insanın temel haklarını, değer yargılarını, geleneklerini ve inançlarını da kapsayan bir olgu”dur (Oğuz, 2011: 128).

Morgalis 2001: “Nesilden nesile öğrenme yoluyla geçen (değerler, normlar, kurumlar ve ürünler dâhil) genel olarak organize yaşam tarzı”, “Sosyal etkileşimden doğan kalıplaşmış davranış”, “İnsanların bir toplumun üyesi olarak, sembolik etkileşim yoluyla edindikleri tüm davranışları ve ilgili ürünler”, “İnsan inançlarının semboller biçiminde gelişimi ve aktarımı”, “İnsanın faaliyetleri ve ürünleri bütününe genetik değil sosyal olarak aktarılan kısmı”, “Toplumun, yazılı olmayan kurallarına ve usullerine dayandığı şey “, “ Bir toplumun ya da kategorinin üyelerini diğerlerinden ayıran kolektif zihinsel programlama”, “ İçerdiği anlamlar ile toplumun üyeleri için bir yönlendirmeler dizisi sağlayan, öğrenilmiş, paylaşılan, zorunlu

ve birbiriyle ilişkili semboller dizisi”, “İnsan ırkının bütün toplumsal mirası”, “Toplumun hem zihni hem de maddi tüm bilgi ve uygulamalarının (yiyeceklerden giyime, ev hayatının tekniklerinden sınai üretim yöntemlerine, görgü kurallarından kitlesel medyaya her şeyi kapsayan) bir bütünü” olarak tanımlamaktadır.

Ülkemizde kültürü sistematik bir biçimde ilk tanımlayan Ziya Gökalp’tır. Gökalp kültür için “bir cemiyetin bütün fertlerini birbirine bağlayan, yani aralarında dayanışma husule getiren müesseseler kültür müesseseleridir, bu müesseselerin tamamı o cemiyetin kültürüdür” tanımını yapar (Gökalp, 1995: 11).

Kültür kaygan bir kavramdır. Tahlil edemezsiniz, çünkü unsurları sonsuzdur. Tasvir edemezsiniz çünkü bir yerde durmaz. Manasının kelimelerle belirtmeye kalktınız mı, elinizde havayı tutmuş gibi olursunuz. Bakarsınız ki, her yerde hava var, ama avuçlarınız bomboştur (Meriç, 1986: 9).

Tural’a göre; “Tarih bakımından varlığı kesin olarak bilinen bir toplumun, sosyal etkileşme yoluyla nesilden nesile aktardığı inanışların, kabullenişlerin, maddi ve manevi yaşayış tarzlarının yüksek düzeydeki bir bilişimi olan; sebebi ve sonucu açısından ise, bireye ve topluma, mensubiyet bilinci ve özel bir kimlik kazandıran; yaşanan çevreyi ve şartları değiştirme istek ve iradesi veren; zamanın ve ihtiyaçların doğurduğu; değer, norm ve sosyal kontrol unsurlarının belirlediği bir sistem” şeklindedir (Tural, 1988: 52).

Özer’e göre, kültürün insanın ortaya koyduğu, insanın içinde var olduğu tüm gerçeklik olduğu söylenebilir. ”İnsanın nasıl düşündüğü, duyduğu, yaptığı, istediği, insanın kendine nasıl baktığı, özünü nasıl gördüğü; değerlerini, ülkelerini, isteklerini nasıl düzenlediği hep kültürün öğeleridir. Bundan hareketle kültürü, bir anlamlar düzeni, bir semboller ağı ya da belirli bir toplumun genel hayat tarzını oluşturan bir ruh yapısını veya genelleşmiş bir ruh durumu ya da insanlar arasındaki her çeşit karşılıklı etkileşmeler, her türlü yapıp yaratma alışkanlıkları, bütün maddi ve manevi yapıt ve ürünleri yani toplumsal değerler sistemi olarak tanımlamak yerinde olacaktır (Özer, 1996: 76).

Tarihi ve toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere aktarmada kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünüdür (TDK, 1998).

Bir grup insan tarafından paylaşılan değer yargıları, ortak inanç ve davranış tarzları olarak tanımlanmıştır (Koçel, 2014: 379).



Güney; toplumu oluşturan bireylerin gerçekleştirdiği bir bütün olarak tanımlayarak kültürü toplumsal yapıtaşısı olarak görmektedir (Güney, 2000: 30). “Hangi özelliği ön plana çıkarılarak tanımlanırsa tanımlansın, kültür insanın ortaya koyduğu ve içinde insanın var olduğu tüm gerçekliktir (Uygur, 1984: 7).

“Kültür belirli bir toplumun karakterini meydana getiren fikirleri, bilgileri, bütün kültür sahalarının kapsayan ve onlara nüfuz eden inançları, tutum ve davranış tiplerini içeren bir sistemdir (Ülken, 1970: 185) ve insanın ne olduğunun cevabı içinde doğduğu kültürde cevap bulmaktadır. Çünkü insanoğlu yaşarken bazı değer, inanç ve sosyal ilişkileri öğrenerek toplumsal bir varlık haline gelmektedir. Ancak kültürün bu unsurları her bireyde aynı şekilde karşılık bulamaz. Yani bir toplumun her bireyi aynı kültüre aynı derecede nüfuz edemez (Bingöl, 2010: 41).

Kültür demek insan demektir hangi özelliği gözönünde bulundurulursa bulundurulsun kültür insanların mutlaka içinde olduğu bir kavramdır.

## **1.2. Kültürün Temel Özellikleri**

Kültürün tanımı açısından birçok farklılıklar yaşansa da; kültürün temel özellikleri hakkındaki görüşler uzlaşmaktadır.

Kültürün özelliklerinin belirlenmesi, kültür ile tam olarak ne ifade edilmek istendiğini ve kültür hakkında daha fazla fikir sahibi olunmasını sağlayarak insan davranışlarını yönlendirme etkisinin kavranmasını kolaylaştıracaktır (Mutlu, 2015: 28).

### **1.2.1. Kültür Öğrenilir**

Kültür, genetik kökenli olmayıp, her bireyin doğduktan sonraki yaşamı içerisinde geliştirdiği alışkanlıklardır yani kültür içgüdüsel ya da kalıtsal olmayıp, bireyin doğduktan sonraki yaşantısı içerisinde öğrenerek kazandığı davranışlardır. İnsanlar doğduğunda kültürden habersizdirler (Nuray, 2006: 56). Kültür öğrenildiği gibi aynı zamanda eğitimle de kazanılır. İnsanlar kendilerinden önce gelen insanların bilgi ve deneyimlerinden yararlanarak doğal çevrelerini yeniden yaratır ve medeniyetleşme sürecinde birey kültürünü öğrenir (İçli, 2002: 81).

### **1.2.2. Kültür Paylaşılır**

Kültürün, toplumların olduğu yerde ya da dönemlerde oluşması ve yaşamasıdır. Toplumdan bağımsız bir kültür düşünülemez, kültür insanlar tarafından yaratılır ve ortak bir biçimde paylaşılır (Sarı, 2006: 13). Belirli bir değer, inanış ya da özelliğin kültürel bir değer olması için toplumun büyük çoğunluğu tarafından paylaşılması gereklidir (Schifman ve Kanuk, 2004: 415). Paylaşılan inançlar, değerler, gelenek ve görenekler, anılar ve beklentiler aynı kültürde yetişen bireyleri birbirine bağlar. Kültür sürekli olarak değişiklik gösterse de belirli temel inançlar, değerler, dünya görüşleri, hayata bakış açıları, aile olma ve ocuk yetiştirme uygulamaları korunarak nesillerden nesillere aktarılır. Dolayısıyla kuşaklar arasında özel bir bağ oluşur (Atsan, 2006: 56).

### **1.2.3. Kültür Tarihidir ve Süreklidir**

Kültür statik bir özelliğe sahip değildir, yalnız değişim çok yavaş gerçekleşir. Bir kültürü oluşturabilmek için, bireylerin birlikte zaman geçirip, bazı belirsizlikleri sorunları ve bu belirsizliklerle sorunlarla baş edebilme yollarını birbirleriyle paylaşmaları gereklidir. Her kültürel sistem kendi bireylerini besler; kimin nerede, ne zaman, neyi, nasıl yapacağını ne yiyeceğini kültür tespit eder. Kültür mevzu bahis olduğunda akla ilk önce töreler gelir, nedeni de kültürün sürekliliği töreler tarafından gerçekleştirilir (Güvenç, 2003: 104).

### **1.2.4. Kültür Bütünleştiricidir**

Kültürü oluşturan öğeler karşılıklı etkileşim halinde olup kültür karmaşık bir bütündür. Doğal olarak kültürün bir unsurunda oluşabilecek bir değişim diğerlerini de etkileyebileceğinden, kültürün bir kısmının öğelerini ayırarak çalışılması mümkün değildir. Kısaca kültür tek faktörden değil bütünleyici özelliklerden oluşur (Mutlu, 1999: 14).

### **1.2.5. Kültür Semboliktir**

Kültür, paylaşılan değer, inanç ve davranış bütünleri olarak görülür ve büyük ölçüde sembollerden oluşan bir sistemdir. Semboller; dil, efsane, mit, ideoloji yoluyla aktarılan bir sistemdir. Bu sisteminde tanımlanması zordur. Nedeni de kültür her Şeyi ile gözlemlenebilir bir kavram değildir elle tutulamaz soyuttur (Atasan, 2006: 57).

### **1.3. Kùltürün Unsurları**

Kùltür kolay tanımlanamayan bir bütün olmaktan ziyade bir süreçtir. Kùltür, bilimsel alanda medeniyet, beşeri alanda eğitim sürecinin ürünü, estetik alanında güzel sanatlar, maddi ve biyolojik alanda çoğaltma, üretme ve yetiştirmedir (Terzi, 2000: 7). Her kùltür için inançlar, değerler, normlar semboller ve teknoloji gibi ortak evrensel unsurlar vardır ( Kayan, 2012: 6). Kùltürün temelini ideolojik unsurlar olan; düşünceler, inançlar, dünya görüşleri, felsefe oluşturur yalnız bu unsurlar üzerinde sosyolojik unsurlar olan; dil, din, ahlak, örf ve adetler, sosyal kurumlar ile teknolojik ve nesnel unsurlar olan teknoloji, mimari eserler, yönetim tarzlarının biçimlendirdiği söylenilebilir (Feyzioğlu, 2008: 14).

#### **1.3.1. Dil**

Dil; insanlar arasında anlaşmayı sağlayan doğal bir araç, kendine özgü kuralları olan ve ancak kurallar içinde gelişebilen canlı bir varlık olup, temeli tarihin bilinmeyen dönemlerin de atılmış bir gizli anlaşmalar düzeni, seslerden örölmüş toplumsal bir kurumdur (Ergin, 2008).

Dil, kùltürler arasında en belirgin farklılıktır belki de. Dil kültürel bir ayna gibidir ve temsil ettiği kùltürün içeriği ile niteliğini yansıtır. Toplumda tek iletişim aracı dil değildir ancak bir kùltürün düşünme yöntemini ifade eder ve bir derecede düşünceyi oluşturur. Bir toplumun dilini bilmek, o toplumun kùltürünün anlamının anahtarı olabilir.

Kavramlar ve kavramların yerine geçebilen sözcüklerle düşünölmür. Bu sebeple dilden soyut veya dille ilgili olmayan bir düşünce imkânsızdır. Yani dil ile düşüncenin birbirini tamamlayan bir yapısı vardır. Okuma, yazma, konuşma, dinleme gibi dille ilgili etkenlerin başarısı düşünsel bir süreci gerektirir. Dolayısıyla insan olmanın en etkili yollarından biri doğru düşünmek, doğru anlamak ve anlatırken doğru dili kullanmaktır (Sever, 1995: 54-55).

#### **1.3.2.Din**

Din toplumun kültürel gelişmesinde önemli bir role sahip olduğu gibi o toplumun gündelik yaşantısına büyük oranda yansımaktadır. Din kurallarını uygulayarak yaşayan ölkelerin sayısı azınlıkta olmasına rağmen, din konusunda bağımsız olarak yaşayan toplumlara da rastlamak oldukça zordur. Hıristiyanlık, Yahudilik, İslam, Hinduizm ve

Budizm gibi dinler dünyada temel olarak bulunmaktadır ve bu dinler değişen oranlarda yaşanmaktadır (Hodgetts ve Luthans, 1997: 128). Mendenhall vd. (1995: 84)' e göre; din kültürlerarası etkileşimde büyük öneme sahiptir. Hodgetts ve Luthans (1997:128); dinin yaşam tarzı, inançlar, değerler ve davranışları etkilediği, toplumda insanların birbirlerine ve farklı toplumlardaki insanlara karşı nasıl olacağı hakkında etkileri olduğunu belirtmişlerdir.

Din, hayat için gerekli idealleri belirler ve bu idealler de bireylerin ve toplumların değer yargıları ve davranışlarında kendini göstermektedir (Czinkota vd. 1996: 304). Mutlu (1999)' ya göre; genel olarak dinin toplumların davranışlarında hayati bir öneme sahip olduğu hissedilmekte olup toplumun tutum ve davranışlarında da alenen görüldüğünü savunmaktadır.

### **1.3.3. Değerler ve Tutumlar**

Değerler, bireyler tarafından içselleştirilmiş paylaşılan değerler veya grup kaideleri olarak ifade edilmektedir (Czinkota vd. 1996: 306). Değerlerin uygulamaları etkilediği vurgulanmıştır. Örnek olarak Amerikalıların iş yerinde eşitliğe verdiği değerlerin bu konudaki hassasiyetlerini arttırmış olup bu değerler onların yönetmeliklerine ve yasalarına yansımıştır. Ülkeler arasındaki farklılıklar en başta değer yargılarındaki farklılıklara işaret eder. Yine örnek verecek olursak bazı ülkelerde insanlara çabuk güvenileceği, bazı ülkelerde ise kolay güvenilemeyeceği bir değer yargısı olarak kabul edilir.

Tutumlar, değerler çerçevesinde alternatiflerin değerlendirilmesi olarak tanımlanmıştır. Olaylara ve nesnelere karşı bireylerin belirli bir şekilde hareket etme ve hissiyat eğiliminde olma durumlarını tutum olarak açıklamışlardır. Değişime karşı insanların nasıl bir tutum sergileyeceği belirsizdir, farklılıklar gösterebilir. Örneğin, Japonların yabancılara karşı görünmez bir duvar örmeleri en güzel örneklerdendir. Değişim bazı toplumlarda doğal karşılanırken bazı toplumlarda daha şüpheli olarak karşılanmaktadır. Uluslararası yöneticiler ve firmalar açısından bakıldığında, değerlerin ve tutumların din gibi çok daha derin köklere dayandığı durumlarda daha temkinli davranılması gerekmektedir (Czinkota vd. 1996: 306).

Değerlerden ortaya çıkan tutumların işletmecilik faaliyetlerini direkt olarak etkilediği belirtilmiştir. Dolayısıyla çeşitli ülkelerle yapılacak her türlü faaliyetin planlanmasında ve uygulanmasında o ülkelerin değer yargılarını ve buna bağlı tutumlarını anlamak ona göre planları hayata geçirmek gereklidir.

## **1.4. Kültürün Bileşenleri**

Literatürde pek çok yazar kültürü farklı bakış açısıyla ele almıştır. Kültürün evrensel bir tanımının olmamasında kültürün çok bileşenli bir yapıya sahip olması etkilidir. Kültürün görülebilir bileşenleri ritüeller, kahramanlar, semboller olup değerler ve uygulamalar görülemeyen bileşenleridir. Değerler, davranışlarda belirginleşinceye kadar somut hale geçmezler. Bu durumda semboller kültürün en yüzeysel bileşeni değerler ise en derin bileşeni olarak kabul edilmektedir (Hofstede, 2001: 11).

### **1.4.1. Semboller**

Yalnızca aynı kültürü paylaşan kişiler tarafından anlaşılabilen karmaşık anlamlar taşıyan kelimeler, işaretler ve nesnelere dir. Bir dilde yer alan jargon bu kategoriye girmektedir. Kültürlerde yeni semboller çabuk bir biçimde geliştirilebilirken eski sembollerde kolaylıkla ortadan kalkabilmektedir (Hofstede vd., 2010: 7).

### **1.4.2. Kahramanlar**

Bir kültür içerisinde çok fazla takdir gören ve bu sebepten davranış modeli olarak kabul edilen yaşayan veya ölmüş, hayali ya da gerçek yiğit kişilere kahraman denir. Fransa'da Asterix, Amerika'da Charlie Brown veya Snoopy, Türkiye'de Keloğlan gibi çizgi film karakterleri gerçek ya da hayali kültürel kahramanlar olarak görülür (Hofstede vd., 2010: 10).

### **1.4.3. Ritüeller**

Ritüeli, dini bir inanç gibi benimsenmiş alışkanlık, bireylerce kutsallaştırılmış davranışlar ve davranış şekilleri olarak tanımlanmaktadır (<http://rituel.nedir.com/> Erişim: 27/07/2016). İstenilen verilere ulaşılabilmesi sürecinde tekniksel olarak gerekli görülmesi de, bireyleri bütünlük içinde tutması sebebiyle, kültürler arasında çok önemli kabul edilen ortak etkinliklerdir. Ritüellere tuvalet eğitimi, selamlama biçimleri, sosyal ya da dini kurallar veya başkalarına saygı gösterme gibi örnekler gösterilebilmektedir (Hofstede vd., 2010: 10).

### **1.4.4. Değerler**

Yaşamın ilk dönemlerinde elde edilir. Diğer canlılarla kıyaslandığında, insanoğlunun doğum anından sonra yaşamına devam edebilmesi için yeterli donanıma sahip olmadığı insan psikolojisinin bireyin yaşamının ilk on iki yılı boyunca, bireyin ihtiyaç duyduğu bilgiye çok hızlı ve bilinçsiz bir şekilde ulaşabildiği bir dönem sunulduğu belirtilmektedir (Hofstede vd. 2010: 10).

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. KÜLTÜREL FARKLILIKLAR

#### 2.1. Kültürel Farklılıklar

Kültürel farklılık; toplumları birbirinden ayıran kültürel özelliklerin tümüne denir. Bir toplumda kültürel grupların farklı olması o toplumun kültürel yönden zenginliğini ifade eder. Kültürel farklılıklar hoşgörüyle, anlayışla, empatiyle geliştirilip zenginleştirilebilir (<https://www.msxlabs.org/> Erişim: 28/07/2016).

İnsanlar çeşitli yönlerden birbirinden farklılaşan birey, millet, toplum, bir grup ve kültürün mensupları olarak hayatlarına devam etmekte olup doğdukları andan itibaren belirli sosyalleşme ve eğitim süreçleri içerisinde yetişmekte ve yetiştirilmektedir. İnsanlar, toplumlar, uluslar ve kültürler arasındaki ilişki ve etkileşimler küreselleşme ile birlikte artmış olsa da toplumların duygu, düşünce, yaşam ve davranış çeşitlilikleri varlığını devam ettirmektedir (Şişman, 2002: 43). Toplumlardaki kültürel farklılıklar bilinçli bir şekilde korunmaktadır. Toplumların kendilerine özgü şartlarına göre evrensel temel değerleri içerir ve sürekli bir öğrenme süreci içerisinde (Düren, 2007: 87).

Sargut (1994); kültürel boyutlar açısından bakıldığında özellikle doğu ve batı toplumları arasında önemli farklılıklar olduğunu belirtmektedir.

İnsanın doğası gereği, insanlar arasındaki ilişkiler, çalışma yöntemleri, zaman ve mekân algılayışları, ilgi alanlarına yönelik toplumsal özellikler farklılaşmaktadır. İnsanın doğasını kötü gören toplumlarda insanlar birbirlerine zor güvenir, insanın doğasını iyi gören toplumlarda insanlar birbirlerine daha kolay güvenebilir gibi örnekler verilebilmektedir. Doğa ile ilgili ilişkilerde uyum sağlama, egemen olma veya doğaya teslim olma gibi özellikler açısından farklılık gösteren toplumların yaşam tarzları ve hayata bakışı da birbirinden farklıdır. Bu tespitlerin bütünü, toplumsal olguların arasında o topluma özel sosyo-kültürel öğelerin olduğunu bu sebeple kültürlerin pek çok alanda benzerliklerinden ziyade farklılıklar gösterdiklerini; dolayısıyla bu farklılıkları anlamanın kültürlerarası iletişimi kolaylaştıracağına işaret etmektedir. Kültürler birbirlerinden sosyal miras, gelenek ve görenek, yaşam tarzı, idealler, değerler ve davranışlar, kişisel psikoloji olarak, oluşum kökeni bakımından, fikir, düşünce ve sembol olarak birçok alanda farklılık gösterebilmektedir (Kayan, 2012: 11).

Amerikan Antropolojist Edward Hall yüksek bağlam kültürleri ve düşük bağlam kültürleri adı altında bir ayırım yapmıştır (Erdem ve Günlü, 2008: 4).

Hall'e göre (1976); geniş yani yüksek bağlamlı kültürlerde, kişiler birbirleriyle doğrudan konuşmazlar imalı konuşmayı tercih ederler. Bireyler arası ilişkiler duygusal boyutta olup ilişki kurulan bireylerin kişiliğine yönelik ilişkilere daha eğilimlidir. Yüksek bağlamlı kültürlerde bireyler arasındaki bağlar göreceli olarak oldukça güçlü olduğundan bireysel çıkarlar kişilerarası ilişkilerin sürmesi uğruna feda edilebilir (Gencer, 2011:193). Yüksek bağlamlı kültürler Asya, Japonya, Güney Avrupa, Orta Doğu, Latin Amerika, Afrika ve Akdeniz çevresindeki ülkelerini örnek verebiliriz. Bu ülkelerde yanlış anlaşılma hemen hemen imkânsızdır. Yüksek bağlamlı kültürlerde neredeyse bir kelime birbirini anlamak için yeterli olmaktadır. Dolayısıyla bu kültürü yaşayan kişilere soru sorulduğunda açık ve net bir yanıt alınması mümkün değildir. Altında yatan manayı araştırmak gerekmektedir. Bu sebepten "evet" kelimesi "evet" de olabilir diğer taraftan "evet" ya da "hayır" da olabilir. Yüksek bağlamlı kültürlerde mesajın verildiği ortam mesajdan daha önemlidir. Alıcı asıl anlatılmak isteneni anlayabilmek için, ortamsal özelliğe ve mesajın nasıl verildiğine dikkat etmektedir (Erdem ve Günlü, 2008: 180).

Dar bağlamlı yani düşük bağlamlı kültürlerde ise bireyler birbirleriyle doğrudan ve açık iletişimi tercih ederler. Dar bağlamlı kültürlerde bireyler arasındaki kontaklar hassastır, kırılmandır. Yanlış anlaşılmalardan sakınmak için her şey olabildiğince açık bir biçimde ifade edilmeye çalışılır. Bireyler arasındaki bağlantılar kırılman olduğu için bireyler ilişkiden memnuniyet duymuyorsa ilişkiler çok kolay bozulabilir. Dar bağlamda kültürler Kuzey Batı Avrupa, Kuzey Amerika, Avustralya ve Yeni Zelanda'yı örnek olarak verilmektedir. Dar bağlamdaki kültürlerde yazılı kelime önemli, içeriğe vurgu önemli, doğrudan iletişim önemli, sözlü ve dürüst yanıtlar önemli olup sözlü anlaşmalar bağlayıcı değildir

Hofstede (2001)'e göre, yüksek bağlam/düşük bağlam ayırımı geleneksel/modern kültür ayırımı olarak da ifade edilebilir. Çünkü yüksek bağlamlı iletişim daha çok geleneksel kültürlerde, düşük bağlamlı kültürler ise modern kültürlerde görülür.

Sargut (1994)'te benzer bir saptama yapmıştır. Sargut, Doğu ve Batı kültürlerinin farklı iletişim metodları kullandıklarını; batı kültürünün somut, net, ölçülebilir ve nesnel kavramları oysaki Doğu kültürlerinin soyut, niteliksel ve öznel içerikli iletişim modelini kullandıklarını ifade etmiştir (Erdem ve Günlü, 2008: 180).

Türk kültürü ise yüksek bağlamlı iletişim modeline daha yakındır (Sargut, 1994: 143).

## 2.2. Kültürel Farklılıkların Sonuçları

Bireylerin değer yargıları, davranışları, davranış biçimleri ve olayları yorumlama şekilleri genelde yaşadığı toplumun kültürel özelliklerinden etkilenerek şekillenir. Bireylerden beklenen davranışlar, gelenek ve görenekler, toplum tarafından hoş karşılanmayan özellikler, normlar, konuşma tarzı, eğitim öğretim sistemleri, hayat standartları ve daha pek çok konuda birbirlerinden farklılık göstermektedir (Trompenaars ve Hampden-Turner, 1997: 78).

Bu sebepten dolayıdır ki değişik kültürlerden olan insanların farklı dil, din, inanç değer ve davranış hallerine sahip olmaları kadar doğal bir şey yoktur.

Kültürün etkisi insanlar üzerinde çok güçlüdür bir böceğin bile toplumdan topluma nasıl farklı algılandığı örnek olarak verilebilir. Kültürün insan davranışlarına ne kadar etkili olduğuna dair mimiklerin ve konuşma tarzlarının çok büyük etkisi vardır; herhangi bir kültürde çok normal hoş gelebilen bazı mimik hareketleri başka bir kültürde insanları rahatsız edebilir yanlış anlaşılmalara neden olabilir ve hatta olası bir işbirliği imkânsız bir hale gelebilir (Earley ve Mosakowski, 2004: 67).

Stephens ve Greer'in (1995)'teki çalışmalarında, kültürün insanların anlama, yorumlama ve çalıştıkları kişileri değerlendirme noktasında büyük bir etkisinin olduğunu savunmuşlardır. Karar verme, yönetim şekilleri, takım çalışması, kişiler arası güven, giyim tarzı ve kadının iş yerindeki rolü gibi pek çok konuda etkili olduğunu ortaya koymuşlardır (Stephens ve Greer, 1995: 39-55).

Parker (1998)'e göre, kültürün insanların davranış biçimlerine yansması ve olaylara karşı verdiği tepkinin yanı sıra ülkelerin politik ve ekonomik sistemlerinin oluşturulmasında, kaynakların dağıtılmasında, endüstrileşmede ve görev tanımlarının nasıl tasarlandığı konularında da büyük öneme sahip olduğunu ifade etmiştir (Parker, 1998: 16).

Kültürel farklılıklar bireylerin düşünce, fikir, tutum ve davranışlara yansıdığını çok net bir biçimde ortaya koymuştur. Farklı kültürlerden kaynaklanan farklı fikir, düşünce, tutum ve davranışlar, yaşam tarzları bireyler arasında çatışma ve uyumsuzluk yaratmasının yanı sıra aynı zamanda yaratıcılık ve yenilikçiliği de teşvik etmektedir.



### 2.2.1. Kültürel Farklılıkların Olası Olumlu Sonuçları

Kuramsal ve örgütsel çalışmalar, gerek gruplar gerekse örgütler üzerinde kültürlerarası farklılıkların çeşitli alanlarda faydalar sağlayabileceğini ortaya koymuştur. Farklı kültürlerden oluşan gruplar üstünde yapılan çalışmalarda kültürel farklılıkların performansı olumlu yönde etkileyeceği görülmüş ve bazı saha çalışmalarıyla bu neticeler desteklenmiştir (Adler, 1986: 233). Örneğin Elron (1999) kültürel farklılıkların üst yönetimin performans değerlendirmesinde olumlu katkı yaptığını, Watson vd. (1993) farklı gruplardan gelen kişilere yaptığı araştırmada, söz konusu grupların olaylara bakış açısında ve olayları değerlendirmede farklı bakış açıları ve farklı alternatifler üretebilmede benzer kültürlerden oluşan gruplara kıyasla daha iyi ve yaratıcı olduklarını, DiStefano ve Maznevski (2000) farklı kültürlerden oluşan grupların örgütle ilgili sorunlara yaklaşımları ve çözüm üretmek konusunda çok büyük potansiyele sahip olduklarını, Dalyan (2004) ise çok kültürlü grupların olumsuzluklara rağmen birçok üstünlükleri olduğunu yine çok kültürlü gruplarda yaratıcılığın üst düzeyde olduğu bu durumda doğru kararlar alınmasına yardımcı olduğunu bunların yanında etkin ve daha verimli sonuçlar elde edildiğini, savunmuşlardır. Kültürel farklılığın gruplara sağladığı en önemli üstün özellik ise çok sayıda, farklı iyi fikirlerin ortaya çıkabileceği ortamlar yaratması olmuştur (Dalyan, 2004: 103).

Çok kültürlü takımların başka bir faydası ise takım üyelerinin birbirlerini sorgular olması, kendi fikir ve düşüncelerini rahatlıkla konuşabilmeleri diğer üyelerde farklı gördükleri fikirlerin önerilmesinde yardımcı oldukları ve farklı fikirlerde olan üyelerin düşüncelerini değiştirebilmeleri için ikna edebilmelerinin gerekli olduğudur. Bu durum, çok kültürlü olmayan takımlarda, takıma uyum, fikir birliği, görüş ve düşüncelere itiraz edememe, alınan kararların sorgulanamaması gibi bir çeşitli grup hastalıklarına yol açabilmektedir. Çok kültürlü takımlarda bunun olma ihtimali oldukça zayıftır. Bu durum çok kültürlü takımlarda karar alma konusunda her ne kadar yavaş olsa da kararların doğru alınması ihtimali ise oldukça yüksektir (Kayan, 2012: 11).

Çok kültürlü organizasyonlar tek kültürlü organizasyonlara göre ileri düzeyde yaratıcı ve yenilikçi özelliğe sahip olduklarından dolayı farklı kültürlerde olan müşterilere hizmet ve ürün sunma konusunda daha avantajlı bir pozisyonda olmaktadır. Özellikle yüksek teknolojiye dayalı gruplarda, farklı kültürlerden gelen farklı özellik ve becerilere sahip insanların değeri paha biçilemez olacaktır. Dolayısıyla bu farklılıklar sayesinde yaratıcılık gelişecektir. Çok kültürlü örgütler değişime daha hızlı uyum sağlayarak örgütsel beceriye sahip olabilmelerin yanında çok iyi problem çözme yeteneğini de beraberinde

getirmektedir. Kültürel farklılıklar, bilinçli bir biçimde yönetilirse gruplara ve örgütlere pozitif etki etmemesi olanaksızdır. Değişen gelişen dünyada rekabetçiliğini arttırmak isteyen örgütlere, rekabetçi avantajlar sağlayacağı olasıdır. Anlama konusunda hatırı sayılır bir çalışma yaparak stratejik bir yönetim uygulama gerekmektedir. Aksi takdirde kültürel farklılıklar her şartta pozitif sonuçlar doğurmayabilir (Yeşil, 2009: 119).

### **2.2.2. Kültürel Farklılıkların Olası Olumsuz Sonuçları**

(Hall (1995)'e göre farklı kültürlerden oluşan iş örgütleri arasındaki ilişkiler kültürel farklılıklar nedeniyle başarısızlıkla sonuçlanabilmektedir. Bunun en önemli nedenlerinden birisi kültürel farklılıkların neticesinde ortaya çıkan sorunlardır. Farklı toplumlardan gelen insanların bir arada bulunduğu ortamlarda çeşitli sorunlar ortaya çıkabilmektedir (Yeşil, 2009: 237).

Dalyan (2004) farklı kültürlerden oluşan takımlarda kültürel farklılıkların bütünleşememe, algıda eksiklik, peşin hükümlü olma ve bunların yanında önemli derecede iletişim sorunlarının ortaya çıkabileceğini belirtmiştir. Kültürel farklılıkların iş ortamında yanlış anlaşılmalara, kuşku duyma, geç kalma, kalitesiz üretim, düşük moral ve rekabet kaybına sebep olacağını ifade etmiştir (Bassett-Jones, 2005: 169). Kültürel benzerlikler bireyler arasındaki etkileşimi kolaylaştırırken Harrison (t.y.) kültürel farklılıkların zorlaştırıcı bir rol aldığını literatürde belirtmiştir (Adler, 1986: 233).

Bakan (2003) kültürlerarası farklılıklar bireylerin, grupların ve örgütler arası iletişimin sağlıklı bir şekilde yol almasına engel olduğunu bunun yanı sıra yapılan araştırmalarda uluslararası çevrede faaliyet gösteren firmalarda yaşanan problemlerin altında yatan en önemli sebeplerden birinin iletişim sorunu olduğunu dolayısıyla bu sorunda daha çok kültürel farklılıklardan kaynaklandığını ifade etmiştir.

Literatürde de bu konuyla alakalı olarak farklı kültürlerden insanların oluşturduğu gruplarda iletişim probleminin yaşanılmasının kaçınılmaz olduğu belirtilmektedir (DiStefano ve Maznewski, 2000: 54).

Bu söylemlerden yol alınacak olunursa farklı kültürlerden oluşan insanların bulunduğu ortamlarda iletişim sorunlarının olma olasılığının daha yüksek olduğunu anlamak zor olmayacaktır.

Mutlu (1999)'a göre birbirlerine benzer toplumların iletişim kurması çok daha kolay ve olumlu iken farklı toplumlarda bu durum daha zor ve olumsuz olabilmektedir. Farklı kültürlerde insanların problem yaşama ihtimali daha yüksektir.

İnsanlar genellikle kendi kültürüne daha yakın insanlarla iletişim kurmayı tercih etmektedirler. Kendi kültüründen olan insanlara daha çok yakınlaştıklarını belirtmektedir (Adler, 1986: 233). Hatta farklı kültürlerden insanların bir arada olduğu takımlarda “biz” ve “onlar” türünden tavırların gözlemlendiği, dolayısıyla bu durumun bir ötekileştirme problemine neden olma olasılığının yüksek olduğu ifade edilmiştir (DiStefano ve Maznewski, 2000: 54).

Farklı kültürlerin birlikte olduğu toplumlarda çatışmaların ortaya çıkma ihtimali daha yüksekken yine aynı bağlamda farklı kültürlerden biraraya gelen gruplarda karar alma, beklentilerin önceliği ve bilgi paylaşımı gibi konularda anlaşmazlıklar çıkabilmektedir (Asunakutlu ve Safran, 2004: 33-37).

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. İLETİŞİM

#### 3.1. İletişim Kavramı ve Önemi

İletişim tarihi, insanlık tarihi kadar eskidir. İnsanoğlun varolması ile birlikte oluşan iletişim sonucunun temelinde paylaşma ihtiyacının giderilmesi vardır. Paylaşma ihtiyacının giderilmesi ilk çağlardan bu yana günümüze kadar süregelmektedir. Bir av öyküsünü başkalarına anlatabilmek için ilk çağ insanın duvarlara çizdiği resimleri, başarılı geçen bir avdan sonra insanların biraraya gelerek ateşin etrafında yaptığı danslar, komşu kabilelerle haberleşmek için gönderilen dumanlar, gemicilere yol gösteren fenerler, ressamın tuvaline yansıttığı renkler, çizgiler, semboller, bestecinin notalarla buluşmasından ortaya çıkan birçok duyguyu yansıtan besteler, sinemacının düşüncelerini belgeleyen filmleri, balerinin duygularını yansıttığı hareketleri, gitaristin notaları, dans eden çingene kızının hareketleri, pandomimcinin gizemli jest ve mimikleri; hepsi ve daha fazlası paylaşma ihtiyacının giderilmesi için başvurulan yöntemlerdendir (Türkçebilgi, 2016). Görüldüğü gibi insanların bilgileri paylaşmak, kendilerini ifade etmek için çıkardıkları bu sesler zaman içinde daha anlamlı ve sistemli ortak yapılar haline gelmiştir. Böylelikle farklı coğrafyalarda farklı diller oluşmuş ve dildeki sözcüklerin, duyguların, düşüncelerin belirli işaretlerle; kâğıda, taşa, toprağa, duvara, tahtaya, notaya vb. dökülmesiyle de yazı doğmuştur. Bütün bunlar insanoğlunun birbirlerini anlamak ve anlaşılabilirlik için gösterdiği emeğin bir meyvesidir ve iletişimin insanlar için nasıl vazgeçilmez bir olgu olduğunun delilidir (Mestav, 2014).

İletişim kelime olarak İngilizce ve Fransızca “communication” kavramından yola çıkarak ilk yıllarda haberleşme olarak tanımlanmıştır. Daha sonraki yıllarda haberleşmeyi de kapsayacak biçimde “iletişim” olarak bahsedilmeye başlanmıştır. İletişimin Latince karşılığı da “communico” kelimesi olup “paylaşma, ortaklaşma” anlamına gelir. Paylaşma ve ortaklaşma anlamlarından yola çıkılacak olunursa iletişimin temel olarak yalnızca mesajları aktarmaktan ziyade, toplumsal olarak da bir etkileşimi içerdiğini söylenilebilmektedir (Zillioğlu, 2007: 22).

İnsan toplumsal bir varlık olduğu için sürekli çevresiyle etkileşim halinde olma ihtiyacı içerisindedir. İnsanların biyolojik bir varlıktan toplumsal bir varlığa dönüşmesini sağlayan en önemli öge iletişimdir denilirse yanlış ifade edilmiş olmaz. İnsanlar için kendini dış dünyaya hazırlamak, çevresindekileri anlamak, kendini hayata hazırlayacak bilgileri edinmek doğduğu andan itibaren iletişim kanalıyla gerçekleşmektedir. Örnek olarak çocuk

hangi davranışın uygun olup olmadığını, neyi yapıp, neyi yapmaması gerektiğini daha ilk yıllarda çevre ve anneyle kurduğu iletişim yoluyla edinmektedir. Çevresiyle iletişim halinde olan bir çocuk bazen gerçekleştirilen küçücük bir gülümseme ya da bir azarlama veya çok sevdiği bir oyuncuğu bir yakınının almasından dolayı duyduğu mutluluk belkide o davranışın ömür boyu çocukta yer etmesine neden olabilmektedir. Bu vesileyle çocuk ilk yıllardaki iletişim çabalarıyla ailesi yada toplum için hangi davranışların uygun hangi davranışların uygun olmadığını benimsemeye başlar. Yaşamak da başlı başına etkileşim faaliyetlerini kapsayan bir olgudur. İnsanlar yüzyıllardır içselleştirdiklerini bir şekilde etrafına ve diğer kuşaklara aktarmaktadır. İnsan çevresinden sürekli mesajlar alır ve çevresine sürekli mesajlar verir bu durum etkileşim ihtiyacından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla bu durum insanın devamlı kendini yenilemesine ve daha önceki kuşaktan daha fazla kapasiteyle dünyaya bakmasına yol açmaktadır. Dünyanın sürekli olarak yenilenen hali bilgiye ulaşma çabası ve ihtiyacı insanın diğer insanlarla iletişim halinde olma gereksinimini de beraberinde getirmiştir. Çevresiyle iletişim halinde olan insan çevresini değiştirmiş, çevrede karşılıklı olarak insanı ve kendinden sonraki kuşakları değişime uğratmıştır. Bu çift yönlü iletişim yaşam boyu sürer gider (Güngör, 2011: 36).

İnsan hayatı boyunca zekâsını, kişiliğini, kültürünü, birikimini, değerlerini, yaşam tarzını iletişim alışkanlıkları ve iletişim çabalarıyla ortaya koyar. Duygu ve düşüncelerini fikirlerini diğer insanlarla iletişim yoluyla paylaşır. Denilebilir ki beşikten mezara kadar iletişim bizimledir ve yaşamsal bir ihtiyacımız olan hava kadar bir ihtiyaçtır (Türkçebilgi, 2016).

Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğüne göre iletişim; duygu ve düşüncelerin akla uygun bir biçimde başkalarına aktarılması, bildirim, paylaşım ve haberleşme olarak tanımlamıştır (TDK, 2016).

İnsanların psikolojik ihtiyaçları neticesinde hayatları boyunca varlıklarını bilmek ve bu varoluşun farkındalığının kendisine bildirilmesi gereksinimi vardır. Bu gereksinim içerisinde insanlar çeşitli iletişim yollarını tercih etmek zorundadırlar. Her türlü iletişim insanların psikolojik ihtiyaçlarının neticesinden doğmaktadır. İnsanın kendini bilmesi, kendini tanıtmayı ve kendini değerlendirmesinde iletişim boyutları büyük önem arz etmektedir. Kişiler arası iletişimde literatürdeki tanımların ortak noktası iletişimin psikolojik nitelikte bir bilgi alışverişi olduğu doğrudur.

Bunun yanında iletişim ile ilgili başka tanımlardan bahsedilecek olunursa:

İnsanoğlunun olduğu her ortamda, kişiler, takımlar ve türler arasında karşılıklı olarak gerçekleşen, iletilerin değiş tokuşudur (Tuna, 2012: 5).

Belirli kişilere, belirli bilgi, düşünce ve tutum ve değerleri kazandırmak maksadıyla iletişim yardımıyla bir durum veya olayla ilişkili bilgi, düşünce ve hislerin aktarılması sürecidir ( Kaya, 1985:1).

Mesaj gönderen ve mesajı alan arasındaki bilgi değiş tokuşu ve bu süreç içerisinde olan kişilerin geri bildirim neticesinde anlam çıkarmasıdır (AÖF, 2012).

Semboller yardımıyla duygu, düşünce, fikir, bilgi ve kültürün aktarıldığı bir süreçtir (Tutar ve Yılmaz, 2003: 34).

Bilgi, düşünce, duygu, değer, tutum ve tanılarla, davranış şekillerinin gönderici ile alıcı arasındaki bir ilişki kanalıyla bir insan ya da insanlardan diğer insanlara çeşitli kanallar kullanılarak, anlam üzerinde ortak bir bağlamda buluşulan semboller aracılığıyla değişimi ve iletilmesi sürecidir (Yaman, 2016).

İletişim bir toplulukta veya bir grupta neredeyse hayati öneme sahip sosyal açıdan da olmazsa olmaz nitelik taşıyan bir olgudur. İnsanlar sosyal ve kültürel çevrede sağlıklı ve mutlu bir hayat sürdürmek için iletişim kurmak zorundadır. İletişim olmazsa olmaz hayatın vazgeçilmez bir gerekliliğidir. Ayrıca iletişim kişilerin psikolojik ve bedensel ihtiyaçlarını giderebilmesi için gereklilik arz etmektedir. Toplumsal kaideleri ve kuralları sağlıklı bir şekilde sürdürebilmek için gereklidir (Türkçebilgi, 2016).

İnsanların nefes almaya, havaya ne kadar ihtiyacı varsa aynı oranda da iletişime ihtiyacı vardır. Bu da demek oluyor ki nefessiz kalan bir insanın yaşadığı olumsuzlukları iletişimsiz kalan insanların yaşadığı olumsuz sonucu kadardır denilebilmektedir. Yani insanlar iletişim kurmadan yaşayamazlar. İletişim her zaman ve her yerde mevcuttur. Hayatımızın her evresinde başrolüdür. Hayatın her döneminde güzel ve etkili iletişim yaşamımıza zenginlik ve mutluluk katar. Eğer etkili bir iletişiminiz varsa; kendi kendinize bakış açınız değişir ve gelişir, diğer insanların size olan bakışı değişir, güzelleşir ve iyileşir, insan ilişkileri konusunda bilgi dağarcığınız sürekli artar, sizin için önemli hayati becerilerinizin farkına varırsınız, mesleki anlamda iş yerinizde başarılı olmanızda yardımcı olur, gün geçtikçe gelişen globalleşen farklılaşan dünyada dolaşabilmenize yardımcı olur (Yaman, 2016).

İyi bir iletişim için insanlara değer verilmeli, tanıştırıldığı anda anda isme dikkat edilmeli, gülümsenmeli, sıkı tokalaşılmalı, insanlar değiştirilmeye çalışmamalı, insanlar olduğu gibi kabul edilmeli, değişiklikler hoş görülebilmeli benzerlikler avantaja dönüştürülebilmeli, yersiz eleştiriden uzak durulmalı, suçlayıcı olunmamalı ve en önemlisi sakin ve sabırlı olmaya gayret gösterilmelidir.

“Anthony Robbins diyor ki; İletişim güçtür, iletişimi etkili kullanabilenler, kendilerinin dünya deneyimlerini ve dünyanın onlar üzerindeki deneyimlerini değiştirebilirler”. Yine iletişimle ilgili Wolfgang Van GOETHE “ İnsanlar karşılıklı olarak birbirlerinden ne beklediklerini alenen söyleseler, belki de hayatta daha karlı ve daha memnun olurlardır (reitix, 2016).

## **3.2. İletişim Mesajlarının Veriliş Biçimi**

### **3.2.1. Açık İletişim**

Kişinin iletmek istediği mesajı doğrudan eğip bükmeden direk olarak karşısındaki kişiye ifade etmesidir. Bu iletişimde net ifadeler kullanılır, verilmek istenilen mesaj anlaşılır ve net olmalıdır. İletilmek istenilen mesaj başka anlamlara çekilemeyecek kadar açık olmalıdır (Dökmen, 2016, 2).

### **3.2.2. Kapalı İletişim**

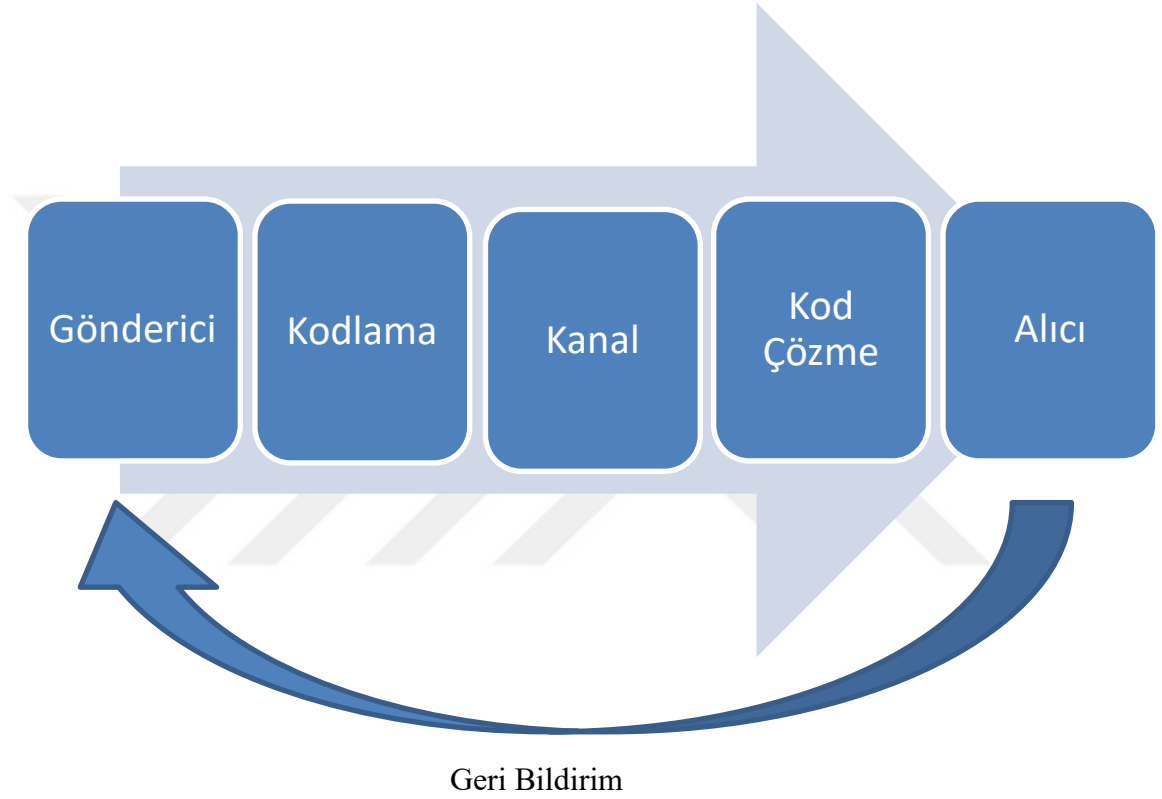
Kişinin iletmek istediği mesajı dolaylı yollarla ifade etmesidir. Kişi bu iletişimde vermek istediği mesajı net olarak vermez; asıl mesajı dolambaçlı yollarla, imalarla veya kelime oyunları ile gizleyerek verir (Dökmen, 2016, 2).

## **3.3. İletişim Süreci ve Öğeleri**

Yaşamımızın büyük bir kısmını okumak, dinlemek, konuşmak, yazmak gibi faaliyetlerle geçirmektediriz. Sözlü ve sözsüz olarak ortaya çıkardıklarımızın yanı sıra vücut hareketlerimiz, mimiklerimiz, ses tonumuz, kullandığımız araç gereçler, insanlarla olan diyaloglarımız, düşünce ve tutumlarımız, giydiğimiz kıyafetler, içinde bulunduğumuz çevre düzenimiz ayrıca bir iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. İçinde bulunduğumuz duygu ve düşünceler, duygulara bağlı olarak ses tonumuz, izlediğimiz herhangi bir tv programı, dinlediğimiz müzik tarzı, vb. iletişimin niteliğini farklılaştırabilmektedir. İletişim dinamik bir süreçtir. İletişim süreci karşımızdaki kişileri ikna edebilmek, bilgilendirmek, yönetmek, eğlendirmek, farkındalık yaratmak gibi amaçları ifade etmektedir. İletişim çabası neticesinde

insanlar güzel şeyler duymak, takdir edilmek, farkındalık yaratabilmek ve övülmek gibi ödülleri elde etmek ister. Esasında iletişimi yalnızca mesajı gönderen ve alan arasındaki etki sürecine indirgemek, iletişimin önemini azaltmaktadır. İletişimin her evresinde temel olan hangi düzeyde gerçekleşirse gerçekleşsin ortaklaşma, haberleşme ve paylaşımıdır (Lazar, 2001: 49).

İletişim sürecini daha anlamlı kılmak adına iletişim sürecinin temel öğelerinden bahsetmek gerekir.



**Şekil 1.** İletişim Sürecinin Öğeleri

**Kaynak:** AÖF, 2010, s. 1



### **3.3.1.Kaynak (Gönderici)**

Gönderici iletişimi başlatan aktif taraftır. Karşısındakine iletiyi gönderir ve karşılığında alıcının geri bildirimine muhatap olur. İletim sürecinin başlamasıyla vermek istediği mesajı hem kendinin hem de alıcın anlayabileceği bir biçimde kodlar. Gönderici bir kişi, bir grup, bir kuruluş ya da bir şirket olabilir (Yaman, 2016).

İletişim sürecinin başlamasını sağlayan gönderici karşı tarafı çeşitli iletişim ögesi olarak tanımladığı bir kaynakla etkilemek çabası içindedir. Kaynaklar çok çeşitlidir; bir televizyon, bir cep telefonu, bir konferansta konuşmacı, bir ressam, bir ses sanatçısı, bir müzisyen, ya da bir köşe yazarı olabilir. Kaynak konumundaki kişiler her türlü ortamda çeşitli kaynaklar yoluyla aktardıkları düşünceleri hedefteki kişileri etkilemek amacıyla kullanır. Kaynağın etkin kullanılabilmesi için belirli özelliklere sahip olması gereklidir. Kaynağın göndereceği mesajın nasıl kodlanacağını, kodlamada kullandığı işaret ve sembollerin anlamını alıcının biliyor olması gereklidir. Gerektiği şekilde kodlanamayan bir mesaj iletişim sürecini çıkmaza sokar. Farklı dillerde konuşan bir takıma bir mesaj gönderileceği vakit o takımın dille alakalı kurallarını biliyor olmak gereklidir. Dil özelliklerinin yanında göndericinin mesajı yollarken hedefine ulaşması için kullandığı beden dili, jest ve mimikler gibi iletişim becerilerini etkili bir şekilde biliyor olmak gereklidir. Kaynağın hedef tarafından biliniyor olması mesajın alıcıya etkin bir biçimde ulaşması bakımından oldukça önemlidir (Tuna, 2012: 7).

İletişimin daha kaliteli olabilmesi için kaynağın; ne söylüyoruz, nerede söylüyoruz, ne zaman söylüyoruz, ne sebepten söylüyoruz, nasıl söylüyoruz, kime söylüyoruz muhatabımız kim gibi soru ve cevaplarına dikkat etmesi gerekmektedir (Yaman, 2016).

### **3.3.2. Mesaj (İleti)**

İleti, gönderici tarafından kodlanarak ortak sembollere bağlı kalınarak alıcıya iletilmek istenilen istek, bilgi, duygu veya düşüncenin belirli bir ifadeye dönüştürülen halidir (Yaman, 2016).

Dil ve konuşma yöntemiyle ortaya koyulanlar, yazıda kullanılanlar, kâğıda dökülenler, bir gülümse, bir bakış, bir cep telefonu mesajı, bir gazetenin haber başlığı, bir derginin kapak fotoğrafı, sosyal paylaşım sitesindeki bir duygu işareti, bir spikerin kravatının rengi, bir telefon çağrısı vb. ileti olarak tanımlanabilir. İleti yazılı ve sözlü olarak verilir; sözlü

mesajlara el, yüz, göz, kol, vücut hareketleriyle birlikte jest ve mimiklerde iletiyi daha zengin bir hale getirir. İletilerin daha çekici olması için sözel ve görsel öğeleri içinde bulundurması çok önemlidir. Yapılan bir araştırmaya göre, bir iletide sözcükler % 5, ses tonu % 25, sözel olmayan öğeler ise % 65 etki uyandırmaktadır. Dolayısıyla görsel öğelerin ne kadar dikkat çektiğini söylemek mümkündür (Burnett ve Moriarty, 1998: 256). Bir okula ders ziline çalması, bir okula ait üniforma, tuvalet kapılarında kadını simgeleyen ayakkabı, erkeği simgeleyen bir pipo bir gibi örnekler görsel öğeler için verilebilir (Lazar, 2001: 78).

Mesajın kalitesi açısından iletilerin seçilmesi, alıcıya uygun ve alıcının anlayacağı bir şekilde ifade edilmesi önemlidir. Bu sebepten mesajın çok iyi bir şekilde tasarlanması gerekmektedir. İletiler bir takım görsel unsurlar, şekiller, semboller ve figürlerden oluşur; kaynak ve alıcının bu sembollerin ortak anlamlarda buluşması gerekmektedir. Yani göndericinin verdiği mesajı alıcının da anlayabilmesi için aynı dili konuşmaları gereklidir. Etkili bir mesajda en önemli unsur iletinin kodu, iletinin içeriği ve ileti geliştirmedir (Tuna, 2012: 7).

Yine mesajın kalitesi bakımından mesaj; açık olmalıdır, gerçekleri ifade etmelidir, etkin ifadelerden oluşmalıdır, mümkün olduğunca kısa olmalıdır, göndericinin ve alıcının anlayabileceği ortak kelime ve seslerden oluşmalıdır, dil bilgisi kurallarına uygun olmalıdır (Yaman, 2016).

### **3.3.3. Kodlama**

Kodlama, bilgi, düşünce ve duygunun ilettime uygun hazır bir mesaj verebilecek hale dönüştürülmesidir (AÖF, 2010). Aklımızda oluşan, bilgi, düşünce ve duyguların karşı tarafa mesaj verilmesinde kullanılan simgeleme işlemine kodlama denir. En önemli kodlama aracı dildir. İletişimin kalitesini en çok etkileyen faktörlerden biri kodlamadır. Hatalı kodlama nedeniyle insanlar arasında büyük bir anlaşmazlık oluşur (Yaman, 2016).

Kodlama, iletinin fiziksel olarak iletimiyle ilgili olan bir unsurdur. Mesajın alıcıya ulaşması için gerekli bir yol mutlaka vardır. Bu yolun içeriği iletişim sürecine göre farklılık gösterebilmektedir. Bir televizyon kanalı, bir dergi ya da bir bilgisayar mesajın aktarıldığı görme, duyma, hissetme gibi duyularımız birer kanaldır. Bunların yanı sıra kılık, kıyafet, cümlelerin hepsi kanal olarak sınıflandırılabilir. Birey kodları açmak için duyularını kullanır. İşin içinde duyuların etkili kullanılması iletişimin çok daha etkili olmasına yol açar (Demiray, 1994: 15).

İletişimin etkililiği kanalın kapasitesiyle de alakalıdır. Bilgi ve simgeleri, bir başka deyişle bir su oluğu gibi geniş kapsamlı bir oluk karşı tarafa aktarılacaktır. Dolayısıyla bilgi ve sembolü çözecek, karşı tarafa bu suyu depolayacak alanın olması gerekmektedir. Mesela bir insanın konuşma hızının yüksek olması böylelikle pek çok bilgiyi alıcıya aktarıyor olması sağlıklı ve etkili bir iletişim gerçekleştiriyor olmasını gerektirmeye bilir. Çünkü ne kadar hızlı konuşsa ve bilgiyi ne kadar hızlı aktarıyor olsa bile konuştukları alıcının kapasitesi kadardır (Tuna, 2012: 7).

Kanal seçerken; alıcıya uyumluluk, hız, maliyet, gizlilik, formalite ve güvenilirlik gibi şartları göz önünde bulundurmakta fayda vardır (Yaman, 2016).

#### **3.3.4. Kod Açma**

İletinin bilgi, düşünce ve duygularla anlamlı bir şekile koyulma sürecine kod açma denir. İletişim sürecinde bazı mesajlar, anlamsız işaretler, ses ve görüntü sinyalleri kod açma yöntemiyle anlamlı hale getirilir (AÖF, 2010).

Mesajın iletilmek istendiği kişiler, gruplar, şirketler olabilir. Kod açıcının muhatabı daha çok alıcıdır. Alıcının gönderilen iletiyi çözmesi ve alıcıya gönderici tarafından aktarılmak istenilen bilginin en doğru ve güvenilir bir biçimde anlam verilmesi başarılı bir iletişim ile mümkün olabilmektedir (Özaytekin, 2011).

Buda demek oluyor ki alıcı ile göndericinin yaşantılarının çakışması en azından kesişmesi gereklidir. Ortak yaşam, kültürel benzerlikler, deneyimler ve ortak bir dilin kullanılması kod açımının etkili bir biçimde kullanılmasının başında gelmektedir.

#### **3.3.3. Kanal**

Kanal, mesajın, karşı tarafa gönderilmesi amacıyla kullanılan bir araçtır. Gönderici ile mesaj alma durumunda bulunan kişileri birleştiren bir iletişim bağıdır. İletişim araçları iletişimin gönderilmesinde kullanılması sebebiyle aynı zamanda kanal işlevi görür. Televizyon, bilgisayar, gazete, dergi, mektup vb. kitle iletişim araçları mesajları gönderen alan veya yayan fiziki ve teknik araçlardır (Özaytekin, 2011).

İletişim kanalları, işitme, görme, dokunma, koklama, tat alma gibi duyu organlarını uyarabilen ve belirli fiziksel özellikleri olan araçlardır. Alıcı kod açarken beş duyu organını kullanır. Bir mesaj, görülebilir, duyulabilir, dokunulabilir, işitilebilir özellikler taşıyabilir. Dolayısıyla ne kadar çok duyu organı kullanılırsa iletişim o kadar etkili ve başarılı olur. Etkili ve başarılı bir iletişim için hangi kanalın seçileceği, iletişimin amaçları, alıcının özellikleri,

alıcının mekân ve zaman sınırlılıkları göz ardı edilemez. Demek oluyor ki doğru kanalın seçilmesi iletişimin kalitesi ve başarısı açısından büyük öneme sahiptir (AÖF, 2010).

### **3.3.6. Alıcı (Hedef)**

Alıcı, iletilen sözü alan kişi ya da topluluğa denir (Türkçebilgi, 2016). Alıcı kaynağın mesajına muhatap olan taraftır. Alıcı iletişimin pasif tarafı gibi görünse de gerçekte aktif olabilmelidir (Yaman, 2016).

İletişimin kaliteli olabilmesi açısından alıcı; dinliyor gibi gözükmemelidir aklı başka yerlerde olmamalı gerçekten dinlemeli, seçerek dinlememeli sadece ilgisini çeken kısmı dinlememeli, karşı tarafın mesajını kendine yöneltilmiş bir saldırı olarak görüp savunmaya geçmemeli, dinlediklerinin içinden eksik aramamalı yani göndericinin açığını aramak için dinlememelidir (Yaman, 2016).

### **3.3.7. Geri Bildirim**

Alıcının göndericinin iletisine verdiği cevaba geri bildirim adı verilir. Kaynak, kendisine gönderilen cevabı değerlendirerek, iletisini tekrar düzenler ve iletir. Geri bildirim ilk hedefi kaynağa, kurduğu iletişimin başarısı hakkında bilgi verir. Başka bir şekilde ifade edilmek istenirse geri bildirim yoluyla kaynak, iletildiği mesajın alıcı tarafından doğru düzgün bir biçimde anlaşılıp anlaşılmadığını öğrenir (AÖF, 2010).

Etkili ve başarılı bir iletişim olumlu geri bildirim sayesinde olur. Pozitif bir geri bildirim süreci mesaj alınmıştır, mesaj algılabilmıştır, mesaj doğru bir şekilde yorumlanmıştır, alıcı geribildirim için hazırdır anlamlarına gelir. Etkili bir geri bildirim kaynak ve alıcı arasında doğru bilgi temelinde gerçekleşmelidir, genel değil özel olmalı, açık olmalı alıcıya aldığı iletiyi değerlendirecek kadar süre tanınmalıdır, alıcının kendisini anlayıp anlamadığı tartışılmalıdır, alıcının özel bir zamanına denk düşmemelidir. Etkin bir geri bildirim kaynağa yardımcı olmalıdır, mesajın tam karşılığı olmalıdır, zamanlama hatası olmamalıdır, açık, yapıcı ve anlaşılır olmalı ki kaynak amacına ulaşabilsin (Özaytekin, 2011).

### **3.3.8. Gürültü**

Gürültü adı üzerinde iletişimi bozan değişik şekillerde ortaya çıkabilen unsurlar olarak tanımlanabilmektedir. Mesela iki kişinin önemli bir konuşması sırasında dışardan gelen bir müzik sesi gürültü olarak algılanabilir. Genel anlamda gizlide olsa içerisinde hata payı taşımayan bir iletişim sistemi yoktur. Konuşma esnasında aniden gelen öksürük, güç

okunabilen bir el yazısı ya da televizyon izlerken alıcının gidip gelmesi gibi durular örnek verilebilmektedir. Fiziksel gürültü, nöro-fizyolojik gürültü, psikolojik gürültü ve toplumsal-kültürel gürültü kaynakları iletişimde gürültü unsurlarını oluşturur (AÖF, 2010).

### **3.4. İletişim Şekilleri Nasıl Olur?**

#### **3.4.1. Kişi İçi İletişim**

Kişinin kendi iç sesini dinlediği bir tür iletişimdir. Bu süreç kişinin duygulandığı, düşündüğü, ihtiyaçlarının farkına vardığı, kendisine sorular sorup cevaplar verebildiği, kendini gözlemlediği yani mesaj üretip çözümlendiği bir aşamadır (Milliyet, 2011).

#### **3.4.2. Kişiler Arası İletişim**

Bu iletişim türünde mesajı gönderen kişide mesajı alan kişide farklıdır. Kişiler arası iletişim de sözlü ve sözsüz iletişim vardır. Sözlü iletişimde dil kullanılır. Sözsüz iletişimde ise yüz, beden dili, bedensel temas, mekân ve araçlar kullanılır (Gürüz ve Eğinli, 2015: y.t.).

### **3.5. İletişimin Türleri**

#### **3.5.1. Sözlü İletişim**

Kişilerin, dil ile gerçekleştirdiği eyleme sözlü iletişim denir. Sözel iletişim kullandığımız cümlelere, ses tonumuza, sesimizdeki iniş ve yükselmelere işaret etmektedir. Sözlü iletişimde kişinin nasıl söylediği değil ne söylediği önemlidir. Konuşma, müzik, yazı, t.v, telefon, ve video sözlü iletişime örnek verilebilir (Dökmen, 2016: 2).

Konuşma ve yazı dili sözlü iletişimdir. Konuşma dilinde kullanılan kelimeler ve bu kelimelerin söyleyiş tarzı konuşan hakkında bazı ipuçları verir (Babayiğit, 2006: 46).

Dille alakalı en önemli noktalardan birisi de iletişimin ima yoluyla mı yoksa açık yolla mı olması gerektiğidir. Açık iletişimli kültürlerde etkili iletişimin yükü konuşmacının sorumluluğu üzerindedir. Açık iletişimli kültürlerde belirli olmayan ifadeler, oynak sorular ve cevaplar zayıf iletişim yeteneği olarak algılanır. Buna karşın, ima yoluyla iletişime meyilli ülkelerde konuşmacının ve dinleyicinin etkili iletişim sorumluluğunu birlikte yüklediği farz edilmektedir. İma yoluyla iletişimde nahoş durumlardan ve yüzleşmelerden ve olası anlaşmazlıklardan mümkün olduğunca kaçınılmaya çalışılır. Aynı dili paylaşan ülkelerin genellikle kültürleri aynı olmasa bile benzer özellikler gösterdiği yapılan araştırmalarda ortaya çıkmıştır. Kültürel benzerlikler uluslararası pazarlarda da iş yapmayı alışverişi

kolaylaştırdığından yerel bir firma dış pazarda genellikle kendi dilini konuşan ülkelere yoğunlaşmaktadır. Örnek olarak Türk Firmaları için Türk Cumhuriyetleri diğer kültürlerle kıyasla göreceli olarak daha kolay pazarlar olarak algılanabilmektedir. Yine Kanada firmaları için ABD ve İngiliz pazarları ilk pazar hedefleri arasında yer almaktadır (Kayan, 2012: 6).

Bazı kültürlerinde özellikle kendi dillerini himaye etme konusunda önemli hassasiyetleri vardır. Özellikle Avrupa Birliği ülkeleri için dil konusu büyük bir önem arz etmektedir. Örneğin Fransız hükümeti diğer dillerin özellikle İngilizcenin dillerine daha fazla yerleşmemesi için yasal düzenlemelere bile başvurmuşlardır (Babayiğit, 2006: 67). Yine benzer bir şekilde İngilizce bilseler bile Almanlar da zorunlu olmadığı sürece İngilizce konuşmamaya özen gösterirler. Bir televizyon kanalında çalışan Hans Robert Eisenhower, “Avrupa kültürü bir çiçek buketidir, birlikte çok güzeller. Fakat gül hala gül ve lale de lale. İşte bu korunmalı!” diyerek birçok Avrupalının görüşünü yansıtmaktadır. Günter Grass’ın Almanya için bahsettiği, “Almanlar birleşmiş halleriyle her zamankinden daha fazla bölünmüştür” sözü, yer yer dünyanın öteki bölümleri ve Avrupa için geçerlidir. Sözlü iletişimde arada beyan edilen fikirlerin gerçekten de beyan edildikleri anlamında bir anlama geldiği görülebilmektedir. Örneğin Çin’de evet demek anlaşmanın tüm detaylarıyla kabul edildiği manasına gelmez. Bazı durumlarda evet sözü ilişkinin sürdürülebilmesi ve karşılıklı görüşmelerin devamının sağlanması için karşı tarafı rencide etmemek için söylenmiş bir söz olabilmektedir (Kayan, 2012: 6-8).

### **3.5.1.1. Dil İle İletişim**

İnsanların duygu ve düşüncelerini semboller, sözcükler veya kelimeler yoluyla mesaj verme ve mesajı anlamlandırma şekline denir (MEB, 2015).

### **3.5.1.2. Dil Ötesi İletişim**

Sesin niteliği ile ilgili olup, ses tonu, sesin hızı, sesin şiddeti, hangi kelimelerin vurgulandığı, duraklamalar vb. özellikler dil ötesi iletişimi ifade eder. Dil ötesi iletişimde bireyler birbirlerine ilettikleri bilgileri anlamlandırır (MEB, 2015).

Sözlü iletişimde konuşmacı doğruluk, güvenilirlik, içtenlik, empati ve düşünceleri şeffaf bir şekilde ifade edebilme yeteneklerine sahip olmalıdır. Sözlü iletişim, daha şahsidir, daha basittir daha hızlıdır ve daha esnektir. Kaynak geri bildirim alabilmektedir. Soru sorabilme imkanı, tartışabilme ortamı, daha fazla açıklama imkanı ayrıca daha fazla kendini ifade edebilme imkanı sağlar (Cüceloğlu, 1997: 36).

### 3.5.2. Yazılı İletişim

Kaynaktan alınan mesajların yazıya dökülmesinin artısı mesajın kontrol edilerek düzeltmelerin ve değişikliklerin yapılabilmesidir. Yazılı iletişim, bireylerin aynı yer ve zamanda olma şartını gerektirmediği için haberleşme sınırlarını genişleten bir iletişim türü olarak görülmektedir.

Yazılı iletişimin en önemli özelliği somut olabilmesi ve kanıtlanabilir olmasıdır. Böylelikle gönderici ve alıcı aralarında kurdukları iletişimi kayıtlı tutabilirler. Ayrıca mesajın şekil ve içeriği ile alakalı kafaya takılan bir soru olduğunda yazılı iletişimde mesaja tekrar dönüş yapılabilmektedir (Özcan vd., 2016).

Göndericinin iletmek istediği mesajı en doğru şekilde alıcıya gönderebilmek amacıyla yazılı belgenin imla, noktalama kurallarına uygun olarak yazılması, yetersiz sözcüklerden temizlenmesi, gereksiz ya da yanlış bilgilerin verilmemesi gibi hususlara dikkat edilmesi gerekmektedir. Eskiden sık kullanılan bir iletişim aracı olan mektup, mesajı yazan kişinin el yazısı ve kendi tarzını yansıtmaktaydı. Ancak yazılı iletişim yetenekleri her ne kadar yüksek olsa da kişilerin ses tonu, jest ve mimikleri, beden dili vb. Unsurları kullanmadığı için kişi söylemek istediği anlamları tam olarak ifade edemeyebilir. Yalnız “söz uçar yazı kalır” ifadesi de yazılı iletişimin sözlü iletişimden üstünlüğünü belirtmektedir. Yazılı iletişimde metin ve belgeler arşivlenebilir, gerektiğinde yeniden kullanılabilir ve düzeltilebilir özelliğinin olması önemli bir ayrıntıdır. Bireylerin yazma kabiliyetlerini geliştirebilmeleri amacıyla yazılacak konunun önceden planlanması, yazıda kullanılacak kelimelerin itina ile seçilmesi, yazma etütlerinin yapılması, dil kurallarına ve yeterli çalışmalar yapılarak diğer yazarların nelere dikkat ettiği konusunda bilgi ve yetenek sahibi olunması gerekmektedir. Günümüzde artık yaygın olan internet yoluyla gönderilen e-postalar, iş başvuruları, kamu kurumlarına yazılan dilekçeler, resmi özellikteki yazışmalar belirli bir yazışma kurallarına göre yazılarak alıcıya iletilmelidir. İfade edilmek istenen bilgilerin yeterli ve açık bir dille yazılması önemli hususlara dikkat edilmesi gerekmektedir (Berkcan, 2015: 33-34). Yazılı iletişim sözlü iletişime göre gecikmeli olarak kurulur çünkü alıcının mesajı okuması, yorumlaması ve yanıtlanması gerekmektedir (MEB, 2011).

### 3.5.3. Sözsüz İletişim

Sözsüz iletişim, beden diline yani hareket tarzına, yüz ifadesine, bedenin duruş biçimine, jestlere, vb. işaret etmektedir. Sözsüz iletişimde baş hareketleri, ses tonu, fısıldama, yüz ifadeleri, oturma biçimleri, dokunma, el kol duruşu, jestler ve mimikler, giyim kuşam sözsüz iletişimi ifade etmektedir. Sözsüz iletişim sözlü iletişime göre genellikle daha güvenilir mesajlar vermektedir. Ayrıca insanlar sözsüz iletişim esnasında sözlerini değiştirebilirler (Özcan vd., 2016).

Duygusal zeka ve duygularında sözsüz iletişimin bir parçası olduğunu savunan görüşler vardır (Erkuş vd., 2009: 11).

Bu iletişim türünde insanların ne söylediği değil ne yaptığı önemlidir. Yusuf Has Hacip'in "Ne söylerse söylesin dilin, yüzünden bellidir her halin" deyişi de sözsüz iletişimin ne denli önemli olduğunu belirtmektedir.

Sözsüz iletişim araçları düşünülenin tersine sözlü iletişim kadar önemli bir kavramdır. Beden dili, jest ve mimikler, el kol hareketleri, göz teması gibi sözsüz iletişim araçları önem arz etmektedir. Aynı kültürden olan kişiler, birleriyle iletişim kurarken kullandıkları sözsüz iletişimi algılayabilirken, farklı kültürden insanlarla iletişim kurarken kullanılan sözsüz iletişimi anlamayabilir, daha da kötüsü yanlış anlayabilirler. Özellikle yüksek bağlamlı kültürlerde bireyler sözsüz mesajları algılamak yerine sözlü ve doğrudan mesajlar üzerinde yoğunlaşmayı tercih etmektedirler. Bu noktada, kültürel sorunlar oluşur. Yüksek bağlamlı kültürlerde sözsüz iletişimin önemi artar. Sözün taşıdığı duygusal anlam ve içeriğiyle davranışlar arasındaki ahenk, inandırıcılığın oldukça önemli bir ögesidir (Kayan, 2012: 11).

Yüzün genel hareketleri ve duruşu mimik kavramıyla, vücudun genel hareketleriyle jest kavramıyla açıklanır. Jest, mimik, söz ve davranış uyumunda başarılı olan kimseler ilgiyle, beğeniyle izlenir. Mimikte yapmacıklık konuşmaya gölge düşürür, gereksiz jest ve mimik gülünçlük izlenimi uyandırır, aşırı abartıda doğallığı öldürür (Biol, 2004: 220).

Vücut dili çok önemli bir kavramdır. Vücut dilini anlama ve vücut dilini yanlış anlama pek çok iletişim araştırmasına konu olabilir. Her ülkenin kültürüne göre selamlaşmalar farklı profiller ortaya koyabilmektedir. . Örnek olarak Fransızlar her gün tekrar tekrar karşılaştıkları birinin elini sıkarak selamlaşırken, Japonlarda selamlaşma, vücudu selamlaşılan kişi ya da kimseler tarafından eğmek suretiyle ifade edilmektedir (Babayiğit, 2006: 48).



## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### 4. KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM ETKİNLİĞİ

Küreselleşmenin uluslararası ilişkilerin ve farklı kültürler arasındaki etkileşimin gün geçtikçe daha yoğun ve kompleks bir hal aldığı günümüzde kültürlerarası iletişim etkinliği ziyadesiyle güçlü bir talep ve gereklilik ihtiyacı göstermektedir (Bekiroğlu ve Balcı, 2014: 429).

21. Yüzyılda insanlığın yaşamını devam ettirebilmesi için güçlü bir şekilde kültürlerarası iletişimi talep ettiği ifade edilmektedir. Başka bir ifadeyle günümüzün çoğulcu dünyasında uyumlu ve anlamlı bir biçimde hayatımızı sürdürebilmemizin anahtarı olarak kültürlerarası iletişim etkililiğinin öneminin giderek arttığını görmekteyiz (Chen, 1997: 174).

Kültürlerarası farklılıkları günümüzde iletişim ve etkileşim sürecindeki bir engel olarak değil birer rezerv olarak görmek gerektiğinin altını çizmekte fayda var (Harris vd. 2004: 37).

Kültürlerarası iletişim etkinliği; misafir bir kültür içerisinde olan kişinin kültürün gerektirdiği istekleri etkili bir şekilde anlaması ve etkin bir yanıt vermesi, kültüre ve kültürel değerlere uyum sağlaması ile ilgili bir gelişmedir (Eğimli, 2011: 215).

Avrupa Konseyi, çalışma belgelerinde kültürlerarası iletişim etkinliğini farklı etnik, kültürel, dinsel, dilsel geçmişe ve mirasa sahip bireyler ve takımlar arasında karşılıklı saygı, anlayış ve şeffaflık temelinde işleyen bir fikir alışverişi süreci olarak tanımlamaktadır (Bekiroğlu ve Balcı, 2014: 429).

Kültürlerarası iletişim yeteneği gelişmiş kişi, açıklık, empati yapabilme, motivasyon sağlayabilme, farklı bakış açılarına sahip olabilme, davranışsal esneklik gösterebilme, rahat etkileşim yönetimi kurabilme, etkileşimde saygılı olabilme, kendi kimliğini koruyabilme, kişi odaklı iletişim kurabilme, mesaj verme kabiliyeti gibi duygusal, gerçekçi ve bilinçli yeteneklere sahip olmalıdır (Eğimli, 2011: 215).

Kültürlerarası iletişim etkinliği, empati kurma yeteneğini merkezine alarak açık bir dünya görüşüne sahip olmayı ve farklı kültürlerden insanlarla iletişim kurmada konusunda başarılı olmayı ifade etmektedir. Kültürlerarası iletişim etkinliğinin kazanılması demek her bir kültüre ait doğru iletişim kodlarıyla mesajların iletilmesine ve alınmasına önem verilmesi, anlamlı bağların kurulması için farklı iletişim biçimlerinin anlaşılabilir olarak uzun dönemli ilişkilerin yaratılması sağlanmalıdır (Bush vd., 2001: 391).

Kültürlerarası iletişim etkinliği, karşıdaki kişinin kùltürünü anlayabilmeyi, farklı kùltürlere ait unsurlara anlayışlı olabilmeyi, kendini karşısındakinin yerine koyabilme yeteneğini gerekli kılmaktadır (Zakaria, 2000: 492).

Kùltürlerarası iletişim etkinliği bir iletişim yeteneği olarak görùlmektedir bunun temel sebebiyse kùltürel etkileşimleri kapsıyor olmasıdır. Bunların yanı sıra kişinin bir ilişkideki beklentileri, normları, kaideleri bilmesi, değer göstermesi ve uyumlu olması oldukça önemlidir (Spitzberg, 2000: 7). Bununla birlikte, kùltürlerarası iletişim etkililiğinin kazanılmasında kùltürlerarası bağlantıyı sağlayan duygu, düşünce, halden anlama, davranış vb. ögeler etkin olan belirleyici kavramlardır (Lee ve Chen, 2000: 764). Kişinin farklı bir kùltürdeki davranışları algılayabilmesi ve yorumlayabilmesi iletişim yeteneği ve tarzıyla doğrudan ilişkilidir. Kùltürlerarası iletişim etkinliği diğer kişilerle etkili iletişim kurabilmeyi kùltürel değerlere uygun tavır ve davranışlar göstermeyi sağlayan kùltürel bilgi ve yeteneklerin kazanılmasıdır. Kùltürel iletişim etkinliği yalnızca farklı kùltürlere ait kùltürlerin öğrenilmesi ve bu kùltürlere ait kurallara göre iletişim kurulmasını ifade etmemekte; aynı zamanda kendi ÷lkesi içindeki bölgesel kùltürel farklılıkların bilincine vararak bununla bağlantılı mesajların aktarılmasında da bilinçli olabilme yeteneğine sahip olmayı gerektirmektedir (Holden, 2001: 614).

Kùltürlerarası iletişim etkinliğinde; iletişimde olan kişiler farklı bir kùltüre ait kişilerin iletişim davranışlarını bilmediği sürece tavır, davranış, ifade, istek ve beklentilerini kendi kùltürel değerlerine ve standartlarına göre anlamlandırmayı tercih edeceklerdir. Bu durumda da kùltürlerarası etkileşim sürecinde iletişim çatışmalarının yaşanmaması mümkün gözükmemektedir.

<b>İstenen Dışsal Sonuç</b>	
Kişinin kültürlerarası bilgi, beceri, tutum temelinde etkili ve uygun bir şekilde iletişim kurma ve davranma becerisi kazanma	
<b>İstenen İçsel Sonuç</b>	
Farklı iletişim stilleri & davranışları ile yeni kültürel çevreye uyum sağlayabilme	
<b>Bilgilenme &amp; Kavrama</b>	<b>Beceriler</b>
Kültürel Kendililik Farkındalığı, Kültüre ilişkin bilgiler edinmek ve anlayış geliştirmek Sosyo-lingustik farkındalık	Dinlemek, gözlemlemek, yorumlamak, analiz etmek, değerlendirmek, ilişki kurmak
<b>Gerekli Tutumlar</b>	
Saygı (Diğer kültürlere değer vermek, kültürel farklılık)	
Açıklık (kültürlerarası öğrenme, önyargıların azaltmak)	
İlgi ve keşfetme (belirsizliği azaltmak)	

**Şekil 2.** Kültürlerarası Yeterlilik Süreç Modeli

**Kaynak:** Eğinli, 2011, s.217.

Şekil 2 'de görülen Kültürlerarası Yeterlilik Süreç Modeli, Deardoff (2006) tarafından Piramit Model'indeki bilgilerin analiz edilmesiyle ortaya konulmuştur. Modelde aynı bileşenlere ait sürecin yönetilmesi ve hareketinin sağlanması ile içsel ve dışsal sonuçların elde edilebileceği gösterilmektedir. Modelde sürecin bireysel seviyeden kültürlerarası iletişim ile kişilerarası seviyeye doğru bir hareket kazanmasının mümkün olduğunu belirtmekte, dolayısıyla kişinin bilgi, yetenek, tutum gelişiminin tamamlanması ve tekrar etmesi çok önemlidir. Bu modelde kişinin tek başına kültürlerarası iletişim anında uygun bir biçimde davranışta bulunabilmesi ve iletişim kurabilmesi, başka bir ifadeyle dışsal sonucu yaratması önem arz etmektedir (Deardoff, 2006: 441).

#### **4.1. Kùltùrlerarası Yeterlilik**

Kùltùrlerarası yeterlilik üç aşamada gerçekleşmektedir. Bunlardan birincisi; temel yeterlilik, ikincisi toplumsal yeterlilik, üçüncüsü ise bireylerarası yeterliliktir. Temel yeterlilik; hedeflere ulaşabilmek için yeni çevreye etkili bir şekilde adapte olmaya yarayan genel yeteneği belirtmektedir, toplumsal yeterlilik; karşıdakinin duygularını anlayabilme, empati yapabilme, toplumsal rol üstlenme, problemi anlayabilme ve özöbilme gibi yetenekleri savunmaktadır. Bireylerarası yeterlilik ise başarılı bir iletişim yoluyla hedeflere ulaşabilme ve sorumlulukları yerine getirme kabiliyetini ifade etmektedir. Kùltürel farklılıklara sahip olan bireylerin etkileşim halinde olması durumunda farklılıkların farkında olunabilmesi, farklılıklara sayęı gösterilmesi ve farklılıklara hořęörü ile yaklaşılmasıyla mümkün olmaktadır. Dolayısıyla bu noktaya varılabilmesi için kùltürlerarası duyarlılık, kùltürlerarası uyanıklık, kùltürlerarası beceriklilik aşamalarının başarıyla gerçekleştirilmesi gerekmektedir (Kartarı, 2001: 49).

##### **4.1.1. Kùltürlerarası Duyarlılık**

Bireyin farklılıklara sayęı duymasını gerekli kılar. Farklı kùltürden biriyle etkileşim kurmadan önce, etkileşim sırasında ve sonrasında olumlu hislere sahip olmasını ve farklılıklara sayęı duymasını bilmelidir (Eğinli, 2011: 219).

##### **4.1.2. Kùltürlerarası Uyanıklık**

Kişinin kendi kùltürüne ve etkileşim kurduğu kùltürün özelliklerine hâkim olmasını gerektirmektedir. Kişinin farklı kùltürden etkileşim kurduğu kişinin duygu ve düşüncelerini nasıl etkileyeceğini iyi anlamalı ve farklılıkların farkında olma yeteneğine sahip olabilmelidir (Eğinli, 2011: 219).

##### **4.1.3. Kùltürlerarası Beceriklilik**

Kişi farklı kùltürlerle etkileşim kurduğunda sözel ve sözel olmayan iletişim becerilerini etkin bir şekilde kullanarak başarılı olmayı hedefler. Kùltürlerarası becerikliliği

olan bir kişi farklı kùltürden kişilerle etkileşim sırasında onların ihtiyaçlarını, isteklerini ve beklentilerini anlamaya yoğunlaşarak onlara doğru cevaplar vermeyi başarabilen kişidir. Kùltürlerarası beceriklilik demek kùltürel farklılıklara uyum sağlayabilmek demektir. Kùltürel farklılıkların olduğu iletişimlerde kişiler kùltürel yeteneklerini kullanmak isterken bir takım çelişkilere yaşayabilmektedirler. Bu bağlamda önemli olan dürüst ve şeffaf düşünebilmektir. Kişi dürüst bir biçimde karşısındaki kişiyi kùltürel özellikleriyle kabul ettiğini, ona saygı duyduğunu ve onu anlamak istediğini açık bir şekilde gösterebilmelidir. Hem ilişkisel hem de fikir bağlamında bu yönde çaba harcadığını hissettirmesi kùltürel farklılıkların iletişim sürecinde sorun yaşanmasını engelleyecektir (Eğinli, 2011: 219).

Kişi kùltürlerarası iletişim etkinliği kazanamaması durumunda dil sorunları, sosyal ortamlardan ayrı tutulma, eğer bir ÷lkede misafir olma durumu varsa o ÷lkedeki çoğunluğın dışında kalma, aile ilişkileri ve iş yerindeki rollere adapte olamama ve davranış kurallarına uyum sağlayamama gibi olumsuz durumlarla karşı karşıya kalır. Söz konusu bu problemler zamanla kişide, strese sebep olarak sinirli olma, özgüven eksikliği, adapte olamama, uyku problemleri ve kimlik koruyamama vb. olumsuz sonuçlara neden olur (Lee, 2000: 764).

## **4.2. Kùltürlerarası İletişimin Alt Faktörleri**

Saygı gösterimi, farklılıklara değer verme, kişinin kendi kùltürel kapasitesini bilmesi ve değerlendirmesi, kùltürel iletişimler esnasında farklılıkların farkında olmak, davranışsal esneklik, bilgiye yönelim, empatik olma, iletişim rahatlığı, rol davranışları, mesaj verme yeteneği kùltürlerarası iletişim etkinliğinin temeli kabul edilir (Graf, 2004: 203).

Kùltürlerarası iletişim etkinliğininin alt faktörleri:

### **4.2.1.İletişim Rahatlığı**

Kùltürlerarası iletişimin belki de en can alıcı faktörü iletişim kurmada rahatlık başka türlü ifade edilirse kişinin kendisini diğerinin yerine koyabilme becerisidir. Diğer bireylerle konuşma sırasında rahatlık, konuya hakim olabilmek, konuya nasıl başlayacağını bilmek ve empati yapabilmek iletişim rahatlığını tamamlar (Karaeminoğulları vd., 2009: 338).

İletişim rahatlığı olan kişi karşı karşıya kaldığı olayla alakalı olarak olası bakış açılarını ve tanımlamaları araştırmayı ve soruşturmayı tercih etmelidir. Bu beceride olan kişi kendisine yöneltile eleştirisi ya da şikayet karşısında tek yönden değilde bir çok yönden bakabilme ve anlam verebilme yeteneğine sahiptir (Özer, 2006: t.y.).

İyi bir iletişim becerisi olan kişi, iletişim kurduğu bireyin sözel ve sözel olmayan davranışlarını ve iç dünyası hakkındaki ipuçlarını hemen görür ve bunu analiz etmeye çalışır (Cüceloğlu, 2005: 33).

#### **4.2.2. Davranışsal Esneklik**

Farklı kültürlerle iletişim esnasında kişinin diğer bireye önyargısız yaklaşabilme becerisidir. Farklı kültürlerden insanlarla iletişimde kendini ifade edebilme, görüldüğün gibi davranabilme becerisi olmalıdır (Karaeminoğulları vd., 2009: 338).4.2.

#### **4.2.3. Etkileşimde Saygı**

Kişinin farklı kültürden biriyle etkileşimi sırasında onlara duyduğu saygıyı gösterebilme ve hissettirebilme becerisidir. Kültürlerarası iletişimde diğer bireylerin etnik kökeni, dili, dini, düşünceleri, gelenek ve görenekleri, yaşam tarzları vb. özelliklerini iyi anlamak ve bunu karşı tarafa “evet seni anlıyorum ve sana saygı duyuyorum” hissiyatını verebilmeyi gerektirir (Karaeminoğulları vd., 2009: 338).

#### **4.2.4. Mesaj Verme Kabiliyeti**

Farklı kültürden bireylerle etkileşim esnasında onları iyi anlama ve açıklama önemlilik arz eder. Kültürlerarası iletişimde diğer bireyin dilini biliyor muyuz, gramerlerine hakim miyiz, onların bize verdiği bilgilendirici ve ikna edici mesajları algılayabiliyor muyuz, bahsi geçen mevzularla alakalı konuyu anlayıp yorumlayabiliyor muyuz sorularına etkili cevap verebilme becerisidir (Karaeminoğulları vd., 2009: 338).

#### **4.2.5. Kimlik Koruma**

Kişinin farklı kültürlerle etkileşimi esnasında önemli olan kendi kimliğini unutmamasıdır. Kişi kendi rolünü iyi bilmelidir. Başka bir ifadeyle kişi kendi kültürünü çok iyi bilmeli farklı kültürlerden kişilerin kültürüne hâkim olmalı onlarla benzerliklerini ve farklılıklarını iyi analiz ederek iletişim kurabilmelidir (Karaeminoğulları vd., 2009: 338).

#### **4.2.6. Etkileşim Yönetimi**

Kişinin farklı kültürlerden bireylerle etkileşiminde onların istek ve ihtiyaçlarını anlayabilme ve bunları karşılayabilme becerisinin olması gerekmektedir. Düşüncelerini açıkça ifade edebilmeli ve sorulan sorulara etkili cevaplar verebilmelidir. Etkileşim sırasında

karşıdaki kişiye ve karşısındakinin düşüncelerine saygı gösterebilme yeteneğini ifade etmektedir. (Karaeminoğulları vd., 2009: 338).



## BEŞİNCİ BÖLÜM

### 5. ESNAF VE SANATKÂRLAR

#### 5.1. Esnaf ve Sanatkâr Kavramı

Esnaf; Arapça “sınıf” ın çoğulu olup bir sanatla geçinen kimse anlamındadır (Altıntaş ve Doğan, 2003: 59). Arapça "senafe" kelimesinin çoğul hali olup kelime türkçe tekil gibi görünse de ifade ettiği anlam çoğuldur. Bu sebepten, "esnaf" demek yanlıştır (eksisozluk, 2016). Dolayısıyla “esnaf” ve “sanatkâr” kavramları çoğunlukla birlikte kullanılır. Ülkemizde de bu iki kavram birlikte kullanılır (Çelebi vd., 2009 : 100). Ülkemizde esnaf ve sanatkârların kapsamı ve tanımı, Avrupa Birliği ülkelerinden daha farklıdır. Esnaf ve sanatkâr kavramı ülkemizde genellikle birlikte kullanılmaktadır (TESK, 2016).

“5362 Sayılı Esnaf ve Sanatkârlar kavramı Meslek Kuruluşları Kanununun 3. Maddesine göre, esnaf ve sanatkar: İster gezici ister sabit bir mekanda bulunsun, Esnaf ve Sanatkar ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulunca belirlenen esnaf ve sanatkar meslek kollarına dâhil olup, ekonomik faaliyetini sermayesi ile birlikte bedeni çalışmasına dayandıran ve kazancı tacir veya sanayici niteliğini kazandırmayacak miktarda olan, basit usulde vergilendirilenler ve işletme hesabı esasına göre deftere tabi olanlar ile vergiden muaf bulunan meslek ve sanat sahibi kimseleri ifade eder” (resmigazete.gov.tr., 2005).

“En genel manada esnaf, bağımsız çalışan, şehir ve kasabalarda, mal ve hizmet üretimi ile ilişkili herhangi bir iş kolunun belirli bir alanında uzmanlaşmış olarak çalışanların meydana getirdiği sermayesi kısıtlı kol ve beden gücüne dayanarak iş yapan mesleki örgütlenmeler olarak tanımlanmaktadır” (Tiryaki, 2006: 11).

#### 5.2. Esnaf Olgusunun Doğuşu

Dünyada ticaretin temeli esnaflıkla başlar. İlk çağlardan itibaren başlayan malın malla takası, paranın icadı günümüze kadar gelmiş ticari hayatın temelini oluşturan esnaflığın tarihsel sürecini anlatır (Baykul, 2009: 6).

##### 5.2.1. İlk Çağ’da Esnaf ve Sanatkârlar

İlk Çağ Milattan Önce (M.Ö.) 4000-3500’de yazının bulunmasıyla başlayıp Milattan Sonra (M.S) 375 yılında başlayan Kavimler Göçüyle sona eren en uzun dönemi kapsar. Bu dönemde kurulan devletlerin geneli krallıkla yönetilmekteydi. Halk toplumsal sınıflara



ayrılmıştı ve kölelik çok yaygındı. İlk Çağ'da gelişen medeniyetler Roma, Çin, Mezopotamya, Sümer, Babil, Asur, Mısır gibi medeniyetlerin birbirlerine benzer özellikleri vardı. Bu özelliklerin en belirgin olanları tarım yapabilmeleri ve su kenarlarında yaşıyor olmalarıdır. Tarım yapılırken su kanallarına yakın olmaları nedeniyle sulama sıkıntısının olmayışı ve toprakların verimli olması sebebiyle ihtiyaçlarından fazla yiyecek üretilmiş bu fazlalık sayesinde ticaret gelişmiş, esnaf ve sanatkârların ortaya çıkmasına vesile olmuştur. İlk Çağ ekonomisinde Roma İmparatorluğu dikkat çekiyordu. İmparatorlukta üretim faaliyetlerini esnaf karşılıyordu. Her şehirde kırsal çevre için üretim yapan esnaf bulunmaktaydı. Bunlar küçük ölçekli işletmelerde çok az sermaye ile mahalli pazar ihtiyaçları için çalışıyorlardı. İmparatorluğun çöküşü ile birlikte vergiler arttırıldı, köylünün ve esnafın ekonomik durumu bozulmaya başladı. Vergi gelirlerinin de yetersiz kalması sebebiyle paranın avarı ile oynanarak değeri düşürüldü. Hızlı enflasyon karşısında vergiler ürün ve hizmet olarak toplanmaya başlandı. Paranın takas fonksiyonu yok oldu. Dolayısıyla bu piyasa ekonomisi işlemez hale gelmiştir (Güran, 2009: 18-21)

### **5.2.2. Orta Çağ'da Esnaf ve Sanatkârlar**

Dördüncü yüzyılın sonlarında başlayan 15. yüzyılın ikinci yarısına kadar olan dönem Orta Çağı kapsar (Kartal vd., 2013: 18). İlk Çağ'da ortaya çıkan Musevilik ve Hristiyanlık Orta Çağ'da yayılmıştır. Orta Çağ'da tek tanrılı dinler olan Musevilik, Hristiyanlık ve İslamiyet'in yayılmasıyla birlikte din savaşları başlamıştır; diğer bir ifadeyle Haçlı Seferleri başlamıştır. Bu çağda kölelik ve sınıf ayrımı devam etmiştir. Ulusal monarşinin tırmanması, kölelik ve sınıf ayrımının devam etmesi vb. değişiklikler Sanayi Devrimine öncülük etmiştir (wikipedia.org., 2016).

Bilim, sanat ve edebiyatta Müslümanların ön planda olduğu tarihsel bir dönemdir (Wikipedia.org, 2016). Orta Çağda şehirleşmeye paralel olarak sanayi faaliyetleri gelişmiştir, lonca sistemi ortaya çıkmıştır, lonca sisteminin teşkilatlanmasıyla esnaf ve sanatkârlar sosyal üstünlüğü ve itibarını koruyarak bu çağda önemli bir sosyal sınıf haline gelmiştir (Heaton, 1995).

### **5.2.3. Yeni Çağ'da Esnaf ve Sanatkârlar**

1453 yılında Fatih Sultan Mehmet'in İstanbul'u fethi ile 1058 yıllık Doğu Roma İmparatorluğu sona ermiştir. Yeni Çağ süreci Orta Çağ'ın kapanmasıyla başlamış olup 1789'da Fransız İhtilali ile kapanmıştır. Orta Çağ'da yaşamlarını yüzyıllardır sürdüren güçlü

toplumsal sınıfları olan lonca, kilise, toprak aristokrasisi ve feodal yapı varlıklarını korumaya devam etmiş lakin güçleri gün geçtikçe zayıflamıştır. Yeni Çağ'da feodal yapının zayıflaması beraberinde merkezi krallıkların güçlenmesini getirmiş olup bunun neticesinde güçlü imparatorluklar ve devletler ortaya çıkmıştır. Sanayi Devrimi, Rönesans, deniz aşırı keşifler, hümanist canlanma ve çeşitli reform devinimleri Yeni Çağ'ın en temel gelişmeleri arasındadır. Derebeylik yönetiminin yıkılmasıyla ortaya çıkan krallıklar ticari alanda da rekabet halindeydiler. Batı Avrupa ülkeleri daha çok deniz ötesi alana yoğunlaşarak Çin ve Hindistan'a giden ticaret yollarını egemenlikleri altına alarak bu malları Avrupa'ya taşımak amacındaydılar. Ticaret ve sömürgecilik bu dönemde oldukça yaygındı. Avrupalılar 15. ve 16. Yüzyıllarda Asya'ya daha ucuza ulaşabilmek, baharat ve diğer benzer malzemeleri daha ucuza ve daha hızlı taşıyabilmek için keşiflere başlamışlardır (Kartal vd., 2013: 21-22).

14. ve 15. Yüzyıllarda başlayan ekonomik, demografik, kültürel ve siyasal devinimler giderek yeni bir üretim modelinin ortaya çıkıp gelişimini kaçınılmaz kılmaktaydı. 18. Yüzyılda bu gelişimin neticesi olarak ilk İngiltere'de sonrasında sırayla Fransa, Almanya ve diğer Avrupa ülkelerinde fabrika sanayi adı verilen yeni bir sanayi yapısı hâkim olmuştur (TESK, 1973).

### **5.3. Ahilik Teşkilatı**

Ahilik kavramına değinmeden önce Fütüvvet kavramından bahsetmek gereklidir. Çünkü ahi birliklerini şekillendiren en önemli öge fütüvvetlerdir. Fütüvvet Arapça kökenli bir kelime olup, gençlik, ergenlik ve cömertlik manasına gelmektedir (Turan, 2007: 153). Ayrıca Fütüvvet; dürüstlük, adalet, yiğitlik, cömertlik, misafirperverlik, zor durumda olanlara yardım etme duygusunun yüksek olması, nefse hâkim olabilmek, başkalarına kötülük düşünmemek, iyilik severlik, başkalarının hak ve menfaatlerini kendi hak ve menfaatlerinin üzerinde görebilmek, hatalı davranışlardan kaçınmak, özür dilemeyi gerektirecek davranışlarda bulunmamak, sözünün eri olmak, kendini başkalarından yüksek görmemek, sadakatli olabilmek, olduğundan farklı görünmemek gibi anlamlara gelmektedir (Hızlı, 2011: 18).

Orta Asya'ya hüküm süren Oğuz Yabguluğu 1040 yılında yıkılınca Oğuz Türkleri Anadolu'ya göç etmeye başlayarak Selçuklu egemenliği altına girmeye başladı. Yıllardır göçebe yaşamaya alışık olan Oğuzlar bırakıp geldikleri Orta Asya bozkırlarına benzemesi nedeniyle daha çok Orta Anadolu kırsalını tercih ediyorlardı. Orta Anadolu'nun Türkleşmesi ve İslamlaşması çok hızlı olurken şehirlerde bu dönüşüm daha yavaştı. İslamiyet yerleşik

yaşamı mecburi kılıyordu. İşte bu sebeple yerleşik olmayan Türkmenlerin İslamlaşma sürecini hızlandırmak, Anadolu'yu Türk yurdu haline getirebilmek, şehirlerde ikamet eden Ermeni ve Rum tüccarlarla rekabet edebilmek amacıyla ahilik teşkilatı Anadolu'da kuruldu. Kısaca Anadolu'da Ahiliğin ortaya çıkış nedeni, politik ve sosyo ekonomik bir mecburiyetin ürünüdür (GTB, 2014).

Azerbeycan'ın Hoy kasabasında M. 1175/H. 567'de hayata gözlerini açan, M. 1262/H. 660 tarihinde Kırşehir'de vefat eden Şeyh Nasirettin Mahmut el Hoyi namı diğer adıyla Ahi Evren Ahi Teşkilatının kurucusu ve babası sayılmaktadır (Solak, 2009: 4).

Bağdat'ta büyük ustalardan ders alan Ahi Evren, Arapların kurduğu Fütüvvet Teşkilatı'ndan ilham alarak, 1205 yılında Anadolu'ya gelmiş ve bundan kısa bir süre sonra Ahilik Teşkilatını ilk olarak Kayseri'de kurmuştur (MEB, 2012).

Ahilik XIII. ve XIX. yüzyıllar arasında Orta Anadolu başta olmak üzere Balkanlardan Kırım'a dek uzanan bir coğrafyada hâkimiyet kurmuş ekonomik, sosyal, politik ve kültürel bir kurumdur. Ahilik; işi kutsal çalışmayı bir ibadet sayan, karşılıklı işbirliği ve sosyal dayanışmaya dayalı, kaliteyi ve müşteri memnuniyetini ilke edinmiş, mesleki gelişmeyi devamlı eğitim ve güzelliklerle sağlamlaştırmayı prensip edinen bir ahlak anlayışını temsil eder (Kantarıcı, 2007: 79). “Ahi, vîhdanını kendi üzerine gözcü koyan adamdır” (ceis.org.tr., 2013).

Esnaf ve sanatkârlığın tarihi olan ahiliğin Türk toplumunda temel attığı dürüstlük, iyi ahlak, doğruluk, kardeşlik, sözünün eri olma, birbirine güven duyma, sevgi, saygı, hoşgörü, adil olma, kalite standartları geliştirmek, müşteriye hizmette mükemmellik, sosyal sorumluluk vb. özellikleri kapsamaktadır.

Ahi Evren, ayakkabıcı esnafının bulunduğu bedestenden geçerken ayakkabıcıların yaptıkları pabuçları inceler, eğer bir esnafın pabuçları sürekli kötü çıkar, delinir, giyilmez yani hileli çıkarsa gördüğü pabuçları kesip dama atarmış. Böyle bir olay olduğunda tüm esnaf ve sanatkârlar olaydan haberdar olurmuş “filanca ustanın pabucu dama atıldı” denilirmiş. Pabucu dama atılan usta, utancından günlerce, haftalarca insanların içine çıkamaz, kimselerin yüzüne bakamazmış, kendisini affettirmek için ne gerekiyorsa yaparmış. Pabucu dama atılmak deyimi buradan gelmektedir (Soysal vd. 2013: 189-192).

Ahi ahlakının temel özellikleri (Soysal vd. 2013: 189-192):

- Sözünde durmak
- Doğruları söylemek

- Emanete hıyanet etmemek
- Cömert olmak
- Mert olmak
- Gözünü kötü şeylerden sakınmak
- İkiyüzlü riyakâr insanlardan uzak durmak
- Öfkeli olmamak
- Sabırlı olmak
- Samimi olmak
- Güler yüzlü olmak
- İhtiyaç sahibine yardımcı olmak
- Sorumluluk duygusu yüksek olmak
- Kurallara uymak
- Kaliteli mal üretmek
- Müşteriyi aldatmamak
- Belirli oranda kar
- Adil bir kalite kontrol sistemi
- Karaborsacılık yapmamak
- Müşteriye güzel davranmak
- Alışveriş kurallarını ihlal etmemek
- Sadakatli olmak
- Çalışırken dikkatli olmak'tır.

Ahi birliklerinin Selçuklulara ekonomik yönde katkısı olduğu gibi Osmanlı Devletinin'de bir çok alanda gelişmesinde önemli katkıları olmuştur. Ayrıca günümüz esnaf ve sanatarların temeli ahilik teşkilatından gelmektedir. Bu bağlamda akıl ve ahlak ile çalışıp "bizi geçen bizdendir" mantığından yola çıkarak topluma faydalı ve iyi insan yetiştirmeyi en önemli görev sayan Ahilik biriminin günümüz esnaf ve sanatkarlarına katkı sağlayacağını ifade etmek mümkündür (Soysal vd. 2013: 189-192).

#### 5.4. Kilis Esnaf ve Sanatkârları

Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu Denetim Kurulu Başkanı Şevket Memiler'den edinilen bilgiye göre (27/07/2016 tarihinde yüzyüze görüşme yapılmıştır):

Kilis Esnaf ve Sanatkârlar Odası Başkanlığı ilk olarak 1958 yılında Şoförler Cemiyeti olarak kurulmuştur. 1990 yılında dernek olmuştur. 1991 yılında kamu kurumu olarak kurumsal bir kimlik kazanmıştır. 1995 yılında ise Esnaf Odalar Birliği kurulmuş olup Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'na bağlanmıştır. Kilis'te 4300'ü kayıtlı 1000'i kayıtsız (çoğunluğu Suriyeli) toplam 5300 civarında esnaf ve sanatkar çalışmaktadır. 13 adet esnaf ve sanatkarlar odası 478 meslek grubu bulunmaktadır.

Şoförler odasında; 800'e yakın, Bakkallar odasında 400'e yakın, Demirciler Tamirciler odasında 400 civarında, Kasaplar ve Lokantacılar odasında 350 civarı, Tuhafiyeciler odasında 300 civarında, Terziler ve Yorgancılık odasında 250 civarı, Fırıncılar odasında 130 civarı, Pastacılar odasında 130 civarı, Marangozlar odasında 200 civarında, Elektrik-Elektronik odasında 200 civarında, Ayakkabıcılar Odası 130 civarında esnaf ve sanatkar çalışanları vardır. Ayrıca Kuyumcular Odasında 110 civarında çalışanı olup, 40 adet atelye, 30 adet tezgah vardır. Saatçi ve dövizcilerde bu odaya kayıtlıdır. Son olarak Berberler Odası ve Kuaförler Odası Başkanlığına kayıtlı 230 civarında çalışan esnaf ve sanatkâr vardır. Kilis'te ikamet eden bayan esnaf ve sanatkârların yüzde ellisi (%50) bu odaya kayıtlıdır. Güzellik salonları, berberler, kuaförler, masaj salonları ve hamamlar bu odaya dahildir.

Kilis esnaf ve sanatkârının tarihi süreci 1200 yıllarda gelen ahilik teşkilatının özelliklerinden etkilenilerek, esnaf ve sanatkarlar arasında saygı, sevgi çerçevesinde çalıştıklarını dürüstlüğü ön planda olduğunu ifade etmiştir. Esnaf ve sanatkârlığın ülkemizde daha çok babadan oğula geçtiğini dolayısıyla da bu meslek dalında yetiştirilen sanat erbaplarının mesleğini en ince ayrıntısına kadar öğrendiklerini ifade etmiştir. Usta- çırak ilişkisinin tamamen yerleşmiş olduğunu özellikle belirtmiştir. Esnaf ve sanatkârların Ticaret ve Sanayinin küçük fidanları olduğunu onları küçüklükten yetiştiklerini geleceğin sanayi adamlarını buradan kazandırdıklarını ifade etmiştir. Kilis esnaf ve sanatkârlarını günümüz çağına ayak uydurtmak ve yeni teknolojilere adepte etmek amacıyla olduklarını belirtmiştir. Kilis'tesi esnaf ve sanatkârların büyük çoğunluğunun meslek grubu; kebabçılık, fırıncılık ve yorgancılıktır. Bu dallara ilgili olduklarını ve bu dallarda iddali olduklarını belirtmiştir. Kilis

esnaf ve sanatkârlarının en büyük sorunlarından birisi teşviklerin genelde büyük esnafa verilmesidir. Dolayısıyla Çin mallarının rekabet şansını zorladığını belirterek esnafın kâr edemeyerek kepenklerini kapatmak zorunda kaldıklarını belirtmiştir.

Memiler' e göre iç savaştan kaçarak Kilis'e gelen Suriyeli sığınmacılarla Kilis esnaf ve sanatkârların önemli derecede iletişim problem yaşadıklarını ifade etmiştir. İletişim sorununu Türkçe bilen Suriyeli eleman çalıştırarak tercüman kullanarak yada beden diliyle çözmeye çalıştıklarını belirtmiştir. Her ne kadar bir kaç km. yakınımda bir bölge olsa da Suriyeliler ile kültür farkından kaynaklı sorunlar yaşandığını özellikle belirtmiştir. Çevreye karşı duyarsız olduklarını, sorumluluk sahibi olmadıklarını, temizlik anlayışlarının çok zayıf olduğunu ifade etmiştir. Bunların yanı sıra; Suriyelilerin satış yaparken etik olmadıklarının altını çizmiştir. Alış veriş sırasında Türk esnaflarla pazarlık konusunda dikkate değer sıkıntılar yaşadıklarını ifade etmiştir.

## ALTINCI BÖLÜM

### 6. KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM ETKİNLİĞİ: KİLİS ESNAF VE SANATKÂRLARININ SURIYELİ MÜŞTERİLERLE OLAN ETKİLEŞİMİ ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

#### 6.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada, Kilis'in yerli esnaf ve sanatkârlarının 2011'den bu yana (2016) yoğunlukla muhatap oldukları Suriyeliler ile aralarındaki kültür farkından kaynaklı iletişim etkinliği tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda, esnaf ve sanatkârların müşterileriyle olan ilişkisinde iletişim rahatlığı davranışsal esneklik, etkileşimde saygı, mesaj verme kabiliyeti, kimlik koruma, etkileşim yönetimi gibi faktörlerin Suriyeli müşterilerle olan ilişkide ne derece etkili olduğu belirlenmeye çalışılmıştır.

#### 6.2. Araştırmanın Tasarımı ve Yöntemi

Araştırmada Kilisli esnaf ve sanatkârların bazı demografik özelliklerinin ve kişilik özelliklerinin, Suriyeli müşteriyle ilişkilerine etkisini ölçmek ve araştırmak için tanımlayıcı bir çalışma yapılmıştır. Anket sonuçları nicel verilere dayanmaktadır. Araştırmada kullanılan anket iki bölümden oluşmuştur. İlkinde bazı demografik sorular ve müşterilerle olan ilişkide etkili olacağı düşünülen bazı hususlara yer verilmiştir. İlk bölümün analizinde ankete Crosstab ve Descriptives olmak üzere iki adet analiz çalışması yapılırken, ikinci bölümde ise kültürlerarası iletişim etkinliği ölçeği yer almıştır.

Araştırmada Portalla ve Chen (2010) tarafından geliştirilen Kültürlerarası İletişim Etkinliği (KİE) ölçeği kullanılmıştır. Portalla ve Chen (2010) çalışmalarında 5'li likert ölçek tipini kullanmışlardır. Portalla ve Chen (2010) güvenilirlik kat sayısını 0,91 cronbach –alfa olarak bulmuşlardır. Ölçek altı alt boyuttan oluşup bunlar; iletişim rahatlığı, davranışsal esneklik, etkileşimde saygı, mesaj verme kabiliyeti, kimlik koruma ve etkileşim yönetimidir. Ölçeğin Türkçeye çevrilip uygulanması bu tez kapsamında yapılmıştır.

#### 6.3. Verilerin Toplanması

Araştırmanın birincil verileri anket yoluyla elde edilmiştir. İkincil verileri ise konuyla ilgili internet kaynakları, kitap, makale, bildiri, rapor vd. bilimsel çalışmalardan sağlanmıştır. Veri toplama tekniği olarak ise anket yöntemi kullanılmıştır. Analiz bölümü için Kilisli esnaf

ve sanatkârların Suriyeli müşterileriyle iletişim problemi yaşayıp yaşamadığının tespiti amacıyla sahaya inilerek anket çalışması uygulanmıştır. Uygulamaya başlamadan önce yüz yüze yapılacak anketlerde, anketi dolduracak esnaf ve sanatkârlara anketle ilgili gerekli bilgiler verilmiştir. Her bir anketin doldurulması ortalama 15-20 dakika sürmüştür. Uygulama sırasında herhangi bir sorunla karşılaşılmamıştır.

#### **6.4. Araştırmanın Kısıtları**

Kilisli esnaf ve sanatkârlarla Suriyeli müşterileri arasında kültürlerarası farklılıktan kaynaklanan iletişim sorununun varlığını tespit etmeyi amaçlayan bu çalışma için yapılan anket uygulamasında Kilisli esnaf ve sanatkârların soruları doğru okudukları, doğru yorumladıkları ve bu konuda yeterli bilgiye sahip oldukları varsayılmıştır. Bu çalışma Kilis ilindeki esnaf ve sanatkârları kapsamaktadır. Ayrıca çalışmada elde edilen veriler 2016 yılının Ocak-Ağustos aylarını kapsamaktadır.

#### **6.5. Evren ve Örneklem**

Araştırmanın evrenini, Kilis'te faaliyet gösteren yerli esnaf ve sanatkâr oluşturmaktadır. Anketler Kilis'teki 170 esnaf ve sanatkâra iletilmiş ancak sadece 150 esnaf ve sanatkâr bu anket çalışmasına katılmıştır. Verilen yanıtlarda bir hataya rastlanmamış ve araştırma 150 esnaf ve sanatkârdan oluşan örneklem grubuyla gerçekleştirilmiştir.

#### **6.6. Araştırmanın Hipotezleri**

Bu çalışma, Kilis'in yerli esnaf ve sanatkârlarının Suriyeliler ile aralarındaki kültür farkından kaynaklı iletişim etkinliğinin tespitine yöneliktir. Bu çalışmada, esnaf ve sanatkarın müşterileriyle olan ilişkisinde; iletişim rahatlığı, davranışsal esneklik, etkileşimde saygı, mesaj verme kabiliyeti, kimlik koruma, etkileşim yönetimi gibi faktörlerin iletişim etkinliğine etki edip etmediği belirlenmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda çalışmanın hipotezleri şunlardır:

H<sub>1</sub>: Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârları arasındaki kültürler arası iletişim etkinliği düşüktür.

H1a: Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârları arasındaki kültürler arası iletişim etkinliğinin alt değişkeni olan iletişim rahatlığının etkinliği düşüktür.

H1b: Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârları arasındaki kültürler arası iletişim etkinliğinin alt değişkeni olan davranışsal esnekliğin etkinliği düşüktür.



H1c: Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârları arasındaki kültürler arası iletişim etkinliğinin alt değişkeni olan etkileşimde saygı etkinliği düşüktür.

H1d: Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârları arasındaki kültürler arası iletişim etkinliğinin alt değişkeni olan mesaj verme kabiliyeti etkinliği düşüktür.

H1e: Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârları arasındaki kültürler arası iletişim etkinliğinin alt değişkeni olan kimlik koruma etkinliği düşüktür.

H1f: Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârları arasındaki kültürler arası iletişim etkinliğinin alt değişkeni olan etkileşim yönetimi etkinliği düşüktür.

H<sub>2</sub>: Demografik verilere göre Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârların arasında kültürler arası iletişim etkinliğine ilişkin algılar farklıdır.

H<sub>2a</sub>: Eğitime Düzeyine Göre Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârların arasında kültürler arası iletişim etkinliğine ilişkin algılar farklıdır.

H<sub>2b</sub>: Medeni duruma göre Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârların arasında kültürler arası iletişim etkinliğine ilişkin algılar farklıdır.

H<sub>2c</sub>: Suriyelilerin gelişini nasıl değerlendiriyorsunuza göre Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârların arasında kültürler arası iletişim etkinliğine ilişkin algılar farklıdır.

## **6.7. Veri Toplama Yöntemi**

Araştırmada kullanılan yöntem; örnek kütleinin seçimi, veri toplama ve verilerin değerlendirilmesi şeklindedir. Araştırma, Kilisli esnaf ve sanatkârların Suriye'deki iç savaştan kaçarak Kilis'te yaşamını sürdüren Suriyelilerle kültürlerarası farklılıktan dolayı yaşadıkları iletişim sorunu varlığını ispatlamayı amaçlamıştır. Bu anket çalışması il merkezinde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârları kapsamaktadır. Araştırmada 150 esnaf ve sanatkâra anket uygulanmıştır. Araştırmanın ana kitlesini, Kilis il merkezinde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlar oluşturmaktadır. Veri toplamada “anket” metodu seçilmiştir. Anketler, katılımcılarla yüz yüze görüşülerek gerçekleştirilmiştir.

## 6.8. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında elde edilen veriler SPSS programında analiz edilmiştir. Bu kapsamda elde edilen verilere ilişkin; frekans dökümleri, faktör analizi, güvenilirlik analizi ve F testi analizleri yapılmıştır. Aşağıda bu analizlere ilişkin sonuçlar verilmiştir.

## 6.9. Demografik Verilerin Analizi

Katılımcılarla ilgili bilgilerin toplanması ve değerlendirilmesi için katılımcıların medeni durumu, eğitim durumu, işletmelerin kuruluş yılı vb. sorular sorulmuştur. Bu sorulara yapılan analizlere ilişkin sonuçlar aşağıda verilmiştir.

**Tablo 1. Eğitim Durumu**

Eğitim Durumu	Sayı	%
Okur-Yazar	14	9,3
İlk-Orta Öğretim	40	26,7
Lise	49	32,7
Üniversite	40	26,7
Lisans Üstü	7	4,7
Toplam	150	100,0

Tablo.1de ankete katılan esnaf ve sanatkârların eğitim durumuna göre dağılımı verilmiştir. Ankete katılan esnaf ve sanatkârların %9'u okur-yazar, %27'si ilk orta-öğretim, % 33'ü lise, %26 sı üniversite, % 5 'i lisansüstü mezunlarını oluşturmaktadır

**Tablo 2. Medeni Durumu**

Medeni Durum	Sayı	%
Bekâr	49	32,7
Evli	92	61,3
Boşanmış	9	6,0
Toplam	150	100,0

Tablo.2.'de ankete katılan esnaf ve sanatkârların medeni durumuna göre dağılımı gösterilmiştir. Ankete katılan esnaf ve sanatkârların % 33'ü bekâr, % 61'i evli, % 6'sı ise boşanmıştır. Sonuç olarak ankete katılan örneklemelerin çoğunluğu evlidir.

**Tablo 3. İşletmenin Faaliyet Alanı**

<b>İşletmenin Faliyet Alanı</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Bakkallar, Kasaplar ve Lokantacılar Odasına Bağlı Olan Esnaf ve Sanatkârlar	26	17,3
Elektrik-Elektronik Odasına Bağlı Olan Esnaf ve Sanatkârlar	11	7,3
Tuhafiyeciler, Berberler ve Kuaförler Odasına Bağlı Olan Esnaf ve Sanatkârlar	40	26,7
Fırıncılar ve Pastaneciler Odasına Bağlı Esnaf ve Sanatkârlar	30	20,0
Demirciler ve Tamirciler Odasına Bağlı Olan Esnaf ve Sanatkârlar	7	4,7
Şoförler Odasına Bağlı Olan Esnaf ve Sanatkârlar	12	8,0
Marangozlar Odasına Bağlı Olan Esnaf ve Sanatkârlar	5	3,3
Ayakkabıcılar Odasına Bağlı Olan Esnaf ve Sanatkârlar	3	2,0
Kuyumcular Odasına Bağlı Olan Esnaf ve Sanatkârlar	11	7,3
Terziler ve Yorgancılar Odasına Bağlı Olan Esnaf ve Sanatkârlar	5	3,3
Toplam	150	100,0

Tablo.3.'te ankete katılan işletmelerin faaliyet alanı verilmiştir. Görüldüğü üzere ankete katılan 150 işletmeden % 17'si (26) Bakkallar, Kasaplar ve Lokantacılar Odasına bağlı olan esnaf ve sanatkârlar, % 7'si Elektrik-Elektronik Odasına bağlı olan esnaf ve sanatkârlar, % 27'si Tuhafiyeciler, Berberler ve Kuaförler Odasına bağlı olan esnaf ve s, % sanatkârlar, 20'si Fırıncılar ve Pastaneciler Odasına bağlı esnaf ve sanatkârlar, % 5'i Demirciler ve Tamirciler Odasına bağlı olan esnaf ve sanatkârlar, % 8'i Şoförler Odasına Bağlı olan esnaf ve sanatkârlar, % 3'ü Marangozlar Odasına bağlı olan esnaf ve sanatkârlar, % 2'si Ayakkabıcılar Odasına bağlı olan esnaf ve sanatkârlar, %7'si Kuyumcular Odasına bağlı olan esnaf ve sanatkârlar, % 3'ü Terziler ve Yorgancılar Odasına bağlı olan esnaf ve sanatkârlar faaliyet alanında çalışmaktadırlar.

**Tablo 4. İşletme Kuruluş Yılı**

<b>İşletmenin Kuruluş Yılı</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
1940-1960	4	2,7
1961-1980	9	6,0
1981-2000	48	32,0
2001-2016	89	59,3
Toplam	150	100,0

Tablo 4'te ankete katılan işletmelerin kuruluş yılına göre dağılımı verilmiştir. Tablo 17'ye göre ankete katılan işletmelerin çoğunluğu 2001-2016 yılları arasında kurulmuş olan yeni oluşumlu işletmeleri kapsamaktadır. Ankete katılan 150 işletmenin 4'ü (%2) 1940-1960 yılları arasında, 9'u (%6) 1961-1980 yılları arasında, 48'i (%32) 1981-2000 yılları arasında, 89'u (%59) 2006-2016 yılları arasında kurulmuştur. Ankete katılan işletmelerin yarısından fazlası yeni kurulmuş işletmelerdir

**Tablo 5. İşletmenizdeki Çalışan Toplam İş Gücü Sayısı**

<b>İşletmede Çalışan Toplam İş Gücü Sayısı</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
1 Çalışan Var	13	8,7
2-5 Çalışan	77	51,3
6-10 Çalışan	47	31,3
11-15 Çalışan	11	7,3
16 ve Üzeri Çalışan	2	1,3
Toplam	150	100,0

Ankete katılan işletmelerden % 8'inin 1 çalışanı varken, % 51'inin 2-5 arası çalışanı, % 31'inin 6-10 arası çalışanı, % 7'sinin 11-15 arası çalışanı ve % 1'inin 16 veya daha fazla çalışanı bulunmaktadır (Tablo 5).

**Tablo 6.** İşletmenizde Çalışan Toplam Suriyeli Sayısı

<b>İşletmenizde Çalışan Toplam Suriyeli Sayısı</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Suriyeli Çalışan Yok	66	44,0
1-5 Suriyeli Çalışan	79	52,7
6-10 Suriyeli Çalışan	5	3,3
Toplam	150	100,0

Ankete katılan işletmelerde çalışan Suriyelilerin dağılımı Tablo 6.'da gösterilmiştir. Tablo 19'a göre örneklerin % 44'ünün Suriyeli çalışan bulunmazken, % 52'sinin 1-5 arası Suriyeli çalışanı, % 5'inde 6-10 arası Suriyeli çalışanı bulunmaktadır.

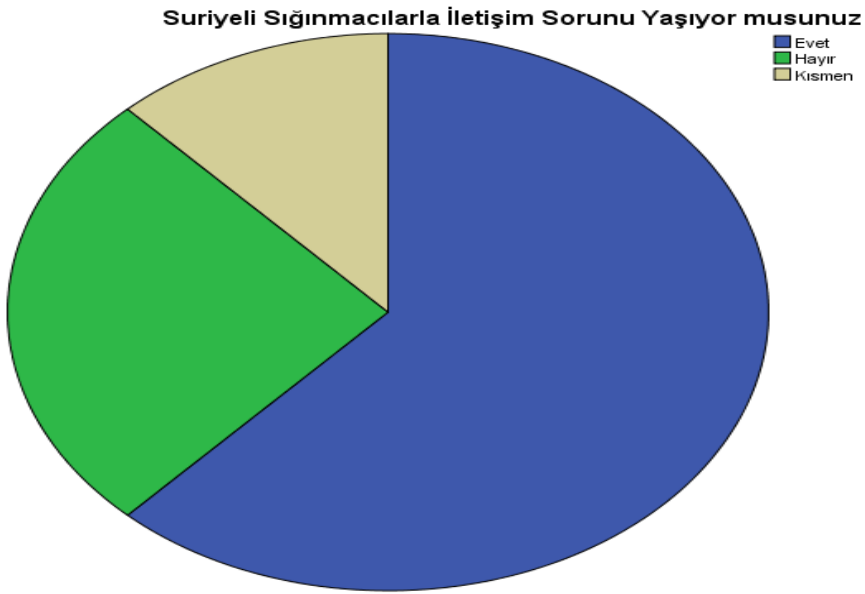
**Tablo 7.** Suriyelilerin Gelişini Nasıl Değerlendiriyorsunuz

<b>Suriyelilerin Gelişini Nasıl Değerlendiriyorsunuz</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Olumlu	53	35,3
Olumsuz	80	53,3
Fikrim Yok	17	11,3
Toplam	150	100,0

Tablo 7'de Kilisli esnaf ve sanatkarların Suriyelilerin gelişini nasıl değerlendirdiklerine dair soruya verdikleri yanıtların dağılımı yer almaktadır. Örneklerden % 35'i Suriyeli sığınmacıların gelişini olumlu değerlendirmiş olup Suriyelilerin gelmesiyle birlikte alışverişin canlanarak gelir seviyelerinin arttığını ifade etmişlerdir. Örneklerden % 53 'ü Suriyeli sığınmacıların gelişini olumsuz buldukları cevabını vermiştir. Yüz yüze yapılan görüşmelerden edinilen bilgiye göre Suriyeli sığınmacıların pazarlık yaptıkları malın fiyatından daha düşük ücret ödeme hususunda çok ısrarcı oldukları bunun yanında ciddi boyutta iletişim problemi yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Örneklerden % 11 i de Suriyeli sığınmacıların gelişine ilgili fikrim yok yanıtını vermiştir. Görüldüğü üzere Kilis ilindeki esnaf ve sanatkarlar Suriyelilerin gelişini olumsuz olarak değerlendirmişlerdir.

**Tablo 8.** Suriyeli Sığınmacılarla İletişim Sorunu Yaşıyor musunuz?

Suriyeli Sığınmacılarla İletişim Sorunu Yaşıyor musunuz?	Sayı	%
Evet	93	62,0
Hayır	39	26,0
Kısmen	18	12,0
Toplam	150	100,0

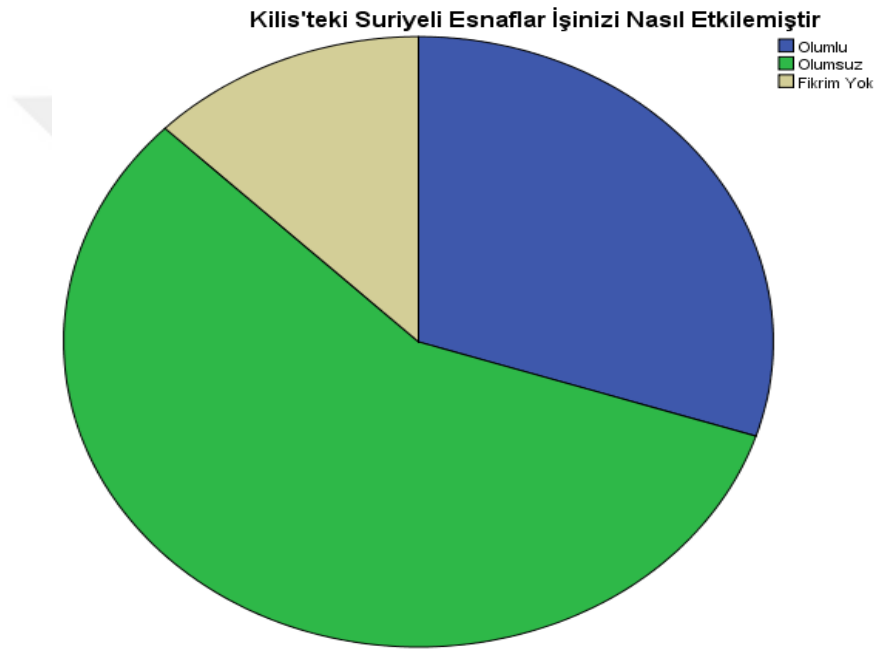


**Şekil 3.** Suriyeli Sığınmacılarla İletişim Sorunu Yaşıyor musunuz?

Şekil 3’de ve Tablo 8’de ankete katılan Kiliste faaliyet gösteren yerli esnaf ve sanatkarın “Suriyeli sığınmacılarla iletişim sorunu yaşıyor musunuz” sorusuna verdikleri yanıtların dağılımı verilmiştir. Örneklerden % 62’si evet cevabını vererek iletişim sorunu yaşadığını, % 26’sı hayır cevabı vererek iletişim sorunu yaşamadıklarını, % 12’si de kısmen cevabını vermiştir. Görüldüğü üzere Suriyeli sığınmacılarla iletişim sorunu önemli ölçüde yaşanmaktadır.

**Tablo 9.** Kilis'teki Suriyeli Esnaflar İşinizi Nasıl Etkilemiştir?

Kilis'teki Suriyeli esnaflar işinizi nasıl etkilemiştir?	Sayı	%
Olumlu	45	30,0
Olumsuz	86	57,3
Fikrim Yok	19	12,7
Toplam	150	100,0



**Şekil 4.** Kilis'teki Suriyeli esnaflar işinizi nasıl etkilemiştir?

Şekil 4'te ve Tablo 9'da bu soruya verilen cevapların dağılımı yer almaktadır. Örneklemlerden % 30'u olumlu etkilediğini, % 57'si olumsuz etkilediğini, % 13 'ü de fikrim yok cevabını vermiştir. Görüldüğü üzere Kilisli yerli esnaf ve sanatkârlar Suriyeli esnafların işlerini olumsuz yönde etkilediğini belirtmiştir. Yapılan görüşmelerde Suriyeliler öncelikle kendiler gibi Suriyeli olan esnafları tercih etmişlerdir. Kültür ve alışkanlıkların aynı olması, daha düşük fiyatta mal alış verişinin olmasıyla birlikte daha kolay iletişim kurabilmelerini gerekçe olarak göstermişlerdir.

**Tablo 10.** Suriyeliler Gelmeden Önceki (2011 öncesi) Kazancınızı Değerlendirir Misiniz?

<b>Suriyeliler Gelmeden Önceki Kazancınızı Değerlendirir Misiniz?</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Daha İyi	60	40,0
Daha Kötü	51	34,0
Değişim Yok	39	26,0
Toplam	150	100,0

Ankete katılan örneklere “Suriyeliler gelmeden önceki (2011 öncesi) kazancınızı değerlendirir misiniz?” sorusu sorulmuştur. Tablo 10'da bu soruya verilen cevapların dağılımı yer almaktadır. Örneklemlerden % 40'ı daha iyi, % 34'ü daha kötü, %26'sı da değişim yok cevabını vermiştir.

**Tablo 11.** Suriyeliler Geldikten Sonraki (2011 sonrası) Kazancınızı Değerlendirir Misiniz?

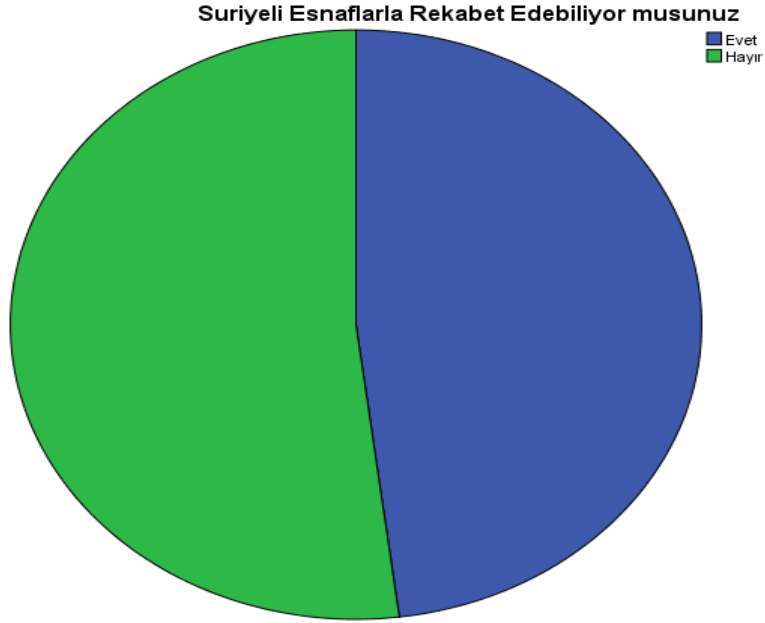
<b>Suriyeliler Geldikten Sonraki Kazancınızı (2011sonrası) değerlendirir misiniz?</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Daha İyi	66	44,0
Daha Kötü	55	36,7
Değişim Yok	29	19,3
Toplam	150	100,0

Ankete katılan örneklere “Suriyeliler geldikten sonraki (2011 sonrası) kazancınızı değerlendirir misiniz?” sorusu sorulmuştur. Tablo 11'de bu soruya verilen cevapların dağılımı yer almaktadır. Örneklemlerden % 44'ü daha iyi, % 37'si daha kötü, %19'u da değişim yok cevabını vermiştir.

**Tablo 12.** Suriyeli Esnaflarla Rekabet Edebiliyor musunuz?

<b>Suriyeli Esnaflarla Rekabet Edebiliyor musunuz?</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Evet	72	48,0
Hayır	78	52,0
Toplam	150	100,0





**Şekil 5.** Suriyeli Esnaflarla Rekabet Edebiliyor musunuz?

Ankete katılan örneklere “Suriyeli esnaflarla rekabet edebiliyor musunuz?” sorusu sorulmuştur. Şekil 5'te ve Tablo 12'de bu soruya verilen cevapların dağılımı yer almaktadır. Örneklere % 48'i evet rekabet edebiliyorum, % 52'si ise hayır rekabet edemiyorum cevabını vermiştir. Sonuç olarak Kilis'teki esnaflar Suriyeli esnaflarla rekabet edemediklerini ifade etmişlerdir.

**Tablo 13.** Suriyeli Çalışmanız Türkçe Biliyor mu?

Suriyeli Çalışmanız Türkçe Biliyor mu?	Sayı	%
Evet	70	46,7
Hayır	80	53,3
Toplam	150	100,0

Tablo 13'te “Suriyeli çalışmanız Türkçe biliyor mu” sorusuna verilen yanıtların dağılımı yer almaktadır. Ankete katılanların % 47'si evet biliyor, % 53'ü hayır bilmiyorum yanıtı vermiştir.

**Tablo 14.** Suriyeli Müşterilerle İletişim Problemi Yaşama Sebebiniz Nedir?

Suriyeli Müşterilerle İletişim Problemi Yaşama Sebebiniz Nedir?	Sayı	%
Arapça Bilmemek	53	35,3
Kültür ve Alışkanlıklarının Farklı Olması	34	22,7
Suriyelilerin Türkçe Bilmemesi	63	42,0
Toplam	150	100,0

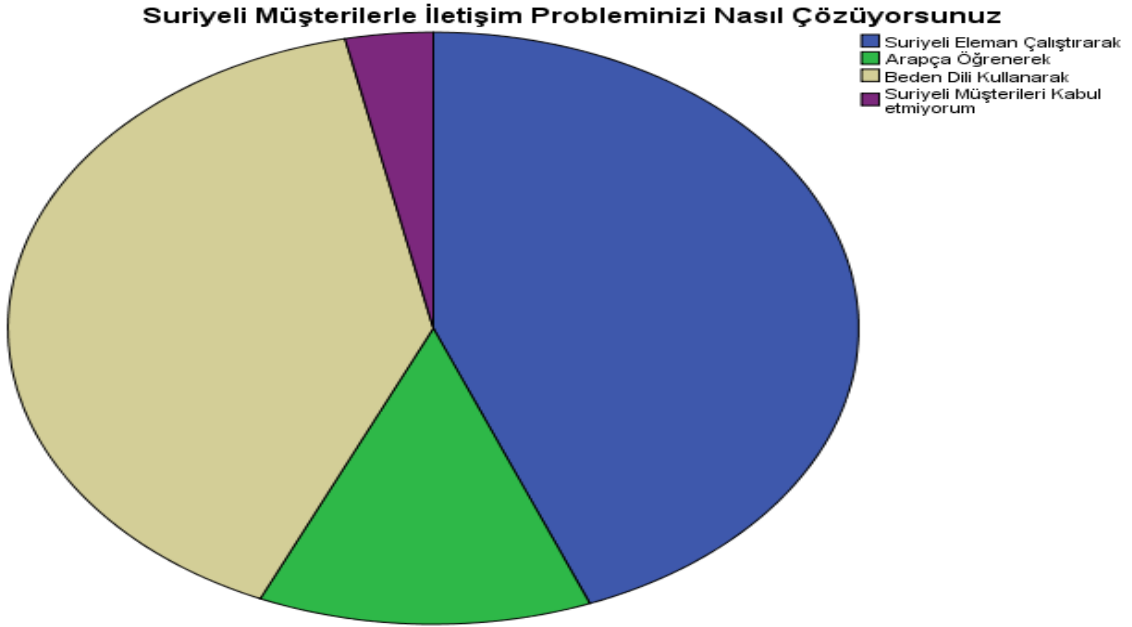


**Şekil 6.** Suriyeli Müşterilerle İletişim Problemi Yaşama Sebebiniz Nedir?

Ankete katılan örneklere “Suriyeli müşterilerle iletişim problemi yaşama sebebiniz nedir?” sorusu sorulmuştur. Tablo 14’te bu soruya verilen cevapların dağılımı yer almaktadır. Örneklemlerden % 35’i Arapça bilmemek, % 23’ü kültür ve alışkanlıkların farklı olması, % 42’si de Suriyelilerin Türkçe bilmemesi cevabını vermiştir. Görüldüğü gibi çoğunlukla Suriyelilerin Türkçe bilmemesinden kaynaklı iletişim sorunu yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Yapılan anket görüşmelerinde de Suriyelilerin Türkiye’de oldukları için Türkçeyi öğrenme konusunda daha istekli ve gerekli olmaları gerektiğini ifade etmişlerdir.

**Tablo 15.** Suriyeli Müşterilerle İletişim Probleminizi Nasıl Çözüyorsunuz?

Suriyeli Müşterilerle İletişim Probleminizi Nasıl Çözüyorsunuz?	Sayı	%
Suriyeli Eleman Çalıştırarak	66	44,0
Arapça Öğrenerek	19	12,7
Beden Dili Kullanarak	60	40,0
Suriyeli Müşterileri Kabul etmiyorum	5	3,3
Toplam	150	100,0



**Şekil 7.** Suriyeli Müşterilerle İletişim Probleminizi Nasıl Çözüyorsunuz?

Şekil 7'de ve Tablo 15'te bu soruya verilen cevapların dağılımı yer almaktadır. Örneklemelerden % 44'ü Suriyeli eleman çalıştırarak, % 13'ü Arapça öğrenerek, %40'ı beden dili kullanarak, % 5'i ise Suriyeli müşteri kabul etmiyorum yanıtlarını vermiştir. Sonuç olarak Kilis'te faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlar Suriyeli müşterilerle daha rahat iletişim kurabilmek için Suriyeli eleman çalıştırmayı uygun buluyorlar yine örnekleme katıların büyük bir kısmı da beden dili ile de iletişim kurarak alış veriş yaptıklarını ifade etmişlerdir.

**Tablo 16. İşyerinizde Suriyeli Eleman Çalıştırma Sebebiniz Nedir?**

<b>İşyerinizde Suriyeli Eleman Çalıştırma Sebebiniz Nedir?</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Suriyeli Sığınmacılara İstihdam Sağlamak	21	14,0
Ucuz İş Gücü	90	60,0
Suriyeli Müşterilerle Daha İyi İletişim Kurabilmek için	39	26,0
Toplam	150	100,0

Tablo 16'da bu soruya verilen cevapların dağılımı yer almaktadır. Örneklemelerden % 14'ü Suriyeli sığınmacılara istihdam sağlamak, % 60'ı ucuz iş gücü, % 26'sı Suriyeli müşterilerle daha iyi iletişim kurabilmek için işyerlerinde Suriyeli eleman çalıştırma sebeplerini belirtmişlerdir. Görüldüğü üzere Kilis'te faaliyet gösteren yerli esnaf ve sanatkarın Suriyeli eleman çalıştırma sebebi daha çok ucuz iş gücü olmuştur.

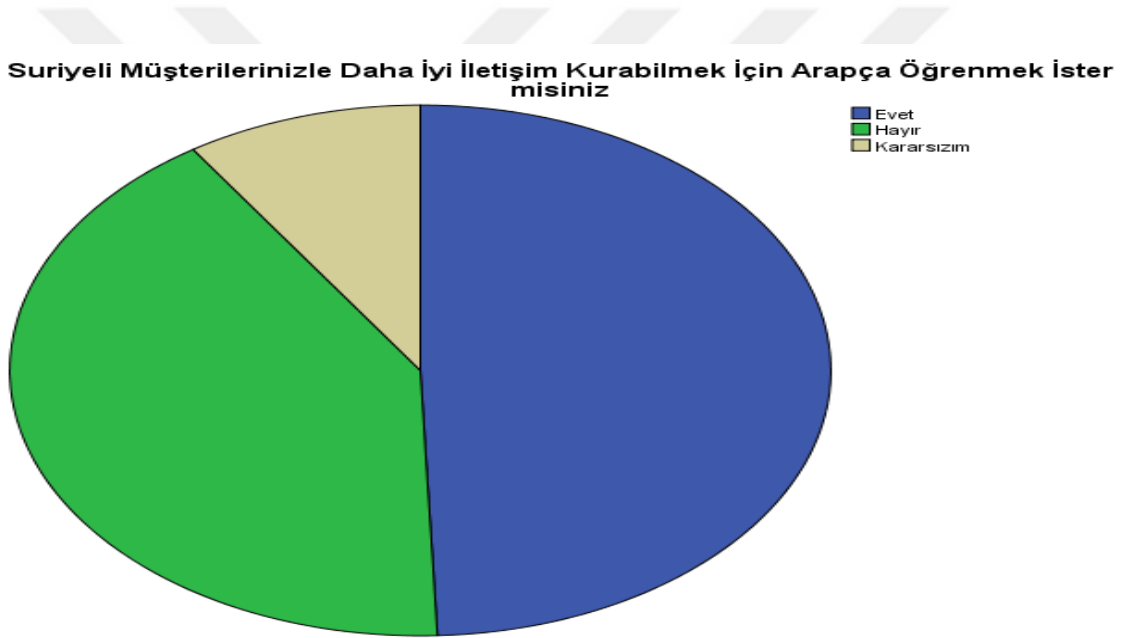
**Tablo 17. Suriyeli Müşterilerinizle Yaşadığınız İletişim Sorunundan Dolayı Müşteri Kaybınız Oldu mu?**

<b>Suriyeli Müşterilerinizle Yaşadığınız İletişim Sorunundan Dolayı Müşteri Kaybınız Oldu mu?</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Evet	83	55,3
Hayır	67	44,7
Toplam	150	100,0

Tablo 17'de bu soruya verilen cevapların dağılımı yer almaktadır. Örneklemelerden % 55'i evet, % 45 'i de hayır cevabını vermiştir. Görüldüğü gibi ankete katılan esnaf ve sanatkarların çoğunluğu iletişim probleminden kaynaklı müşteri kaybının olduğunu ifade etmiştir.

**Tablo 18.** Suriyeli Müşterilerinizle Daha İyi İletişim Kurabilmek İçin Arapça Öğrenmek İster misiniz?

Suriyeli Müşterilerinizle Daha İyi İletişim Kurabilmek İçin Arapça Öğrenmek İster misiniz?	Sayı	%
Evet	74	49,3
Hayır	62	41,3
Kararsızım	14	9,3
Toplam	150	100,0

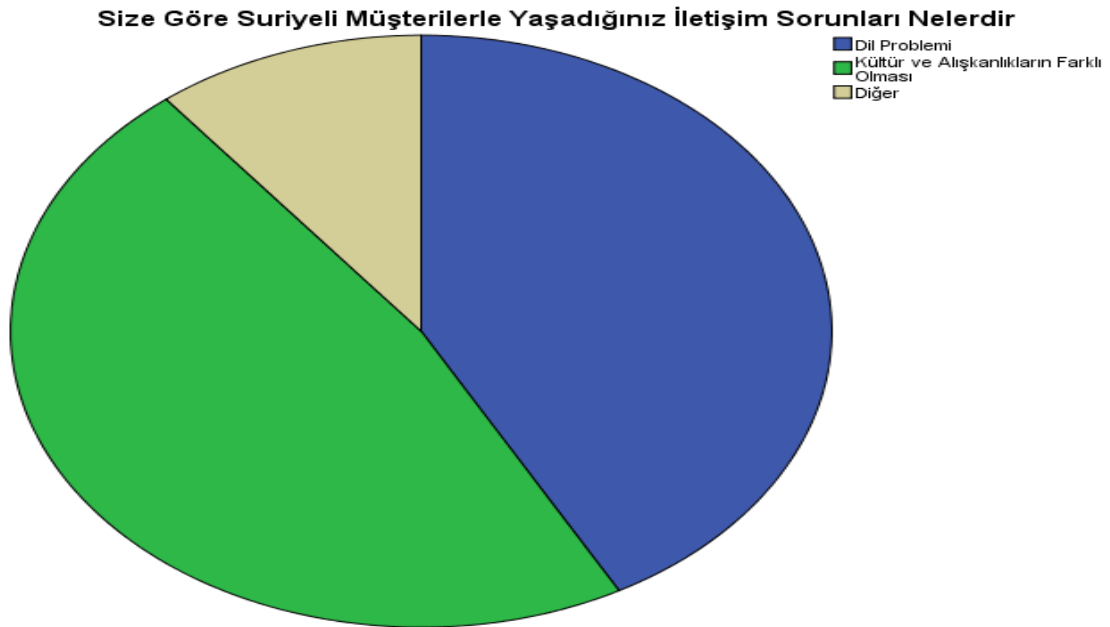


**Şekil 8.** Suriyeli Müşterilerinizle Daha İyi İletişim Kurabilmek İçin Arapça Öğrenmek İster misiniz?

Ankete katılan örneklere “Suriyeli müşterilerinizle daha iyi iletişim kurabilmek için Arapça öğrenmek ister misiniz?” sorusu sorulmuştur. Şekil 8’de ve Tablo 18’de bu soruya verilen cevapların dağılımı yer almaktadır. Örneklemlerden % 49’u evet, % 41’i hayır, %10’u ise kararsızım cevabını vermiştir. Sonuç olarak yapılan görüşmeleri de göz önünde bulundurulursa ankete katılan örneklemlerin çoğunluğu “bir dil bir insan” mantığından yola çıkarak dil öğrenmenin gerekli olduğunu ifade etmişlerdir.

**Tablo 19.** Size Göre Suriyeli Müşterilerle Yaşadığınız İletişim Sorunları Nelerdir?

Size Göre Suriyeli Müşterilerle Yaşadığınız İletişim Sorunları Nelerdir	Sayı	%
Dil Problemi	63	42,0
Kültür ve Alışkanlıkların Farklı Olması	71	47,3
Diğer	16	10,7
Toplam	150	100,0



**Şekil 9.** Size Göre Suriyeli Müşterilerle Yaşadığınız İletişim Sorunları Nelerdir?

Ankete katılan 150 esnaf ve sanatkara “Size göre Suriyeli müşterilerle yaşadığınız iletişim sorunları nelerdir?” sorusu sorulmuştur. Şekil 9.'da ve Tablo 19.'da görüldüğü üzere ankete katılan esnaf ve sanatkarların çoğunluğu (%47) kültür ve alışkanlıkların farklı olmasından dolayı Suriyeli müşterilerle iletişim sorunu yaşadıklarını ifade etmişlerdir.

## **6.10. Hipotezlerin Analizi**

Araştırmada test edilen ‘‘Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârları arasında kùltürler arası iletişim etkinliği dűřùktür’’ hipotezine faktör analizi, geçerlilik/güvenilirlik analizleri yapıldıktan sonra aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine göre test edilmiş olup; ‘‘Demografik verilere göre Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârların arasında kùltürler arası iletişim etkinliğine ilişkin algılar farklıdır’’ hipotezleri ise T ve F testleri ile analiz edilmiştir. Aşağıda bu analizlere ilişkin sonuçlar verilmiştir.

### **6.10.1. Faktör Analizi**

Birbirleriyle ilişkili değişkenlerin bir araya getirilmesiyle az sayıda, kolay anlaşılabilir, kavramsal olarak anlamlı, birbirinden bağımsız yeni değişkenler bulmayı hedefleyen çok değişkenli bir istatistik yöntemidir (Cengiz ve Kılınç, 2007:352). Tablo.20.'de araştırmada kullanılan değişkenlere ilişkin faktör analizi sonucu verilmiştir.

**Tablo 20. Faktör Analizi**

	1	2	3	4	5	6
Suriyeli sığınmacılarla konuşmak bana göre kolaydır.	0,823					
Suriyeli sığınmacılarla iletişim kurmak bana göre kolaydır.	0,772					
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle konuşmaya nasıl başlayacağımı bilirim.	0,736					
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle kendimi rahat hissedirim.	0,504					
Suriyeli sığınmacılarla iletişim kurduğumda kendimi ifade etmekten çekinirim.		0,751				
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle görüldüğüm gibi davranamıyorum.		0,732				
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle farklı davranışlar içerisine girerim.		0,672				
Suriyeli sığınmacılarla iletişimim esnasında düşüncelerimi açıkça ifade edebilirim.			0,765			
Suriyeli sığınmacılarla iletişim esnasında sorulan sorulara etkili cevap veririm.			0,614			
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle onlarla aramda birçok ortak nokta olduğunu düşünürüm.			0,768			
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle dil problemi yaşıyorum.				0,630		
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde bilgilendirici ve ikna edici mesajları ayırmada zorlanırım.				0,714		
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle konunun ne olduğunu anlamakta zorlanırım				0,659		
Suriyeli sığınmacıların kültürel benzerliklerini benimsemekte zorlanıyorum.					0,728	
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle onlarla aramda bir mesafe olduğunu hissedirim					0,764	
Suriyeli sığınmacılarla iletişim kurarken kendimi onların yerine koyabilmekte zorlanmam.					0,489	
Suriyeli sığınmacılarla iletişim kurarken onların kültürünü dikkate alarak göz temasında bulunurum						0,642
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle onlara saygılı davranırım.						0,743
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle onların düşüncelerine saygı gösteririm.						0,798

Toplam açıklanan varyans: 51,754



Tablo 20.'de görüldüğü üzere araştırmada kullanılan 6 değişkene (1=İletişim Rahatlığı, 2=Davranışsal Esneklik, 3=Etkileşimde Saygı, 4=Mesaj Verme Kabiliyeti, 5=Kimlik Koruma ve 6=Etkileşim Yönetimi) ait soruların tümü ilgili faktörlere yüklenmiş olup genel itibari ile faktör yükleri yüksek çıkmıştır. Yalnız davranışsal esneklik değişkenine ait bir soru (Suriyeli sığınmacılarla iletişimde bana göre en iyi yol kendin gibi davranmaktır.) ilgili faktöre yüklenmediği için analizden çıkarılmıştır.

### 6.10.2. Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik Analizi değerlendirilirken 0,00-0,40 güvenilir değil, 0,41-0,60 düşük güvenilirlikte, 0,61-0,80 oldukça güvenilir, 0,81-1,00 yüksek derecede güvenilir kabul edilmektedir (Akdağ, 2011: 24).

**Tablo 21.** Güvenilirlik Analizi

	Cronbach's Alpha	Soru sayısı
İletişim Rahatlığı	0,767	4 soru
Davranışsal Esneklik	0,725	3 soru
Etkileşimde Saygı	0,718	3 soru
Mesaj Verme Kabiliyeti	0,652	3 soru
Kimlik Koruma	0,638	3 soru
Etkileşim Yönetimi	0,755	3 soru

Tablo 21.'de görüldüğü gibi ölçeklerin güvenilirliğini analiz edebilmek için her bir grup ayrı ayrı güvenilirlik analizine tabii tutulmuştur. Tabloda görüldüğü üzere tüm değişkenlerin güvenilirlik değerleri sosyal bilimlerde yeterli görülen değerlerin (0,600) üzerinde çıkmıştır.

### 6.10.3. Kültürler arası İletişim Etkinliğine İlişkin Hipotezin Analizi

Bu çalışmada araştırma hipotezlerinden “Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârları arasındaki kültürler arası iletişim etkinliği düşüktür.” hipotezi aritmetik ortalama değerlerine göre analiz edilmiştir. Bu analizde değerlendirme ortalama değerlere göre yapılmış olup araştırmaya katılanların vermiş oldukları cevaplara göre aritmetik ortalama değeri 3 puanın altı olan değişkenler için düşük algı düzeyinin olduğu, 3 puanın üzerinde olan değişkenler için ise yüksek algı düzeyinin olduğu kabul edilmiştir. Her bir alt değişken için

(iletişim rahatlığı, davranışsal esneklik, etkileşimde saygı, mesaj verme kabiliyeti, kimlik koruma, etkileşim yönetimi ) ayrı ayrı analiz yapılmış olup aşağıda bu analizler verilmiştir.

**Tablo 22. İletişim Rahatlığına İlişkin Algılar**

İletişim Rahatlığı	Kesinlikle Katılmıyoru m %	Katılmıyoru m %	Kararsızım %	Katılıyorum %	Kesinlikle Katılıyorum	Ortalama	Standart Sapma
Suriyeli sığınmacılarla konuşmak bana göre kolaydır.	26	26	26	26	26	2,480	1,262
Suriyeli sığınmacılarla iletişim kurmak bana göre kolaydır.	17	17	17	17	17	2,793	1,265
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle konuşmaya nasıl başlayacağımı bilirim.	12	12	12	12	12	2,973	1,271
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle kendimi rahat hissedirim.	15	15	15	15	15	3,113	1,308
Ortama						2,839	1,276

Tablo 22.'de görüldüğü gibi Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârları arasında kültürler arası iletişim etkinliği ölçmeye yönelik alt değişkenlerden olan iletişim rahatlığı değişkeni ait algılar genel olarak düşüktür. Çünkü iletişim rahatlığı değişkeninin genel ortalaması 2,839 çıkmıştır. Bu durumda araştırma kapsamında tet edilen H1a hipotezi desteklenmiştir. Yani Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârları arasındaki kültürler arası iletişim rahatlığının etkinliği araştırma kapsamında düşük çıkmıştır.

**Tablo 23.** Davranışsal Esnekliğe İlişkin Algılar

Davranışsal Esneklik	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum %	Kararlılık %	Katılıyorum %	Kesinlikle Katılıyorum %	Ortalama	Standart Sapma
Suriyeli sığınmacılarla iletişim kurduğumda kendimi ifade etmekten çekinirim.	25	25	25	25	25	2,306	1,110
Suriyeli sığınmacılarla iletişimde genellikle görüldüğüm gibi davranamıyorum.	25	25	25	25	25	2,666	1,344
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle farklı davranışlar içerisine girerim	17	17	17	17	17	2,740	1,228
Ortama						2,570	1,227

Tablo 23.'te görüldüğü gibi Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârları arasında kültürler arası iletişim etkinliği ölçmeye yönelik alt değişkenlerden olan davranışsal esneklik değişkenine ait algılar genel olarak düşüktür. Çünkü davranışsal esneklik değişkeninin genel ortalaması 2,570 çıkmıştır. Bu durumda araştırma kapsamında test edilen H1b hipotezi desteklenmiştir. Yani Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârları arasındaki kültürler arası iletişim rahatlığının etkinliği araştırma kapsamında düşük çıkmıştır.

**Tablo 24.** Etkileşimde Saygıya İlişkin Algılar

Etkileşimde Saygı	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum %	Kararlılık %	Katılıyorum %	Kesinlikle Katılıyorum %	Ortalama	Standart Sapma
Suriyeli sığınmacılarla iletişim kurarken onların kültürünü dikkate alarak göz temasında bulunurum.	15	15	15	15	15	3,186	1,286
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle onlara saygılı davranırım.	10	10	10	10	10	3,546	1,201
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle onların düşüncelerine saygı gösteririm.	11	11	11	11	11	3,573	1,233
Ortama						3,435	1,24

Tablo 24.'te görüldüğü gibi Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârları arasında kültürler arası iletişim etkinliği ölçmeye yönelik alt değişkenlerden olan etkileşimde saygı değişkenine ait algılar genel olarak yüksektir. Çünkü etkileşimde saygı değişkeninin genel ortalaması 3,435 çıkmıştır. Bu durumda araştırma kapsamında test edilen H1c hipotezi desteklenmemiştir. Yani Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârları arasındaki kültürlerarası iletişim etkinliğinin alt değişkeni olan etkileşimde saygı etkinliği araştırma kapsamında yüksek çıkmıştır.

**Tablo 25.** Mesaj Verme Kabiliyetine İlişkin Algılar

Mesaj Verme Kabiliyeti	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum %	Kararsız %	Katılıyorum %	Kesinlikle Katılıyorum %	Ortalama	Standart Sapma
Suriyeli sığınmacılarla iletişimde genellikle dil problemi yaşıyorum.	17	17	17	17	17	3,226	1,395
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde bilgilendirici ve ikna edici mesajları ayırmada zorlanırım	12	12	12	12	12	3,120	1,203
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle konunun ne olduğunu anlamakta zorlanırım.	11	11	11	11	11	3,053	1,208
Ortama						3,133	1,268

Tablo 25'te görüldüğü gibi Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârları arasında kültürler arası iletişim etkinliği ölçmeye yönelik alt değişkenlerden olan mesaj verme kabiliyeti değişkenine ait algılar genel olarak yüksektir. Çünkü mesaj verme kabiliyeti değişkeninin genel ortalaması 3,133 çıkmıştır. Bu durumda araştırma kapsamında test edilen H1d hipotezi desteklenmemiştir. Yani Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârları arasındaki kültürlerarası iletişim etkinliğinin alt değişkeni olan etkileşimde mesaj verme kabiliyeti araştırma kapsamında yüksek çıkmıştır.

**Tablo 26.** Kimlik Korumaya İlişkin Algılar

<b>Kimlik Koruma</b>	<b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>	<b>Katılmıyorum m %</b>	<b>Karasızım %</b>	<b>Katılıyorum %</b>	<b>Kesinlikle Katılıyorum</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>
Suriyeli sığınmacıların kültürel benzerliklerini benimsemekte zorlanıyorum.	17	17	17	17	17	3,180	1,405
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle onlarla aramda bir mesafe olduğunu hissedirim.	13	13	13	13	13	3,166	1,297
Suriyeli sığınmacılarla iletişim kurarken kendimi onların yerine koyabilmekte zorlanmam.	9	9	9	9	9	3,280	1,159
Ortama						3,208	1,287

Tablo 26’da görüldüğü gibi Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârları arasında kültürler arası iletişim etkinliği ölçmeye yönelik alt değişkenlerden olan kimlik koruma değişkenine ait algılar genel olarak yüksektir. Çünkü kimlik koruma değişkeninin genel ortalaması 3,208 çıkmıştır. Bu durumda araştırma kapsamında test edilen H1e hipotezi desteklenmemiştir. Yani Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârları arasındaki kültürlerarası iletişim etkinliğinin alt değişkeni olan kimlik koruma araştırma kapsamında yüksek çıkmıştır.

**Tablo 27.** Etkileşim Yönetimine İlişkin Algılar

<b>Etkileşim Yönetimi</b>	<b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>	<b>Katılmıyorum %</b>	<b>Karasızım %</b>	<b>Katılıyorum %</b>	<b>Kesinlikle Katılıyorum %</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>
Suriyeli sığınmacılarla iletişimim esnasında düşüncelerimi açıkça ifade edebilirim.	17	17	17	17	17	2,926	1,311
Suriyeli sığınmacılarla iletişim esnasında sorulara etkili cevap veririm.	13	13	13	13	13	2,806	1,207
Suriyeli sığınmacılarla iletişimim genellikle onlarla aramda birçok ortak nokta olduğunu düşünürüm.	27	27	27	27	27	2,713	1,362
Ortama						2,815	1,29

Tablo 27.'de görüldüğü gibi Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârları arasında kültürler arası iletişim etkinliği ölçmeye yönelik alt değişkenlerden olan etkileşim yönetimi değişkenine ait algılar genel olarak düşüktür. Çünkü etkileşim yönetimi değişkeninin genel ortalaması 2,815 çıkmıştır. Bu durumda araştırma kapsamında test edilen H1f hipotezi desteklenmiştir. Yani Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârları arasındaki kültürlerarası iletişim etkinliğinin alt değişkeni olan etkileşim yönetimi araştırma kapsamında düşük çıkmıştır.

#### 6.10.4. Demografik Verilere İlişkin Hipotezin Analizi

Araştırma kapsamında test edilen “Demografik verilere göre Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârların arasında kültürler arası iletişim etkinliğine ilişkin algılar farklıdır.” temel hipotezi F testi ile kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada F testi kullanılmasının nedeni; verilerin normal dağılım göstermesidir.

Varyans Analizi diğer ismiyle F Testi (ANOVA, Analysis Of Variance) ikiden fazla grubun ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını test eden bir analizdir (<http://spssanalizi.com/uygulama/f-testi-varyans-analizi-anova/> Erişim: 20/07/2016). Sir Ronald Aylmer Fischer tarafından F dağılımı bulunmuştur. Temel olarak Fischer’in F dağılımı, beklenen, ve gözlenebilen değerlerin uyumunu test etmeye yarayan kay kare/ki kare dağılımından türetilmiştir. F değeri yalnızca pozitif değerler alır (<https://tr.wikipedia.org/wiki/F-test>. Erişim :20/09/2016). Aşağıda araştıma kapsamında yapılan bu analizler verilmiştir.

**Tablo 28.** F Testi Normallik Analizi (Varyanslar Arasında)

	Levene İstatistiği	Df 2	Anlamlılık
İletişim Rahatlığı	0,037	145	0,997
Davranışsal Esneklik	0,796	145	0,529
Etkileşimde Saygı	2,451	145	0,052
Mesaj Verme Kabiliyeti	1,306	145	0,271
Kimlik Koruma	,269	145	0,897
Etkileşim Yönetimi	1,266	145	0,286

**Tablo 29.** Eğitime Düzeyine Göre Kültürlerarası İletişim Etkinliğinin Analizi (F Testi)

Eğitim Durumu	Kareler Toplamı	Df	Kare Ortalama	F	Anlamlılık	
İletişim Rahatlığı	Gruplar Arasında	1,593	4	0,398	0,483	0,749
	Gruplar İçinde	119,692	145	,825		
	Genel Toplam	121,285	149			
Davranışsal Esneklik	Gruplar Arasında	2,504	4	0,626	0,769	0,547
	Gruplar İçinde	118,016	145	0,814		
	Genel Toplam	120,519	149			
Etkileşimde Saygı	Gruplar Arasında	2,475	4	0,619	0,752	0,558
	Gruplar İçinde	119,291	145	0,823		
	Genel Toplam	121,766	149			
Mesaj Verme Kabiliyeti	Gruplar Arasında	0,620	4	0,155	0,210	0,932
	Gruplar İçinde	106,714	145	0,736		
	Genel Toplam	107,333	149			
Kimlik Koruma	Gruplar Arasında	2,836	4	0,709	0,946	0,439
	Gruplar İçinde	108,619	145	0,749		
	Genel Toplam	111,455	149			
Etkileşim Yönetimi	Gruplar Arasında	2,128	4	0,532	0,607	0,658
	Gruplar İçinde	127,102	145	0,877		
	Genel Toplam	129,230	149			

Araştırma kapsamında test edilen “Eğitime düzeyine göre Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârların arasında kültürler arası iletişim etkinliğine ilişkin algılar farklıdır” hipotezi tablo 29’da görüldüğü üzere F testi kullanılarak analiz edilmiştir. Tabloda görüldüğü üzere kültürlerarası iletişim etkinliğini değişkenine (iletişim rahatlığı, davranışsal esneklik, etkileşimde saygı, mesaj verme kabiliyeti, kimlik koruma ve etkileşim yönetimi) ilişkin algılar eğitim düzeyine göre istatistiksel anlamda bir farklılık göstermemektedir. Yani; kültürlerarası iletişim etkinliğine ilişkin algılar araştırmaya katılanların eğitim düzeylerine göre aynıdır. Bu durumda H2a hipotezi araştırma kapsamında desteklenmemiştir.

**Tablo 30.** Medeni Duruma Göre Kültürlerarası İletişim Etkinliğinin Analizi (F Testi)

Medeni Durum	Kareler Toplamı	Df	Kare Ortalama	F	Anlamlılık	
İletişim Rahatlığı	Gruplar Arasında	1,304	2	0,652	0,799	0,452
	Gruplar İçinde	119,981	147	0,816		
	Genel Toplam	121,285	149			
Davranışsal Esneklik	Gruplar Arasında	0,372	2	0,186	0,228	0,797
	Gruplar İçinde	120,147	147	0,817		
	Genel Toplam	120,519	149			
Etkileşimde Saygı	Gruplar Arasında	5,820	2	2,910	3,689	0,027
	Gruplar İçinde	115,946	147	0,789		
	Genel Toplam	121,766	149			
Mesaj Verme Kabiliyeti	Gruplar Arasında	0,860	2	0,430	0,594	0,554
	Gruplar İçinde	106,473	147	0,724		
	Genel Toplam	107,333	149			
Kimlik Koruma	Gruplar Arasında	2,411	2	1,206	1,625	0,200
	Gruplar İçinde	109,044	147	0,742		
	Genel Toplam	111,455	149			
Etkileşim Yönetimi	Gruplar Arasında	0,196	2	0,098	0,112	0,894
	Gruplar İçinde	129,034	147	0,878		
	Genel Toplam	129,230	149			

Tablo 30’da “Medeni durumuna göre Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârların arasında kültürler arası iletişim etkinliğine ilişkin algılar farklıdır.” hipotezi analiz edilmiştir. Tabloda görüldüğü üzere kültürlerarası iletişim etkinliğini değişkeninin alt boyutlarından iletişim rahatlığı, davranışsal esneklik, mesaj verme kabiliyeti, kimlik koruma ve etkileşim yönetimi değişkenlerine ilişkin algılar istatistiksel anlamda bir farklılık göstermemektedir. Fakat etkileşimde saygı alt değişkeni medeni duruma göre istatistiksel anlamda % 5 seviyesinde bir farklılık göstermektedir. Bu durumda H2b hipotezi araştırma kapsamında desteklenmiştir. Çünkü kültürlerarası iletişim etkinliğini değişkeninin alt boyutlarından bir tanesinin farklılık göstermesi bu hipotezin desteklenmesi için yeterlidir.

Medeni duruma göre etkileşimde saygı değişkenine ilişkin algılar araştırmaya katılan grupların hangisinde farklılık gösterdiği Tukey analizi kullanılarak tespit edilmiştir. Tukey analizine göre; bekarlarla boşanmışlar arasında bir farklılık olduğu ve bekarların boşanmışlara göre etkileşimde saygıyı daha yüksek düzeyde algıladığı tespit edilmiştir. Yani bekarlar kültürlerarası iletişim etkinliğinde etkileşim saygı boşanmışlara göre daha yüksektir.



Diğer gruplar arasında (bekar ve evli, evli ve boşanmış) istatistiksel anlamda bir farklılık yoktur.

**Tablo 31.** Suriyelilerin Gelişini Nasıl Değerlendiriyorsunuza Göre F Testi (ANOVA)

Suriyelilerin Geliş Durumu		Kareler Toplamı	Df	Kare Ortalama	F	Anlamlılık
İletişim Rahatlığı	Gruplar Arasında	10,809	2	5,405	7,192	0,001
	Gruplar İçinde	110,476	147	0,752		
	Genel Toplam	121,285	149			
Davranışsal Esneklik	Gruplar Arasında	,027	2	0,013	0,016	0,984
	Gruplar İçinde	120,493	147	0,820		
	Genel Toplam	120,519	149			
Etkileşimde Saygı	Gruplar Arasında	,507	2	0,253	0,307	0,736
	Gruplar İçinde	121,259	147	0,825		
	Genel Toplam	121,766	149			
Mesaj Verme Kabiliyeti	Gruplar Arasında	4,733	2	2,366	3,390	0,036
	Gruplar İçinde	102,601	147	0,698		
	Genel Toplam	107,333	149			
Kimlik Koruma	Gruplar Arasında	1,503	2	0,752	1,005	0,369
	Gruplar İçinde	109,951	147	0,748		
	Genel Toplam	111,455	149			
Etkileşim Yönetimi	Gruplar Arasında	11,453	2	5,727	7,148	0,001
	Gruplar İçinde	117,777	147	0,801		
	Genel Toplam	129,230	149			

Tablo 31’de “Suriyelilerin gelişini nasıl değerlendiriyorsunuz sorusuna göre Suriyeli sığınmacılar ile Kilis esnaf ve sanatkârların arasında kültürler arası iletişim etkinliğine ilişkin algılar farklıdır.” hipotezi analiz edilmiştir. Tabloda görüldüğü üzere kültürlerarası iletişim etkinliği değişkeninin alt boyutlarından davranışsal esneklik, etkileşimde saygı, kimlik koruma değişkenlerine ilişkin algılar Suriyelilerin gelişini nasıl değerlendiriyorsunuz sorusuna göre istatistiksel anlamda bir farklılık göstermemektedir. Fakat İletişim rahatlığında ve etkileşim yönetiminde % 1 seviyesinde, mesaj verme kabiliyetinde ise %5 seviyesinde bir farklılık göstermektedir. Bu durumda H2c hipotezi araştırma kapsamında desteklenmiştir. Çünkü kültürlerarası iletişim etkinliğini değişkeninin alt boyutlarından bir tanesinin farklılık göstermesi bu hipotezin desteklenmesi için yeterlidir.

Suriyelilerin gelişini nasıl değerlendiriyorsunuz sorusuna göre iletişim rahatlığı, etkileşim yönetimi ve mesaj verme kabiliyeti değişkenlerine ilişkin algılar araştırmaya katılan grupların hangisinde farklılık gösterdiği Tukey analizi kullanılarak tespit edilmiştir. Tukey analizine göre; iletişim rahatlığı değişkeninde olumlu düşününlerle olumsuz düşünenler arasında görülmekte olup olumluların daha yüksek algıladığı; etkileşim yönetiminde olumlu düşününlerle olumsuz düşünenler arasında görülmekte olup olumluların daha yüksek algıladığı; mesaj verme kabiliyetinde olumlu düşünenlerle olumsuz düşünenler arasında görülmekte olup olumsuzların daha yüksek algıladığı tespit edilmiştir. Diğer gruplar arasında istatistiksel anlamda bir farklılık yoktur.



## SONUÇ

Kültür insanlığın ortak mirasıdır. Nerede bir toplum hayatı varsa orada bir kültür doğmuştur. En basit toplumlardan en gelişmiş toplumlara kadar kültür toplumların yaşamsal ortak noktalarıdır. Uygur (1984) hangi özelliği göz önünde bulundurulursa bulundursun kültür, insanın ortaya koyduğu ve içinde mutlaka insanın var olduğu tüm gerçekliktir diyerek insan olmadan kültür olamayacağını, kültürün insanlar ve toplumlar açısından hayati öneme sahip olduğunu ifade etmiştir. İnsan davranışlarının sınırı kültürel öğelerle belirlenir, bu sebepten kültür gerek bireysel gerekse toplumsal gelişme açısından kritik bir öneme sahiptir. Kültür, bir toplumu diğer toplumdan ayıran parmak izi gibidir.

Küreselleşmenin etkisi dünyanın her yerinde hissedilmekte olup günümüz dünyasında farklı uluslar, topluluklar, ait olma ve kültürler arasındaki ilişkiler hiç olmadığı kadar yoğun ve karmaşık bir hal almıştır. Böyle bir dünya konjonktüründe kültürlerarası iletişim etkinliği kavramı zamanın ruhunu anlamak ve analiz edebilmek açısından yaşamsal bir öneme sahiptir. Dolayısıyla kültürlerarası iletişim etkinliği var olan dünya konjonktürünün de ötesine geçerek, önemli boyutta bir gereksinim haline gelmiştir. Farklı uluslardan bireyler arasında farklılıkları görebilmek, analiz edebilmek ve olayları değerlendirmek ziyadesiyle önemlidir. Bu farklılıklar fark edilemediği takdirde yanlış anlamalar ortaya çıkabilmektedir. Kültürle ilgili yanlış anlamalar derinlerde saklı olduğundan yaşanan olumsuzluklar fark edilemeyebilir. Kültürlerarasındaki farklılıkların temelinde bir ülkede yaşayan o ülkenin kültürünü benimseyen kişilerin algı, değer, tutum ve davranışları gelmektedir. Bu sebeplede kişiler arasında görünmez sınırlar oluşmaktadır.

21. yüzyılda birçok ülke değişen ve gelişen teknolojiyle birlikte ekonomik, politik, teknolojik ve toplumsal yönden önemli düzeyde etkilenmişlerdir. Ortadoğu da bu etkilenmelerden nasibini almıştır. Kuzey Afrika ve Ortadoğu'da meydana gelen olaylara Arap Baharı adı verilmiştir. Bu kapsamda yaşanan Arap Baharının olumsuzluğu komşumuz Suriye'de yaşanmış olup Suriye'deki iç savaştan en çok etkilenen ülke de şüphesiz ki Türkiye olmuştur. Arap Baharı neticesinde en büyük göç dalgası Türkiye'ye olmuştur. Suriye'deki iç savaştan kaçarak Türkiye'ye 2,5 milyondan fazla sığınmacı göç etmiştir. Türkiye'de ki Suriyeli sığınmacıların yaklaşık 130 bini Kilis'te olup Kilis'te kendi il nüfusundan fazla Suriyeli yaşamaktadır. Bu nedenle Kilis'te Suriyeli sığınmacılardan kaynaklanan çeşitli sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel sorunların ortaya çıkması kaçınılmaz bir gerçektir.

Bu çalışmada, iletişimi en iyi yansıtan sürekli etkileşim halinde bulunan esnaf-müşteri ilişkisinden hareket ederek Türkiye (Kilis)-Suriye örneğiyle Kilis şehrinde faaliyet gösteren yerel esnaf ve sanatkârların 2011'den bu yana (2016) yoğunlukla muhattap oldukları Suriyeliler ile aralarındaki iletişim etkinliği tespit edilmeye çalışılmıştır.

Yapılan bu çalışmada Kilis'te faaliyet gösteren yerli esnaf ve sanatkârların Suriyeli müşterilerle olan ilişkisinde; iletişim rahatlığı, davranışsal esneklik, etkileşimde saygı, mesaj verme kabiliyeti, kimlik koruma ve etkileşim yönetimi alt boyutları ölçülerek kültürlerarası iletişim etkinliği belirlenmeye çalışılmıştır. Elde edilen bulgulara göre; Kilis esnaf ve sanatkârları arasında kültürler arası iletişim etkinliği ölçmeye yönelik alt değişkenlerden olan iletişim rahatlığı, davranışsal esneklik, etkileşim yönetimi değişkenlerine ait algıların genel olarak düşük; etkileşimde saygı, mesaj verme kabiliyeti ve kimlik koruma değişkenlerine ait algıların ise genel olarak yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Bir başka ifadeyle, Suriyeli sığınmacılarla etkileşim esnasında genellikle; konuşmaya nasıl başlayacaklarını bilmediklerini, kendilerini rahat hissedemediklerini, kendilerini ifade edemediklerini, görüldüğü gibi davranmadıklarını, farklı davranışlar içerisinde girdiklerini, düşüncelerini açıkça ifade edemediklerini, sorulan sorulara etkili cevap veremediklerini belirtmişlerdir. Suriyeli sığınmacılarla etkileşim sırasında genellikle; onlara saygılı davrandıklarını, onların düşüncelerine saygı gösterdiklerini, dil problemi yaşadıklarını, bilgilendirici ve ikna edici mesajları algılamakta zorlandıklarını, konunun ne olduğunu anlayamadıklarını, kültürel benzerlikleri benimsemekte zorlandıklarını, kendilerini onların yerine koyabilmekte zorlanmadıklarını, onlarla aralarında bir mesafe olduğunu hissettiklerini ifade etmişlerdir. Araştırma kapsamında Bu çalışmada etkileşimde saygı, mesaj verme kabiliyeti ve kimlik koruma değişkenlerine ait algıların genel olarak yüksek çıkması; kutsal çalışmayı bir ibadet sayan, karşılıklı saygı ve sosyal yardımlaşmaya dayalı, müşteri memnuniyetini ve mesleki gelişmeyi ilke edinmiş bir ahlâk anlayışı olan ahilik teşkilatının izlerini taşıdığı bir göstergesi olarak değerlendirilmiştir.

Araştırmada Kilis'te faaliyet gösteren yerli esnaf ve sanatkârın Suriyeli müşterilerle yaşadığı kültürlerarası iletişim etkinliğinde demografik faktörlerin etkisi incelenmiştir. Kültürlerarası iletişim etkinliğinin alt boyutları olan iletişim rahatlığı, davranışsal esneklik, etkileşimde saygı, mesaj verme kabiliyeti, kimlik koruma ve etkileşim yönetiminin; eğitime göre farklılık göstermediği bulunmuştur. Medeni duruma göre; etkileşimde saygı algısının bekârlarla boşanmışlar arasında farklılık gösterdiği bekârların boşanmışlara göre etkileşimde saygıyı daha yüksek algıladıkları görülmüştür. İletişim rahatlığı, etkileşim yönetimi ve mesaj verme kabiliyeti değişkenlerine ait algıların Suriyelilerin gelişini nasıl değerlendiriyorsunuz

sorusuna göre olumlu düşünenler ile olumsuz düşünenler arasında farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. İletişim rahatlığı ve etkileşim yönetiminde olumlu düşünenlerin daha yüksek algıladıkları; mesaj verme kabiliyetinde ise olumsuz düşünenlerin daha yüksek algıladığı sonucuna varılmıştır.

Araştırma kapsamında, Suriyeli sığınmacılarla iletişim sorununun öncelikle kültür ve alışkanlıkların farklı olmasından kaynaklandığı, Suriyeli esnaflarla rekabet edemedikleri, Suriyeli esnafların işlerini olumsuz yönde etkiledikleri, Suriyelilerle ciddi anlamda dil sorunu yaşadıkları, Suriyelilerin gelişini olumsuz değerlendirdikleri, kolay iletişim kurabilmek ve ucuz iş gücü sebebiyle Suriyeli eleman çalıştırdıkları, örneklemelerin çoğunluğunun Suriyelilerle daha iyi iletişim kurabilmek için Arapça öğrenmek istedikleri sonucuna varılmıştır.

Literatür araştırması sonucunda; Bekiroğlu ve Balcı (2014) kültürlerarası iletişim duyarlılık düzeyini irdelemek amacıyla iletişim fakültesi öğrencilerine yönelik bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışma kapsamında etkileşimde sorumluluk/dikkatli olma, etkileşimde kendine güvenme, kültürel farklılığa saygı, etkileşimden hoşlanma kültürlerarası iletişim duyarlılık düzey faktörlerinin araştırmasını yapmışlardır. Araştırma bulgularına göre; ankete katılan iletişim öğrencilerinin farklı kültürden insanlarla iletişim kurarken dikkatli ve bilgi sahibi olmaya çalıştıkları, farklı kültürlere saygı duydukları, iletişim esnasında farklı kültürün mensuplarına pozitif cevaplar verdiklerini ve açık fikirli olduklarını tespit etmişlerdir. Bekiroğlu ve Balcı (2014) ulaştıkları sonuç gibi bu çalışmada da farklı kültürlerden insanlarla iletişim kurarken onların kültürlerini dikkate aldıkları, farklı kültürlere saygılı oldukları sonucuna varılmıştır. Bekiroğlu ve Balcı (2014) çalışmalarından farklı olarak yapılan bu çalışma esnaf ve sanatkârların dil sorunu ve kültürel farklılık sebebiyle rahat iletişim kuramadıklarını dolayısıyla Suriyeli sığınmacılarla iletişim esnasında açık fikirli olamadıkları ve pozitif cevap veremedikleri tespit edilmiştir.

Doğan ve Bozkurt (2009) yaptıkları araştırmada, kültürlerarası adaptasyonun dört boyutunu incelemişlerdir. Bunlar duygusal esneklik, esneklik/açıklık, algısal duyarlılık, kişisel özerklik'tir. Çalışmaya katılan bireylerin farklı kültürden gelen bireylere karşı duyarlı, iletişim dinamiklerinden haberdar ve kültürlerarası empatiye yakın olduklarını tespit etmişlerdir. Doğan ve Bozkurt (2009) yaptıkları çalışma sonucuna benzer olarak bu çalışmamızda da kültürlerarası iletişim etkinliği bağlamında farklı kültürlerden insanlarla iletişim kurarken farklı kültürden kişilere karşı duyarlı oldukları ve kültürlerarası empati yeteneğine sahip oldukları tespit edilmiştir.

İlgili literatürde de görüleceği üzere kültürlerarası iletişim etkinliğinin farklı kültürlerde değişik sonuçlar vermesi karşılaşılan bir durumdur. Bu bağlamda kültürlerarası iletişim etkinliğinin denenmesi ve geliştirilmesine yönelik yapılacak ileriki çalışmalarda farklı sektörler ve farklı örneklem grubuyla bir çalışma yapılabilir. Ayrıca konuyla ilgili yapılacak çalışmalarda farklı kültürel ortamların, kültürlerarası hassasiyetin, kültürlerarası duygu bağı ve kültürel farkındalıkların dikkate alınması da daha etkin sonuçlar alınabilmesini kolaylaştıracaktır. Bunların yanı sıra konu ile ilgili nitel bir çalışmaları yapılmasının da uygun olacağı düşünülmektedir.

Yapılan çalışmanın esnaf ve sanatkârlara kültürlerarası iletişim etkinliğinin alt boyutlarının (iletişim rahatlığı, davranışsal esneklik, etkileşimde saygı, mesaj verme kabiliyeti, kimlik koruma ve etkileşim yönetimi) iyi anlaşılması ve uygulamaya koyulabilmesi açısından katkı sağlayacağı düşünülmüştür. Ayrıca bu çalışmanın, kültürlerarası iletişim etkinliğine yönelik gelecekte yapılacak çalışmalara, yol göstereceği ve mütevazı bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

- Abadan, Y. (1956). Kültür mefhumu ve değişimi. *Yücel Mecmuası* (ss. 174).
- Adanır, O. (2003). Kültür ile zihniyet. *Doğu Batı Dergisi*, Sayı: 23, 23-30.
- Adler, N.J. (1986). International dimensions of organisational behaviour.
- Altıntaş, A. ve Doğan H. (2003). Osmanlı esnaf tabibinin ahlak eğitimi ve değerleri (Fütüvvetnamelere göre). *Türk Dünyası Araştırmaları*. 146, 59.
- Altıntaş, E. ve Çamur D. (2005). Beden dili-sözsüz iletişim.(ss. 50). İstanbul. <http://blog.milliyet.com.tr/iletisimin-siniflandirilmesi/Blog/?BlogNo=328975>
- Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi. (2010). *İletişim Süreci ve Ögeleri*. <http://notoku.com/iletisim-sureci-ve-ogeleri/>.
- Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi. (2012). *İletişim bilgisi*. [www.kolayaof.com/ornek\\_ozet/İKY202U.pdf](http://www.kolayaof.com/ornek_ozet/İKY202U.pdf).
- Asunakutlu, T. ve Safran, B. (2004). Kültürel farklılıktan kaynaklanan çatışmalara yönelik bir araştırma (Marmaris turizm sektörü örneği). *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1, 33-37.
- Atsan, N. (2006). Farklı kültürlerde karar verme davranışı: *Türk ve Japon yöneticiler arasında karşılaştırmalı bir araştırma*. Doktora tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Babayiğit, S. (2006). *Uluslararası pazarlamada farklı kültürlerde iş görüşmeleri ve bir uygulama*. Doktora tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Bakan, İ. (2003). Dış ticaret işlemler ve uygulamalar. H. Çetin (Ed.).
- Basset-Jones, N. (2005). The paradox of diversity management, creativity and innovation. *Creativity and Innovation Management*. (pp. 169).
- Baykul, A. (2009). *Isparta il merkezindeki esnaf sorunları ve esnafın yerel ekonomi ile ilişkisi*. Yüksek lisans tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Bekiroğlu, O. ve Balci, Ş. (2014). Kültürlerarası iletişim duyarlılığının izlerini aramak: İletişim fakültesi öğrencileri örneğinde bir araştırma. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*. 429-433.(dergi sayısı yok bulamadık).

Berkcan, S. (2015). *İletişim becerileri, motivasyon ve sağlık çalışanları*. Yayınlanmış yüksek lisans tezi, Beykent Üniversitesi, İstanbul.

Bingöl, C. (2010). *Kültürler arası iletişim sürecinde kültür, kültürel kimlikler ve çeviri ilişkisi*. Yüksek lisans tezi. Muğla Üniversitesi, Muğla.

Biröl, V. (2004). Toplum önünde etkili ve başarılı konuşma. (ss. 220). Hayat Yayıncılık, Dördüncü Basım.

Burnett, J. and Moriarty, S. (1998). *Marketing communications*. New Jersey: Prentice-Hall Inc. (pp. 256).

Bush, V. D., Rose, G. M., Gilbert, F. and Ingram, T. N. (2001). Managing culturally diverse buyer-seller relationships: The role of intercultural disposition and adaptive selling in developing intercultural communication competence. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 29, 391.

California: PWS-Kent Publishing Company. (pp. 233).

Çelebi, A. K., Yanıkkaya, H., Gökbnar, R., Gülova, A. A. ve Pala, M. (2009). Avrupa Birliği yolunda esnaf ve sanatkarlar. II. *Türkiye’de esnaf ve sanatkar kavramı* (ss. 100). Manisa: MESOS Yayınları: 03.

Çelikkol, M. (2015). *Ulusal kültürel özelliklerin rekabetçilik ve yenilikçilik üzerine etkisi: Uluslararası düzlemde bir çalışma*. Yüksek lisans tezi, Gebze Teknik Üniversitesi, Gebze.

Chen, G. M. (1997). A review of the concept of intercultural sensitivity. (pp. 174). Paper presented at the biennial convention of Pasific and Asian communication Association. Hawaii.

Çimento Endüstrisi İşverenleri Sendikası. (2013). *İşletmelerin başarısında ahilik ilke ve uygulamalarının önemi: bir değerlendirme*. <http://www.ceis.org.tr/dergi/2013mart/makale1.pdf>.

Cüceloğlu, D. (1997). *Yeniden insan insana*. (ss. 36). İstanbul: Remzi Kitabevi.

Czinkota, M.R. vd. (1996). *International Business*. (pp. 304-306).

Dalyan, F. (2004). *Uluslararası işletmelerde örgüt kültürü içinde uluslararası işletmecilik*. Eskişehir. (ss.103). Anadolu Üniversitesi Yayınları.



Deardoff, D. K. (2006). Identification and assessment of *Intercultural* competence as a student outcome of internalization. *Journal of Studies in International Education*.10, 241.

Demiray, U. (2008). Etkili iletişim.(ss. 15). Ankara: Pegem Akademi.

DiStefano, J.J. ve Maznevski, L.M. (2000). Creating value with diverse teams in global management. *Organisational Dynamics*(pp. 54).

Dökmen, Ü. (2016). Kişiler arası iletişim.[eski.bingol.edu.tr/media/263898/Buro-Yonetimi-ve-iletisim-Teknikleri-2-.pdf](http://eski.bingol.edu.tr/media/263898/Buro-Yonetimi-ve-iletisim-Teknikleri-2-.pdf).

Düren, Z. (2007). İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Dergisi. 87.

Earley, P.C. ve Mosakowski, E. (2004).Cultural intelligence. *Harvard Business Review*.

Eğimli, A. T. (Ocak 2011). Kültürlerarası yeterliliğin kazanılmasında kültürel farklılık eğitimlerinin önemi. 35, 215-219.

Ekşi Sözlük. (2016). *Esnaf*.(<https://eksisozluk.com/esnaf--41265?p=5>)

Erdem, R. ve Günlü, E. (2008). İletişim eğilimlerinin Yüksek bağlam-düşük bağlam ayırımı ile incelenmesi: Hastane Çalışanları Örneği. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 2,180.

Erdoğan, İ. (2001). Popüler kültürde gasp ve popülerin gayrimeşruluğu. *Doğu-Batı* (ss. 69). Ankara: Vadi Yayınları.

Erkuş, A. ve Günlü, E. (2009). İletişim tarzının vesözsüz iletişim düzeyinin çalışanların iş performansına etkisi: Beş yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma. 1, 11.

Feyzioğlu, O. (2008). Evaluation of Suppliers Environmental Management Performances by a Fuzzy Compromise Ranking Technique.*Journal of Multiple-Valued Logic and Soft Computing*. (pp. 14).

Gencer, Z.T. (2011). Çok kültürlü toplumlarda iletişim: Divriği Örneği.*Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi, İletişim Dergisi*, 1.193.

Gökalp, Z. (1995). Hars ve medeniyet.(ss. 11). İstanbul: Toker Yayınları.

Graf, A. (2004). Assessing intercultural training designs. *Journal of European Industrial Training*. 287, 203.

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı. (2014). *Ahilik teşkilatı*.<http://ahilik.gtb.gov.tr/ahilik/ahilik-teskilati>.

- Güney, S. (2000).*Davranış Bilimleri*. (ss. 30-63). İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım.
- Güney, S. (2000).*Davranış bilimleri*.(ss. 30). İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım.
- Güngör, N. (2011). İletişim-kuramlar-yaklaşımlar.(ss. 36). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Güran, T. (2009). İktisat tarihi. (ss.18- 21). İstanbul: Der Yayınları.
- Gürüzlü, D. ve Eğinli, A. T. (2015). Kişilerarası iletişim-bilgiler-etkiler-engeller. Adana: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Güvenç, B. (1970). Kültür kuramında bütüncülük sorunu üzerine bir deneme.(ss. 13). Ankara: Hacettepe Basımevi.
- Güvenç, B. (1979). İnsan ve kültür. (ss.96). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Güvenç, B. (2003). İnsan ve kültür. (ss. 101-104). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Harris, P. R., Moran, R. T. and Moran, S. V. (2004). Managing cultural differences. (pp. 34). MA: Elsevier Butterwort-Heinemann.
- Heaton, H. (1995). Avrupa iktisat tarihi İlkçağdan sanayi devrimine. M. A. Kılıçbay (Çev.), Ankara: İmge Kitabevi.
- Hızlı, M. (2011). Ahiliğin Anadolu'daki gelişim süreci. Çakır, B. Ve Gümüş, İ. (Ed.), Ahilik (ss. 18).İstanbul: Kırklareli Üniversitesi Yayınları.
- Hodgetts R.M. and Luthans, F. (1997).International management.*New York: The McGraw-Hill*. (pp. 128).
- Hofstede, G. (2001). Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations. *California: Sage Publications*.(pp. 11).
- Hofstede, G. Vd. (2010). Cultures and organizations: software of the mind. Revised and Expanded 3rd Edition. *Mc. Graw Hill*. (pp. 7-10).
- Holden, R. (2001). Managing people's values and perceptions in multi-cultural oaranizations, The experience of an HR director.*Employee Relations*, 23, 614.
- [http://aksuanadolulisesi.meb.k12.tr/meb\\_iys\\_dosyalar/07/16/751249/icerikler/iletisim-turleri\\_1650970.html](http://aksuanadolulisesi.meb.k12.tr/meb_iys_dosyalar/07/16/751249/icerikler/iletisim-turleri_1650970.html) BENİMDE SY:36).
- <http://www.reitix.com/Makaleler/iletisim-ile-ilgili-Soylenmis-Guzel-Sozler/ID=1033>
- <http://www.sbe.deu.edu.tr/dergi/cilt6.say%C4%B11/6.1%20asunakutlu-safran.pdf>

- İçli, G. (2002).Sosyolojiye giriş.(ss. 81). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Kantarıcı, Z. *İş etigi ve ahilik*. Yayınlanmamışyüksek lisans tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Kanun.(2005). *Esnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanunu*.<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/09/20050920-6.htm>
- Karaeminoğulları, A., Doğan, A. ve Bozkurt, S. (2009).Kültürlerarası adaptasyon envanteri.*Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 1. 338.
- Kartal, B.,Turan, N., Benligiray, S., Özdemir, B. K. ve Karakuş, M. (2013). Eskişehir Esnaf ve Sanatkarlarının Sosyo-Ekonomik Yapısı, temel sorunları ve sorunların çözümüne yönelik öneriler Proje no: 1002E92. *Orta Çağ'da Esnaf ve Sanatkârlar*(ss. 18-22). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No:3056, Eskişehir Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Merkezi Yayınları No: 1.
- Kartarı, A. (2001). Farklılıklarla yaşamak: Kültürlerarası iletişim. ( ss. 49). Ankara: Ürün Yayınları.
- Kaya, A. R. (1985). Kitle iletişim sistemleri. (ss. 1). Ankara: Teori Yayınları.
- Kaya, Y. (2002). Kültür değişimleri; *Milli kültüre karşı takınılan tavrın değişmelere tesir*. (ss192). Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi.
- Kayan, F. (2012). *Farklı kültürlerde iş görme ve yönetim anlayışı: Türk Çalışanlar ve yabancı yöneticiler üzerine karşılaştırmalı bir araştırma*.Yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Kilis Barınma Merkezleri, T.C. Başbakanlık Afet ve Acil Durum Başkanlığı, <https://www.afad.gov.tr/tr/IcerikDetay1.aspx?IcerikID=749&ID=16>, (11.01.2016).
- Koçel, T. (2014).İşletme yöneticiliği.(ss. 379). İstanbul: Beta Yayıncılık. 15. Baskı.
- Lazar, J. (2001). İletişim bilimi. (Çev: Cengiz Anık ). (ss. 49-78). Ankara: Vadi Yayınları.
- Lee, B. K. and Chen, L. (2000).Cultural communication competence and Psychological Adjustmend, A Study of Chinese Immigrant Chidren's Cross-Cultural Adaptation in Canada.*Communication Research*, 27, 764.

Mejuyev, V. (1987).*Kültür ve Tarih*.S. Yokova (Çev.), (ss. 21). Ankara: Başak Yayınları.

Meriç, C. (1986). Kültürden irfana.(ss. 9). İstanbul: İnsan Yayınları.

Mestav, O. (2014). *İletişim*. 2013-2014 Güz Yarıyılı Seçmeli Dersi. <http://docplayer.biz.tr/2280590-Iletisim-2013-2014-guz-yariyili-secmeli-dersi-ogr-gor-osman-mestav.html> .

Milli Eğitim Bakanlığı. (2012). *Ahi Evran kimdir?*.[http://ahievranmem.meb.k12.tr/meb\\_iys\\_dosyalar/06/01/118695/icerikler/ahi-evran-kimdir\\_209086.html](http://ahievranmem.meb.k12.tr/meb_iys_dosyalar/06/01/118695/icerikler/ahi-evran-kimdir_209086.html)

Milli Eğitim Bakanlığı. (2015). *Genel ve teknik iletişim ders notları iletişim kavramı*. [mebk12.meb.gov.tr/meb\\_iys\\_dosyalar/59/04/200636/.../16092141\\_iletisim.doc](http://mebk12.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/59/04/200636/.../16092141_iletisim.doc).

Milli Eğitim Bakanlığı. (2011). *Alanlar ortak-İletişim süreci*[90KG00020.www.megep.meb.gov.tr/mte\\_program\\_modul/moduller\\_pdf/İletişim%20Süreci.pdf](http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/İletişim%20Süreci.pdf).

MsX Labs Forum. (2016). *MsX Labs MaviKaranlık Forum*. [www.msxlabs.org](http://www.msxlabs.org).

Mutlu, E. C. (1999). Uluslararası işletmecilik. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

Mutlu, E.C. (1999). Uluslararası işletmecilik. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

Nedir. (2016). *Ritüel Nedir?* (<http://www.nedir.com/rituel> Erişim: 27/07/2016).

Oğuz, E. S. (Aralık 2011).Toplum bilimlerinde kültür kavramı. *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 2, 128.

Özaytekin, C. (2011). *İletişim notları- genel ve teknik iletişim*.<http://canozaytekin.blogspot.com.tr/2011/11/iletisim-notlar.html>.

Özcan, E. D. ve Taşkiran, E. (2016).*İletişim yöntemleri*.<http://slideplayer.biz.tr/slide/2856068/>

Özer, İ. (1996). Siyasal kültür demokrasi ve demokratik değerler.*Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1, 71-76.

Parker, B. (1998). GlobalPization and business practice.(pp. 16). *Sage Pub. London*.

Portalla T. and Chan G. M. (2010). The Development and Validation of the Intercultural Effectiveness Scale. *Intercultural Communication Studies*, 19,33-37.

- Reitix. (2016). İletişim ile ilgili söylenmiş güzel sözler.
- Sargut, S. (1994).Kültürlerarası farklılaşma ve yönetim.( ss. 143). Ankara: Verso Yayıncılık.
- Sarı, Ü. (2006).*Kitle kültürü ve popüler kültür bağlamında, kitle iletişim araçlarının kitle kültürüne etkileri: Örnek olarak Popstar Türkiye Yarışması*. Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Schiffman L. and Kanuk, L. (1991).Consumer Behaviour.*Prentice Hall*. (pp. 415).
- Sever, S. (1995). Türkçe öğretiminde uygulanan tam öğrenme kuramı ilkelerinin, öğrencilerin okuduğunu anlama ve yazılı anlatım becerilerindeki erişişe etkisi. (ss. 54-55).
- Şişman, M. (2002).Örgütler ve kültürler.(ss. 43). Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Solak, F. (2009).Ahilik kuruluşu, ilkeleri ve fonksiyonları.(ss. 4).<http://dosya.marmara.edu.tr/ikf/ikt/kitaplar/solak-ahilik.pdf>
- Soysal, A. ve Tan, M. (2013). Ahilik ilkelerinin günümüz işletmelerine yansımaları: Kilis küçük sanayi sitesi işletmeleri örneği. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 1, 189-192.
- Spitzberg, B. (2000). A model of intercultural communication competence.Samovar, L. and Porter, R. (Eds.).*Intercultural Communication A Reader*. 7.
- Spss Analizi. (2016). F Testi (Varyans Analizi =ANOVA). (<http://spssanalizi.com/uygulama/f-testi-varyans-analizi-anova>).
- Stephens, G.K. ve Greer, C.R. (1995). Doing business in Mexico: Understanding cultural differences. *Organisational Dynamics*.(pp. 39-55).
- Subaşı, N. (2003). *Kültürel kimliğin melezleşmesi*. Birikim (ss. 63).Ekim.
- TDK (1998).*Büyük Türkçe Sözlük*.Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Terzi, A. (2000). Örgüt kültürü.(ss. 7). Ankara: Nobel Dağıtım. Yay. No: 166.
- Tiryaki, Ö. E. (2006). *Tanzimat döneminde Antep Esnaf Teşkilâtı*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep.
- Topçuoğlu, H. (1975). Genel sosyoloji ders notları (çoğaltma).*A.Ü.DTCF; Felsefe* (ss.52-88).

Trompenaars, F. (2004). Gaining Competitive Advantage Through Reconciling Cultural Differences. <http://www.eurofinas.org/database/SorrentoPresentations/TROMPENNAARS.pdf> .

Tuna, Y. (2012). İletişim. İ. Vural (Ed.), (ss. 5-7). Ankara: Pegem Yayınevi.

Tural, S. K. (1994). *Kültürel kimlik üzerine düşünceler*.(ss. 14). Ankara.

Tural, S.K. (1988). Kültürel kimlik üzerine düşünceler. *Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları*, 52.

Turan, N. S. (2007). Selçuklu ve Osmanlı Anadolu'sunda ahiliğin sosyo-ekonomik gelişim süreci. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 52, 153.

Turhan, M. (1696).*Kültür değişimleri*. Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.

Türk Dil Kurumu. (2016). *İletişim*.<http://www.tdk.gov.tr/>.

Türkçebilgi. (2016). İletişim nedir?. <http://www.turkcebilgi.com/ileti%C5%9Fim>.

Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu. (2016).*Esnaf ve Sanatkar sicili* .<http://www.tesk.org.tr/tr/calisma/sicil/odakayit.php>

Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu. (1973). Cumhuriyetin 50. Yılında Esnaf ve Sanatkârlar. (ss. 99-100). Ankara: TESK Yayınları, Güneş Matbaacılık.

Tutar, H. ve Yılmaz, M. K. (2003). Genel ve teknik iletişim.(ss. 34). Ankara: No-bel Yayınları.

Ülken, H. Z. (1970). Sosyoloji sözlüğü.(ss. 185). İstanbul: Milli Eğitim Bakanlığı (MEB).

Ültanır, G. (2003). Eğitim ve kültür ilişkisi eğitimde kültürün hangi boyutlarının genç kuşaklara aktarılacağı kaygısı. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 301.

Uygur, M. (1984).Kültür kuramı.(ss. 7). İstanbul: Remzi Kitabevi.

Vikipedi (Özgür Ansiklopedi). (2008).*Dil (filoloji)*.[https://tr.wikipedia.org/wiki/Dil\\_\(filoloji\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Dil_(filoloji)).

Whitley, W. Ve England, G. W. (1977).*Managerial values as a reflection of culture and the process of industrialization*. (pp. 439). Academy of Management Journal, Vol 20, No.3.

Wikipedia.(2016). *Orta Çağ*. [https://tr.wikipedia.org/wiki/Orta\\_%C3%87a%C4%9F](https://tr.wikipedia.org/wiki/Orta_%C3%87a%C4%9F)  
Xa.yimg. (2016). *Varyans Analizi*.  
[xa.yimg.com/kq/groups/23124233/501939331/name/Varyans+Analizi.ppt](http://xa.yimg.com/kq/groups/23124233/501939331/name/Varyans+Analizi.ppt).

Yaman, E. (2016). Etkili iletişim ve insan ilişkileri.<http://slideplayer.biz.tr/slide/2545721/>

Yeşil, S. (16 Haziran 2009). Kültürel farklılıkların yönetimi ve alternatif bir strateji: Kültürel zeka. *KMU İİBF Dergisi*. 11,117-237.

Yıldırım, N. (1996). Kültür değişmesi ve sosyoloji kültürünün gelişmesi. *Türk Sosyoloji Dergisi*, 2, 149.

Zakaria, N. (2000). The effects of cross-cultural training on the acculturation process or the global workforce.*International Journal of Manpower*, 21, 492.

Zıllıoğlu, M. (2007). İletişim nedir?.(ss. 22). İstanbul: Cem Yayınevi.

## EKLER

### ANKET FORMU

**Değerli Katılımcı;** Bu anket ile elde edilen veriler, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında hazırlanacak olan **“Yüksek Lisans”** Tezinde kullanılacaktır. Elde edilen veriler toplu olarak değerlendirileceğinden, çalışma sonuçlarında herhangi bir kişinin/kuruluşun adına yer verilmeyecektir. Çalışmaya vereceğiniz destekten dolayı şimdiden teşekkür eder, işlerinizde başarılar dileriz.

Doç.Dr. İbrahim Sani MERT (Danışman)

Nuray KAYA (YL. Öğrenci)

### ANKET SORULARI

1. Eğitim durumunuz: ( ) Okur-Yazar ( ) İlk-Orta Öğretim ( ) Lise ( ) Üniversite ( ) Lisans Üstü
2. Medeni Durumunuz : ( ) Bekâr ( ) Evli ( ) Boşanmış
3. İşletmenizin faaliyet alanı:  
.....
4. İşletmenizin kuruluş yılı :  
.....
5. İşletmenizde çalışan toplam iş gücü sayısı :  
.....
6. İşletmenizde çalışan toplam Suriyeli sayısı :  
.....
7. Suriyelilerin gelişini nasıl değerlendiriyorsunuz? ( ) Olumlu ( ) Olumsuz ( ) Fikrim Yok
8. Suriyeli sığınmacılarla iletişim sorunu yaşıyor musunuz? ( ) Evet ( ) Hayır ( ) Kısmen
9. Kilis'teki Suriyeli esnaflar işinizi nasıl etkilemiştir? ( ) Olumlu ( ) Olumsuz ( ) Fikrim Yok
10. Suriyeliler gelmeden önceki (2011 öncesi) kazancınızı değerlendirir misiniz? ( ) Daha İyi ( ) Daha Kötü ( ) Değişim Yok



11. Suriyeliler geldikten sonraki kazancınızı (2011 sonrası) değerlendirir misiniz? ( )  
Daha İyi ( ) Daha Kötü ( ) Değişim Yok
12. Suriyeli esnaflarla rekabet edebiliyor musunuz? ( ) Evet ( ) Hayır ( )  
.....
13. Suriyeli çalışanınız Türkçe biliyor mu? ( ) Evet ( ) Hayır
14. Suriyeli müşterilerinizle iletişim problemi yaşama sebebiniz nedir?  
( ) Arapça bilmemek  
( ) Kültür ve Alışkanlıklarının Farklı olması  
( ) Suriyelilerin Türkçe bilmemesi  
( )  
.....  
.....
15. Suriyeli müşterilerle iletişim problemlerinizi nasıl çözüyorsunuz?  
( ) Suriyeli eleman çalıştırarak  
( ) Arapça Öğrenerek  
( ) Beden Dili Kullanarak  
( ) Suriyeli müşteri kabul etmiyorum  
( )  
.....  
.....
16. İşyerinizde Suriyeli eleman çalıştırma sebebiniz nedir?  
( ) Suriyeli Sığınmacılara İstihdam Sağlamak  
( ) Ucuz İş Gücü  
( ) Suriyeli müşterilerle daha iyi iletişim kurabilmek için  
( )  
.....  
.....
17. Suriyeli müşterilerinizle yaşadığınız iletişim sorunundan dolayı müşteri kaybınız oldu mu? ( ) Evet ( ) Hayır
18. Suriyeli müşterilerinizle daha iyi iletişim kurabilmek için Arapça öğrenmek ister misiniz? ( ) Evet ( ) Hayır ( ) Kararsızım
19. Size göre Suriyeli müşterilerle yaşadığınız iletişim sorunları nelerdir?  
.....  
.....

.....  
.....  
.....  
**Arka sayfaya geçiniz.**

## ANKET FORMU

**Değerli Katılımcı;** Bu anket ile elde edilen veriler, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında hazırlanacak olan “**Yüksek Lisans**” Tezinde kullanılacaktır. Elde edilen veriler toplu olarak değerlendirileceğinden, çalışma sonuçlarında herhangi bir kişinin/kuruluşun adına yer verilmeyecektir. Çalışmaya vereceğiniz destekten dolayı şimdiden teşekkür eder, işlerinizde başarılar dileriz. ( Bu ölçek uyarlanmıştır).

**Doç. Dr. İbrahim Sani MERT**  
(Danışman)

**Nuray KAYA (YL. Öğrenci)**

e-posta: [nuraykaya@kilis.edu.tr](mailto:nuraykaya@kilis.edu.tr)

**Lütfen, size en uygun kutucuğa “x” koyunuz.**

	<b>Kesimkie</b>	<b>Katılmıyorum</b>	<b>Katılmıyorum</b>	<b>Kararsızım</b>	<b>Katılıyorum</b>	<b>Katılıyorum</b>
<b>Kültürlerarası İletişim Etkinliği: Kilis Esnaf Ve Sanatkârlarının Suriyeli Müşterilerle Olan Etkileşimi Üzerine Bir Alan Araştırması</b>						
Suriyeli sığınmacılarla konuşmak bana göre kolaydır.						
Suriyeli sığınmacılarla iletişim kurduğumda kendimi ifade etmekten çekinirim.						
Suriyeli sığınmacılarla iletişim kurmak bana göre kolaydır.						
Suriyeli sığınmacılarla iletişimde genellikle görüdüğüm gibi davranamıyorum.						

Suriyeli sığınmacılarla iletişimim esnasında düşüncelerimi açıkça ifade edebilirim.					
Suriyeli sığınmacılarla iletişimde genellikle dil problemi yaşıyorum.					
Suriyeli sığınmacılarla iletişim esnasında sorulan sorulara etkili cevap veririm.					
Suriyeli sığınmacıların kültürel benzerliklerini benimsemekte zorlanıyorum.					
Suriyeli sığınmacılarla iletişim kurarken onların kültürünü dikkate alarak göz temasında bulunurum.					
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde bilgilendirici ve ikna edici mesajları ayırmada zorlanırım.					
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle konuşmaya nasıl başlayacağımı bilirim.					
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle konunun ne olduğunu anlamakta zorlanırım.					
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle kendimi rahat hissederim.					
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle farklı davranışlar içerisine girerim.					
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle onlara saygılı davranırım.					
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle onlarla aramda bir mesafe olduğunu hissederim.					
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle onlarla aramda birçok ortak nokta olduğunu düşünürüm.					
Suriyeli sığınmacılarla iletişimde bana göre en iyi yol kendin gibi davranmaktır.					
Suriyeli sığınmacılarla iletişim kurarken kendimi onların yerine koyabilmekte zorlanmam.					
Suriyeli sığınmacılarla iletişimimde genellikle onların düşüncelerine saygı gösteririm.					

**Anketi cevapladığınız için teşekkür ederiz.**

