



## LİSANSÜSTÜ ÖĞRENCİLERİN DANIŞMANLARI İLE İLETİŞİM SÜRECİNDE BENLİK SUNUM STRATEJİLERİNİ KULLANIMLARININ İNCELENMESİ

### *Investigation Of Postgraduate Students' Uses Of Self-Presentation Tactics In The Process Of Communication With Their Supervisor*

Muhammet Emin SÖZKESEN<sup>1</sup> ve Yusuf ŞAHİN<sup>2</sup>

<sup>1</sup> YÖK 100/2000 Doktora Öğrencisi., Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Çalışmaları Bölümü, Isparta, muhammet\_emin\_52300@hotmail.com, orcid.org/0000-0002-0648-9498

<sup>2</sup> YÖK 100/ 2000 Doktora Öğrencisi., Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Çalışmaları Bölümü, Isparta, yusufshahin89@gmail.com, orcid.org/0000-0002-3903-3366

*Araştırma Makalesi/Research Article*

#### Makale Bilgisi

Geliş/Received:

19.03.2022

Kabul/Accepted:

15.09.2022

#### DOI:

10.18069/firatsbed.1090351

#### Anahtar Kelimeler

Benlik, Kimlik, Benlik

Sunumu, Lisansüstü

Öğrenciler, Yükseköğretim

#### ÖZ

İnsanlar gündelik yaşam rutinlerinde diğerleri ile etkileşim halindeyken, kendilerini olduklarından daha pozitif bir şekilde sunma konusunda olağanüstü bir çaba göstermektedirler. Bu şekilde kendilerine dair diğerlerinin izlenimlerini şekillendirmeye çalışmaktadırlar. Bu çalışmada, Lisansüstü eğitim gören öğrencilerin danışmanları ile iletişim sürecinde, hangi izlenim yönetim taktiklerine başvurduklarının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Araştırmanın evrenini, Türkiye'deki devlet ve özel üniversitelerinde eğitimlerine devam eden Lisansüstü öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise Kolayda Örnekleme ile seçilen 387 kişiden oluşmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Çalışmada tarama modelinin bir türü olan ilişkisel tarama modelinden karşılaştırmalı tarama modeli kullanılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre katılımcılar danışmanlarının izlenimlerini yönetme sürecinde, kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri ile kendini savunmaya yönelik izlenim yönetim taktiklerini başarılı bir şekilde kullanmaktadırlar. Araştırma sonucunda elde edilen bir diğer önemli bulgu, yüksek lisans öğrencileri doktora öğrencilerinden daha fazla kendini tanıtmaya yönelik izlenim yönetim taktiklerinin alt boyutlarından biri olan kendini sevdirmeye daha fazla başvurmaktadırlar. Sonuç olarak; lisansüstü öğrenciler danışmanları ile iletişimlerinde izlenim yönetim taktiklerine sıklıkla başvurmaktadırlar.

#### ABSTRACT

While people interact with others in their daily life routines, they make an extraordinary effort to present themselves more positively than they are. In this way, they try to shape the impressions of themselves on the eyes of others. In this study, it is intended to reveal which impression management tactics they apply to in the communication process with the supervisor of graduate students. The study is composed of graduate students who continue their education at state and private universities in Turkey. The sample of the research consists of 387 people selected by Easy Sampling. A survey was used as a data collection tool in the research. The study uses a comparative scan model from a relational scan model, a type of scan model. According to the findings obtained from the research, participants successfully use the impression management tactics to defend themselves through the process of managing their supervisor impressions. Another important finding obtained in the study is that master students use more self-love impression management tactics than PhD students, which is one of the sub-dimensions of self-promotion impression management tactic. As a result; postgraduate students frequently resort to impression management tactics in their communication with their supervisor.

#### Keywords

Self, Identity, Self

Presentation, Postgraduate,

High Education

**Atıf/Citation:** Sözkese, M. E. ve Şahin, Y. (2022). Lisansüstü Öğrencilerin Danışmanları İle İletişim Sürecinde Benlik Sunum Stratejilerini Kullanımlarının İncelenmesi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 32, 3(1215-1228).

**Sorumlu Yazar/Corresponding Author:** Muhammet Emin SÖZKESEN, muhammet\_emin\_52300@hotmail.com

## 1. Giriş

İnsanı diğer canlılardan ayıran en temel nokta, toplumsal bir varlık oluşudur. Doğumlarından itibaren kültürel dünyanın kurallarına göre hareket etmek durumunda kalan insanlar, toplumsal dünyanın sınırları dışında kalmak istemiyorlarsa sosyalizasyon sürecini başarıyla tamamlamak zorundadırlar. Hayvanlar aleminde böyle bir durum söz konusu değildir. Doğumlarından ölümlerine kadar içgüdüleri ile hareket eden hayvanlar, yaratılıştan kendilerine kodlanan bilgiler aracılığıyla varlıklarını sürdürmektedirler. İnsan varlığı da doğduğu anda, içgüdüsel davranışları ile hareket etse de kültürel dünyanın kuralları ile tanıştığı anda, içgüdüsel davranışlarını baskılaması gerekmektedir. Kültürel dünya içerisinde insanlar, çocukluktan itibaren diğerlerinin davranışlarını gözlemlemekte ve bu gözlemler aracılığıyla benliğini şekillendirmektedir. Birey, toplum tarafından makbul görülen rolleri ve davranışları içselleştirmekte ve benliğine sosyal bir görünüm kazandırmaktadırlar. Hewitt ve Shulman (2019: 135) da belirttiği gibi, bahsedilenler sembolik etkileşimcilerin benliğe yaklaşımının temelini oluşturmaktadır. Onlar için benlik, sosyal etkileşimler aracılığıyla inşa edilen bir gerçekliktir.

Bireyin benliğini inşa etmede, kültürel dünya önemli bir referans noktası olduğu kadar, kendi benliğine ilişkin değerlendirmelerinde olumlu ya da olumsuz duygulara kapılması sürecinde de toplumsal dünya önemli bir referans noktasıdır. Yani insan, hem benliğini tasarlarken, hem de benliğine ilişkin değerlendirmelerde bulunurken hem kültürel dünyayı hem de toplumsal dünyayı referans alır. Bu kültürel dünya içerisinde birçok role sahip olan birey, bulunduğu ortama göre benliğinin farklı yönlerine ağırlık vererek, duruma uygun kimlik sunumları gerçekleştirir. Örneğin; bir kişi, evde, baba rolüne uygun kimliğini ön plana çıkarırken, iş yerinde patron kimliğine uygun davranışlarına ağırlık verebilir. Başka bir örnek; bir kişi, iş yerinde resmi bir çalışan kimliğine sahip olabilirken, arkadaş ortamında samimi arkadaş kimliği ile kendini diğerlerine sunabilir. İnsanlar, bu ve benzeri benlik sunum süreçlerini gündelik yaşamlarında sürekli olarak yaşarlar ve artık o kadar otomatik hale gelmiştir ki kimse farkında dahi değildir.

Benlik sunumunun kısaca tanımını yapmak gerekirse, benlik sunumu; bireylerin, başkalarında kendilerine dair oluşturduğu izlenimleri kontrol etmeye çalıştığı süreçtir. İnsanların diğerleri üzerinde bırakmış olduğu izlenimler, diğerlerinin kendilerini nasıl algıladıkları ve değerlendirdikleri konusunda olduğu kadar, kendilerine dair görüşleri üzerinde de imajlar içerdiğinden, insanlar bazen, diğerlerinin gözünde belirli izlenimler oluşturacak şekilde davranış sergilerler (Leary ve Kowalski, 1990: 34).

Goffman (2009) benlik sunum sürecini, sahne, vitrin ve performans kavramları üzerinden değerlendirmektedir. Goffman, toplumsal alanı bir sahne şeklinde niteler, benliğin diğer bireyler ile etkileşim sonucunda oluşan bir yapıya sahip olduğunu belirtir. Goffman, diğerlerine performansını sergileyen bireyi ise bir vitrin şeklinde tasvir eder. Birey, vitrininde sergilediği performansı ile ideal benliğini diğerlerine gösterme arzusundadır.

Toplumsal yaşamın her alanında olduğu gibi, akademik dünyada da izlenim yönetimleri yoğun olarak kendini göstermektedir. Akademisyenler arasında izlenim yönetimleri farklı şekillerde (örneğin; bir araştırma görevlisinin unvan alabilmesi için profesörün gözünde iyi bir izlenim bırakmaya çalışması) kendini gösterebilirken, diğer taraftan danışmanları ile sıkı bir iletişim halinde olan lisansüstü öğrencilerinin de danışmanları üzerinde, farkında olarak ya da olmayarak bir izlenim yönetimi gerçekleştirdiği kuvvetle muhtemeldir. Bu bağlamda; söz konusu araştırma, danışmanları ile sürekli iletişim halinde olan lisansüstü öğrencilerin izlenim yönetim taktiklerinden hangilerini, ne düzeyde kullandıkları problemlerinden yola çıkmıştır. Özellikle lisansüstü öğrencilerinin danışmanları ile iletişimi yoğun bir şekilde gerçekleştiğinden dolayı, öğrencilerinin danışmanlarının izlenimlerini yönetme davranışlarının incelenmesi ilginç sonuçlar açığa çıkaracağından dolayı önemlidir. Buna ek olarak lisansüstü öğrencilerin danışmanları ile iletişim sürecindeki etkileşimini ele alan çalışmaların sınırlı olması literatüre katkı sağlaması açısından bu çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. Çalışmanın bir diğer önemi ise; lisansüstü eğitimde öğrenci-danışman ilişkisinde ortaya çıkan sorunlara bir çözüm getirme çabasıdır.

Lisansüstü öğrenciler danışman hocaları ile iletişimini kuvvetlendirmek adına; “kendini sevdirmeye”, sahip olduğu “niteliklerini danışmanına gösterme”, danışmanının gözünde “örnek bir profil kazanma”, danışmanından ihtiyacı kapsamında veya dışında onunla etkileşimini arttırmak adına “yardım isteme” gibi **kendini tanıtmaya yönelik taktikleri** kullanabileceği gibi; danışmanı ile iletişimde aksamalar yaşaması durumunda kendini hocasına karşı “açıklama” konusunda stratejilere başvurma, danışmanın gözündeki imajını toparlamak adına “özür dilemek” gibi stratejiler aracılığıyla **savunmaya yönelik** taktiklere başvurabilir. Bu çalışma, ilgili örneklemin bahsedilen benlik sunum stratejilerini ne düzeyde kullandıklarını açığa çıkarmayı

amaçlamaktadır. Bu araştırmanın en büyük sınırlılıklarından biri belirli bir zaman aralığında veri toplanmasıdır. Diğer bir önemli sınırlılık ise, söz konusu araştırmanın Türkiye’de lisansüstü eğitim kademelerinde eğitim gören öğrenciler ile sınırlı tutulmasıdır.

Çalışma iki bölümden meydana gelmektedir. İlk bölümde benlik, kimlik ve benlik sunumu kavramları literatür ile ilişkilendirilerek ele alınmıştır. İkinci bölüm, araştırma kapsamında toplanan verilerin değerlendirmesinden oluşmaktadır. Bu bölümde, katılımcıların danışmanları ile iletişimlerinde, benlik sunum stratejilerinin değerlendirilmesi için iki boyut ve onların altı alt boyutundan oluşan bir ölçek kullanılmıştır. Toplanan veriler SPSS programı aracılığıyla analiz edilmiş, tablolar halinde sunularak değerlendirilmiştir. Sonuç bölümünde ise veriler, literatür bağlamında tartışılmıştır.

## **2. Kuramsal Çerçeve**

### **2.1. Benlik Kavramı**

Nelson ve Jones (1982, s. 21), benlik kavramını; kişinin, kendilerine ilişkin algılamaları ya da ben veya benim şeklinde ifade ettikleridir şeklinde tanımlarken, Köknel (1982: 77), benliği; bireyin kendi kişiliğine dair düşüncelerinin toplamı, bireyin kendisini tanıma ve değerlendirme biçimi şeklinde ifade etmektedir. Her iki tanımdan da anlaşılacağı üzere benliğin tanımına ulaşabilmek için, kişinin kendisini dışarıdan bir gözle değerlendirmesi gerekmektedir. Ancak, Güler, Şahin ve Balcı, (2022: 365)’ya göre bireyin benliğini şekillendirmesi sürecinde kendisine ilişkin değerlendirmelerin önemli bir rolü olduğu kadar, toplumsal etkileşimler de bu gelişimde kayda değer bir role sahiptir. Bireyin benliğine ilişkin olumlu ya da olumsuz değerlendirmelerinde toplumla etkileşimleri önemli bir referans noktasıdır. Çünkü insan toplumsal bir varlıktır. Toplumsalın bir parçası olan insanlar, çevresi ile kurduğu sosyal etkileşimler ile benliğini inşa ederler. Mead (2017: 218), insanın bir parçası olduğu toplulukta, diğerleri ile etkileşimi olmasaydı, onu meydana getiren hammadde olan bir benliği de olamazdı der. İnsanı, birey olarak değil, ilişkiler ağı çerçevesinde ele alan bu düşünce, sembolik etkileşim yaklaşımın düşünce yapısını yansıtır (Hortaçsu, 2012: 26).

Bireyin benliği, yaşamış olduğu toplumdaki ilişkiler ağı içerisinde çocukluktan itibaren şekillenmeye başlar. Bireyin benliğinin şekillenmesinde diğer insanların tepkileri önemlidir. Çünkü, insanlar davranışlarını diğerlerinin gösterecekleri tepkilere göre tekrarlar ya da tekrarlamaz. Benliği şekillendiren bir diğer faktör, toplumsal yaşamda üstlenilen sosyal rollerdir. İş ve sosyal hayatta insanların birden çok statüsü vardır. Örneğin, evde baba-anne, evlat, iş ortamında müdür, işveren, okulda öğrenci vs... İnsanlar, toplum içerisinde sahip oldukları statüleri ve onların gerektirdiği davranışları sergilediğinde sosyal bir saygınlık edinirler. Bu saygınlık, onların mutlu olmasını sağlar ve benliklerinin gelişimine katkı sağlar. Benliğin oluşmasında ve gelişmesinde diğer insanlarla kendi durumunu kıyaslama bir başka önemli faktördür. Bu kıyaslama, insanın kendini değerlendirmede ciddi anlamda kolaylıklar sağlar. Karşılaştırma sonuçlarına göre belirlenen amaçlar ve hedefler değişime uğrayabilir. Kişi bir konuda başarılı ya da başarısız olduğunu yine diğerleri ile yaptığı kıyaslamalar ile değerlendirebilir. Bu şekilde birey benliğini değerlendirir ve geliştirmeye çalışır (Güney, 2020: 74-75).

Bireyin benliğini değerlendirmesi ve geliştirmesi süreci çocukluktan yetişkinliğe uzanan, yaşamlarında karşı karşıya kaldıkları olayların ve yaşam boyunca onları etkileyen ve kim olduklarını şekillendiren diğer kişilerin damgasını taşıyan, bir zamanda yolculuk olarak düşünülebilir. İnsanlar, çevrelerindeki kişilerin veya onların insanlardan beklediklerine inandıkları şeylerin birer ürünleridirler (Hood, 2014: 95-96). Benlik ve toplum ilişkisine dair kişilerarasılık vurgusu ön plana çıkmaktadır. Birçok düşünür görüldüğü üzere, bireyi ve benliğini içerisinde bulunduğu toplumla ilişkilendirerek ele almıştır (Karaoğlu, 2015: 24).

Diğer taraftan benlikle ilişkilendirilen bir kavram olan kimliği kısaca tanımlamak gerekirse; kimlik, bir insanı diğerlerinden ayıran özellikler bütünüdür (Seyyar, 2004: 416). Kimlik, “ben kimim” sorusuna diğer herkesten ayrı, eşsiz bir birey olduğumuz yolundaki yanıtımızdır. Bu duygu, beden imajımızla, değer yargularımızla ve yaşamışlıklarla olduğu kadar, ait olunan cinsiyet, yaş, statü, etnik vb. toplumsal konuyla ve diğerlerinin bizi nasıl gördüğüne dair inançlarla şekillenir (Budak, 2003: 447).

Kimlik, benlik ve toplum arasındaki etkileşim aracılığıyla oluşur. Bireyin doğuştan getirdiği birtakım özellikleri vardır, fakat bu, “dışarıdaki” kültürel dünyalar ve kimliklerle sürekli diyalog halinde bulunarak şekillenir ve değişir (Hall, 1992: 276). Diğer bir deyişle kimlik kavramı, benlikten tamamıyla ayrı bir kavram olarak düşünülmez, tersine, “kimlik” ve benlik kavramları bir bütünü oluşturan ve de birbirlerinden kolayca

ayrılmayacak bir yapıya sahiptirler. Bu düşünce sembolik etkileşim yaklaşımının bakış açısını yansıtır. Sosyal olarak şekillenmiş benliğin dışarıya yansımaları olan kimlik, bireyin tercihleri doğrultusunda, diğerlerine özellikle farklı ortamlarda göstermek istediği birtakım seçilmiş tercihlerden meydana gelir (akt. Sankır, 2010: 5).

Bu anlamda insanlar, tek bir katı kimliğe sahip olmaktan ziyade, çeşitli kimliklere sahiptirler. İnsanlar, sahip oldukları ya da sahip olma arzusu duydukları çeşitli kimlikleri gündelik yaşam rutinlerinde farklı ortamlarda sunmaktadırlar. Bu sunum sürecinde, farklı seyircilere yönelik olarak farklı kimlik sunumları gerçekleştirilebileceği gibi, aynı seyircilere yönelik olarak farklı kimlik sunumları da sergilenebilmektedir (Saatcioğlu, 2019: 1). Bulduğu ortama göre, farklı kimliklere ağırlık veren bireylerin temel kaygısı, diğerlerinin kendisini nasıl gördükleridir. Bu düşünceyle diğerlerinin izlenimlerini kimlik sunumları ile şekillendirmeye çalışmaktadırlar (Dilek, 2021: 11).

## 2.2. Benlik Sunumu Kavramı

Benlik sunumu; bir kişinin, diğerlerinde kendisi hakkında oluşturmak istediği pozitif izlenimler sürecidir. Diğer bir ifade ile benlik sunumu, diğerlerinin kendisine dair düşüncelerini şekillendirme süreci olarak da tanımlanabilir. Diğerlerinin kendisine dair düşüncelerini biçimlendirme süreci olan benliğin sunumu bir süreçtir, çünkü; bu sunum farklı zamanlarda ve farklı toplumsal çevrelerde sürekli olarak değişime uğramaktadır (Brehm ve Kassın,1990). Bireyler toplumsal bir çevrede varlıklarını sürdürürken kendilerini diğer bireylerin tepkilerine göre düzenlerler ve kendisine ait bazı davranış kalıpları ortaya çıkartırlar. Birey, oluşturmuş olduğu bu kalıplar aracılığıyla benliğini diğer insanlara sunmaktadır (Mutlu, 2017: 51).

Benlik sunumu konusunda literatürde en çok atıf yapılan yazar Erving Goffman'dır. Goffman'ın (2009) "Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu" adlı kitabı bir başucu kitabı olarak değerlendirilmekte ve bu kitap benlik sunumuna yönelik gerçekleştirilen araştırmalara önemli bir kaynak sağlamaktadır. Erving Goffman "Sembolik Etkileşim" yaklaşımının önemli bir temsilcisidir ve gündelik yaşamda bireylerin benliklerini diğerlerine sunma sürecinde sosyal etkileşimlerin önemli bir rolü olduğuna dikkat çekmektedir.

Goffman'ın söz konusu kitabında benlik sunumu kavramını açıklarken kullandığı iki kavram dikkat çekmektedir. Bu kavramlar "sahne önü" ve "sahne arkası" kavramlarıdır. Ona göre toplum içerisinde varlıklarını sürdüren bireyler, arzu ettikleri benliklerini çeşitli roller ile diğerlerine sahne önünde sergilemektedir. Goffman'ın sahne önü kavramı, bireyin gündelik yaşamda ortaya koyduğu benliği ifade ederken, sahne arkası kavramı ise bireyin gerçek benliğini ifade etmektedir. Bireyin sahne önünde ve sahne arkasında farklı bir benlik ortaya koymasının sebebi ise bireyin diğerleri tarafından sahne önünde nasıl algılandığına dair duyduğu kaygıların bir sonucudur (Goffman, 2009). Goffman'ın "sahne önü (ön bölge)" ve "sahne arkası (arka bölge)" kavramsallaştırmalarını daha net anlamak için birkaç örnek ile konuyu açmakta fayda var. Örneğin; bir kişi arkadaş ortamında arkadaşları ile ilişkilerini geliştirmek adına onlardan birinden gelen spor salonuna gitme teklifini kabul ettiğini düşünelim. Aslında bu kişi sporu pek seven biri değil. Bu kişi ben çok havalıyım ve spor yapmayı seviyorum izlenimi oluşturmak için söz konusu teklifi kabul ediyor. Birey bu davranışı ile dışarıdan nasıl görüldüğünü kontrol etmeye çalışmakta ve bu şekilde diğerleri ile arkadaş olmak için sahne önü davranışlarını düzenleme yoluna gitmektedir. Goffman'ın ikinci kavramı sahne arkasıdır. Sahne arkası olarak adlandırılan bölge, bireylerin yaşamlarının özel alanına denk gelmektedir. Sahne arkası (arka bölge) oyunun sona erdiği bir bölgedir. Bu bölgede bireylerin sahne önündeki gibi diğerlerinin izlenimlerini yönetme kaygısı yoktur. Bu alan kişisel bir alandır, birey bu alanda istediği her şeyi yapabilir ve bundan kimsenin haberi olmaz. İlk örnekte arkadaşları ile iletişimini iyileştirmek adına spor yapmayı sevmese bile onların teklifini kabul ederek ön sahne performansını başarılı olarak gerçekleştiren birey, belki de arka bölgede kendisi ile vakit geçirmekten, yemek programları izlemekten keyif duymaktadır. Özetle insanlar gündelik yaşamlarında daha iyi bir izlenim yaratmak için sıklıkla benliklerinin arka bölgelerini gizlemekte ve sahne önü performansına ağırlık vermektedirler. Buradan hareketle; ön bölge insanların sevgisini kazanmak, saygınlık elde etmek amacıyla sosyal ortamlarda sergilenen performanslar bütününden oluşmaktadır, Sahne arkası ise bireyin özel yaşamında daha çok ortaya çıkardığı benliğin saf hali olarak ifade edilebilir. Sonuç olarak Goffman'a göre gündelik hayat bir kurgudan meydana gelmektedir. Günlük hayatın kurgulanmış bir şekilde sunumunda kullanılan unsurlar ise performans, rol, sahne, sahne önü, sahne arkası, benlik, etkileşim, aktör, vitrin, set, izleyici, verilen izlenim, yayılan izlenim ve takımdır. Bu unsurları kullanarak bireyler

kendilerine dair kurgulanmış gerçeği toplumsal yaşam sahnesinde bir tiyatro oyunu gibi diğerleri ile paylaşmaktadırlar.

Goffman'a göre, toplumsal yaşamda bir tiyatro oyunu gibi diğerlerine sergilenen performanslar (günlük yaşamda ortaya koyduğumuz davranışlar) sürecinde oyuncu ve seyirci arasındaki etkileşim, benliğin sunumu için gerekli olan ortamı oluşturmaktadır. Burada yaşam bir tiyatro sahnesine benzetilmektedir. Doğru bir şekilde tasarlanan sahnede benlik istenilen şekilde ortaya konularak karşı tarafta beklenen etkinin oluşması sağlanacaktır. Buradan da anlaşılacağı üzere benlik sunumu yalnızca sahnede yer alan oyuncuların davranışlarının sergilenmesi değil, izleyicilerin de içerisinde bulunduğu bir süreci ifade etmektedir (Morva, 2014: 230-256).

### **3. Yöntem**

#### **3.1. Araştırmanın Modeli**

Bu çalışmada, lisansüstü öğrencilerin danışmanlarına yönelik gerçekleştirdikleri benlik sunum stratejilerinin cinsiyete ve eğitim düzeyine göre farklılaşıp farklılaşmadığını ölçmek amacıyla tarama modelinin bir türü olan ilişkiyel tarama modelinden karşılaştırmalı tarama modeli kullanılmıştır. Karasar (2007: 79-84)'a göre, karşılaştırma vasıtası ile korelasyon tespitinde en az iki değişken yer almaktadır. Yani, bağımlı olarak tanımlanan değişkenin bağımsız olarak tanımlanan değişken grupları bakımından anlamlı bir değişim açığa çıkarıp çıkarmadığını, bu gruplar arasındaki değişimler incelenerek ortaya çıkarılabilir. Karşılaştırmalarda bir seviye ortaya koymaktan ziyade gruplar arasında değişimler yaşanıp yaşanmadığına odaklanılır.

#### **3.2. Araştırma Soruları**

Lisansüstü öğrencilerin danışmanları ile iletişim sürecinde onların izlenimlerini yönetme konusunda ne kadar başarılı olduklarını açığa çıkarmanın amaçlandığı bu çalışmada şu sorulara yanıt aranmıştır:

1. Lisansüstü öğrenciler benliklerini akademik başarı açısından nasıl görmektedirler?
2. Lisansüstü öğrenciler karşılarındaki bir kişiyi etkileyebilme becerisine sahip midirler?
3. Lisansüstü öğrenciler danışmanları ile iletişimlerinde kendilerini tanıtmaya yönelik izlenim yönetim taktiklerini kullanma becerileri nasıldır?
4. Lisansüstü öğrenciler danışmanları ile iletişimlerinde savunmaya yönelik izlenim yönetim taktiklerini kullanma becerileri nasıldır?
5. Kendini tanıtmaya yönelik taktikler cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
6. Kendini savunmaya yönelik taktikler cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
7. Kendini tanıtmaya yönelik taktikler eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
8. Kendini savunmaya yönelik taktikler eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

#### **3.3. Evren ve Örneklem**

Araştırmanın evrenini Türkiye'deki devlet ve özel üniversitelerinde öğrenimlerine devam eden lisansüstü öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemi ise Kolayda Örneklem yöntemi ile 394 kişi olarak belirlenmiştir. Kolayda örneklem türü ile veriler ana kütlede ekonomik ve hızlı bir şekilde toplanabilir (akt. Haşoğlu, Baran ve Aydın, 2015: 20). Bu örneklem türünde, örneklem sayısı ve örneklem içerisine dahil edilen elemanlar istatistiksel açıdan tesadüfi olmayan şekillerde belirlenir (akt. Karamustafa ve Biçkes, 2003: 94). Bu nedenle bu yöntemin kullanıldığı çalışmalarda genellemeye gidilmesi neredeyse imkansızdır. İncelenen grubun ana kütleyle temsil etme gücü çok zayıftır. Bundan dolayı bu tür çalışmalarda elde edilen bulgular, görüşme gerçekleştirilen gruba yönelik olarak değerlendirilmelidir (Haşoğlu vd., 2015: 19).

#### **3.4. Veri Toplama Aracı**

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak iki bölümden meydana gelen (demografik bilgiler ve lisansüstü öğrencilerin danışmanları ile iletişim sürecinde benlik sunum stratejilerini değerlendirmeye yönelik ölçek) bir anket formu kullanılmıştır. İlk bölümde katılımcıların benliklerini akademik başarı açısından nasıl değerlendirdikleri, danışmanları ile iletişimlerini nasıl değerlendirdikleri, birinin düşüncelerini etkileyebilme gücünü kendinde bulup bulmadıklarını, eğitim, yaş ve cinsiyet sorularını yanıtlamaları istenmiştir. Yaş sorusuna açık uçlu yanıtlar alınmıştır. Anketin ikinci bölümünde ise, Lisansüstü öğrencilerin danışmanları ile

iletişim sürecinde benlik sunum stratejilerini kullanımlarını ölçmek amacıyla, iki ana boyut, altı alt boyuttan oluşan benlik sunum taktiği ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek, Tedeschi ve Norman'ın (1985) "yaygın olarak benimsenen ve diğer sınıflandırmalara temel oluşturmuş olan, kendini tanıtmaya yönelik ve kendini savunmaya yönelik izlenim yönetimi taktikleri sınıflaması temel alınarak" (akt. Demir, 2002) araştırmacı tarafından literatür ve uzman görüşleri de dikkate alınarak oluşturulmuştur. Bu taktiklerden kendini tanıtmaya yönelik taktikler; kendini sevdirmeye, niteliklerini tanıtmaya, yıldırma, örnek olma ve yardım talep etme alt boyutlarına sahiptir (akt. Demir, 2002: 42). Kendini savunmaya yönelik taktiklerin alt boyutlarını ise; açıklama yapmak, engel koymak, özür dilemek ve yadsımaktır (akt. Demir, 2002: 52). İki ana boyutun alt boyutlarından bazıları (kendini savunmaya yönelik taktiklerde yıldırma alt boyutu, kendini savunmaya yönelik taktiklerde engel koyma ve yadsıma alt boyutu) araştırmanın amacına hizmet etmediğinden çıkarılmıştır. Bu şekilde araştırma için iki ana (kendini tanıtmaya yönelik taktik, savunmaya yönelik taktik) boyut, 6 alt (kendini tanıtmaya yönelik taktik: kendini sevdirmeye, niteliklerini tanıtmaya, örnek olma, yardım talep etme, kendini savunmaya yönelik taktikler: açıklama yapmak, özür dilemek) boyut oluşturulmuştur. Her alt boyut 5 ifadeye sahiptir. İfadelere 5 likert ölçeğinde (1= Kesinlikle Katılmıyorum dan 5= Kesinlikle Katılıyorum) yanıtlar alınmıştır. Anketin uygulanmasına geçilmeden önce soruların anlaşılabilirliğini test etmek için Süleyman Demirel Üniversitesi İletişim Bilimleri Alanında Lisansüstü öğrenim gören öğrenciler üzerinden pilot test gerçekleştirilmiş, anlaşılmayan sorular düzenlenmiştir. Daha sonra anketin ilgili örneklem grubuna uygulanmasına geçilmiştir. 20 sorudan oluşan *kendini tanıtmaya yönelik taktikler* ölçeğinin güvenilirlik katsayısı  $\alpha = 0,881$  olarak bulunmuştur. 10 sorudan oluşan *kendini savunmaya yönelik taktikler* ölçeğinin güvenilirlik katsayısı ise  $\alpha = 0,825$  olarak bulunmuştur. Anket soruları Google anket formu üzerinden çevrimiçi olarak oluşturulmuş ve sosyal medya platformlarında yer alan lisansüstü yardımlaşma ve dayanışma gruplarında paylaşılarak örnekleme ulaşılmaya çalışılmıştır. Anket formuna yanıtlar 16-20 Şubat 2022 tarihleri arasında alınmıştır.

### 3.5. Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler

Araştırmada elde edilen ham veriler SPSS veri analiz programına işlenmiş ve bu program vasıtasıyla tablolar haline getirilerek yorumlanmıştır. SPSS veri analiz programında yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, katılımcıların benliklerini akademik açıdan nasıl değerlendirdikleri, danışmanları ile iletişimlerini nasıl değerlendirdikleri, katılımcıların bir kişiyi etkileyebilme dereceleri gibi sorular frekans analizi yapılarak tablolaştırılıp sunulmuştur. Daha sonra aynı program vasıtasıyla lisansüstü öğrencilerinin danışmanlarının izlenimlerini yönetme süreçlerini değerlendirmeye yönelik ölçekteki (bu ölçek 2 ana boyut 6 alt boyuta sahip olan ve toplamda 30 sorudan oluşan bir ölçektir) her bir ifadeye verilen yanıtların ortalamaları ve standart sapmaları bulunarak ayrıntılı bir şekilde tablo halinde verilmiştir. Daha sonra analiz programı aracılığıyla öğrencilerin danışmanlarına karşı uyguladığı izlenim yönetim taktiklerinin cinsiyet ve eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık oluşturup oluşturmadığına bakılmıştır. Ancak söz konusu analiz gerçekleştirilmeden önce verilerin normallik ve homojenlik varsayımını sağlayıp sağlamadığına bakılmıştır. Tabachnick ve Fidell'a göre çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1.5 ile -1.5 aralığında olması verilerin normal dağılım sağladığı varsayımını karşılamaktadır (akt. Tüfekçi ve Asıgbulmuş, 2016). Normallik ve homojenlik varsayımını sağlayan verilerin analizi Parametrik testlerden Bağımsız örneklem t testi aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. İki koşuldun birini sağlamayan verilerin analizi ise Parametrik olmayan testlerden Mann Whitney U testi ile gerçekleştirilmiştir.

### 3.6. Etik Kurul Onayı

Bu çalışma için Süleyman Demirel Üniversitesi Etik Kurulundan E-87432956-050.99-216467 sayılı ve 16.02.2022 tarihli etik kurul onayı alınmıştır.

## 4. Bulgular ve Yorum

Bu bölümde öncelikle lisansüstü öğrencilerin yaşı, cinsiyeti, eğitim düzeyi, gelirleri gibi bir takım demografik bilgiler frekans analizi ile tablolar şeklinde sunulmuştur. Daha sonra katılımcıların benliklerini akademik açıdan nasıl değerlendirdikleri, danışmanları ile iletişimlerini nasıl değerlendirdikleri, karşılarındaki bir kişiyi etkileyebilme becerileri gibi sorulara verdikleri yanıtlar da frekans analizi ile tablolar halinde verilmiştir. Ardından katılımcıların kendini tanıtmaya yönelik taktikleri ve kendini savunmaya yönelik taktikleri kullanma

düzeyleyler frekans analizi ile tablolar halinde verildikten sonra bu taktiklerin cinsiyete ve eğitim düzeyine (yüksek lisans/doktora) göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği tablolar halinde sunulurak yorumlanmıştır.

#### 4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Tablo 1'e göre araştırmaya dahil olan katılımcıların cinsiyet dağılımı incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğu (%66.4 257 kişi) kadınlardan meydana gelmektedir. Çalışmaya katılan erkek katılımcıların sayısı ise %33.6 lık (130 kişi) bir dilimi oluşturmaktadır.

**Tablo 1.** Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamlı Yüzde
Erkek	130	33,6	33,6	33,6
Kadın	257	66,4	66,4	100,0
Toplam	387	100,0	100,0	

Araştırmada katılımcılardan yaş sorusuna açık uçlu yanıtlar alınmıştır. Verilerin analizini değerlendirmeyi kolaylaştırmak adına yaş sorusuna verilen yanıtlar Tablo 2'deki gibi gruplandırılmıştır. Araştırmaya dahil olan katılımcıların büyük bir çoğunluğunu 26-31 (%47.3) yaş arası katılımcılar oluşturmaktadır. Diğer taraftan araştırmaya dahil olan katılımcıların yaş gruplandırılmasında azınlığı oluşturan kesimi ise 44-49 (%1.6) arası yaş grubu oluşturmaktadır. Araştırmaya katılanların büyük çoğunluğunu gençler oluşturmaktadır.

**Tablo 2.** Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamlı Yüzde
25 yaş ve altı	92	23,8	23,8	23,8
26-31 yaş arası	183	47,3	47,3	71,1
32-37 yaş arası	71	18,3	18,3	89,4
38-43 yaş arası	25	6,5	6,5	95,9
44-49 yaş arası	10	2,6	2,6	98,4
50 yaş ve üzeri	6	1,6	1,6	100,0
Toplam	387	100,0	100,0	

Tablo 3 incelendiğinde araştırmaya dahil olan katılımcıların büyük çoğunluğunu Yüksek lisans (%80.6 ile 312 kişi) öğrencileri oluşturmaktadır. Doktora öğrencileri ise toplam katılımcıların %19.4'ünü (75 kişi) oluşturmaktadır.

**Tablo 3.** Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamlı Yüzde
Doktora	75	19,4	19,4	19,4
Yüksek Lisans	312	80,6	80,6	100,0
Toplam	387	100,0	100,0	

Katılımcıların benliklerini akademik başarı açısından nasıl değerlendirdikleri Tablo 4 üzerinden değerlendirildiğinde; katılımcıların büyük çoğunluğu (%49.6 ile 192 kişi) benliğini orta derece başarılı olarak değerlendirmiştir. Katılımcıların %47.5'i (184 kişi) ise benliğini akademik açıdan başarılı olarak görmüştür. Katılımcıların çok az bir kısmı ise (%2.8 ile 11 kişi) benliğini akademik başarı açısından başarısız görmüşlerdir. Bu noktadan hareketle katılımcılar eğitimleri sürecinde benliklerini orta derecede başarılı veya başarılı olarak görmektedirler.

**Tablo 4.** Katılımcıların Benliklerini Akademik Başarı Açısından Nasıl Değerlendirdiklerine Ait Sonuçlar.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamlı Yüzde
Başarısız	11	2,8	2,8	2,8
Orta Derecede Başarılı	192	49,6	49,6	52,5
Başarılı	184	47,5	47,5	100,0
Toplam	387	100,0	100,0	

Araştırmada katılımcılara danışmanları ile iletişimlerini nasıl değerlendirdiklerine ile ilgili bir soru sorulmuş, alınan yanıtlar Tablo 5’de sunulmuştur. Katılımcıların büyük çoğunluğu danışman hocaları ile iletişimini iyi (%30.5 ile 118 kişi), oldukça iyi (%29.2 ile 113 kişi), orta (%23.8 ile 92 kişi) şeklinde yanıtlar vermişlerdir. Katılımcıların çok az bir kesimi ise (%16.5 ile 64 kişi) danışmanları ile iletişimlerinin kötü olduğu değerlendirmesini yapmışlardır. Bu bulgular üzerinden bir değerlendirme yapıldığında; katılımcıların büyük bir bölümü danışmanları ile iletişiminde herhangi bir sorunla karşılaşmamaktayken, azınlığı oluşturan kesim ise danışmanları ile iletişiminden memnuniyet duymamaktadırlar.

**Tablo 5.** Katılımcıların Danışmanları İle İletişimini Nasıl Değerlendirdiklerine İlişkin Bulgular.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamlı Yüzde
Oldukça İyi	113	29,2	29,2	29,2
İyi	118	30,5	30,5	59,7
Orta	92	23,8	23,8	83,5
Kötü	64	16,5	16,5	100,0
Toplam	387	100,0	100,0	

Katılımcılara karşılarındaki bir kişiyi etkileyebilme becerilerine sahip olup olmadıkları sorulmuş alınan yanıtlar Tablo 6’da sunulmuştur. Katılımcıların büyük çoğunluğu (%39.5 ile 153 kişi) karşılarındaki bir kişiyi büyük ölçüde etkileyebileceğini ifade etmiştir. İlgili soruya alınan yanıtlar incelendiğinde, %0.3 lük dilimde yer alanlar (1 kişi) dışında diğer katılımcıların etkileyebilme dereceleri farklılık gösterse de diğerlerini etkileyebildikleri bulgusu elde edilmiştir.

**Tablo 6.** Katılımcıların Karşılarındaki Bir Kişiyi Etkileyebilme Beceresine Sahip Olup Olmadıklarına Ait Sonuçlar.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Evet Kesinlikle	71	18,3	18,3	18,3
Büyük Ölçüde	153	39,5	39,5	57,9
Kısmen	148	38,2	38,2	96,1
Çok az	1	3,6	3,6	99,7
Hayır Hiç	1	,3	,3	100,0
Toplam	215	100,0	100,0	

#### 4.2. Katılımcıların Kendini Tanıtma ve Savunmaya Yönelik Benlik Sunum Boyutlarına Verdikleri Yanıtların Ortalamaları ve Standart Sapmaları

Lisansüstü öğrenciler zaman zaman danışmanlarının izlenimlerini yönetme konusunda girişimlerde bulunabilirler. Bu çalışmada, iki ana boyuttan biri olan *kendini tanıtmaya yönelik taktikleri* (kendini sevdirmeye, niteliklerini tanıtmaya, örnek olma, yardım isteme) öğrencilerin danışmanlarının izlenimlerini yönlendirme sürecinde kullanıp kullanmadıkları incelenmiş, alınan yanıtların ortalamalarına ve standart sapmalarına Tablo 7’de yer verilmiştir. *Kendini tanıtmaya yönelik taktiğin* alt boyutlarından biri olan *kendini sevdirmeye taktiğinde* en çok kabul gören yanıt “Yorucu bir gün geçirsem bile danışman hocama enerjik görünmeye dikkat ederim.”dir (ortalama: 3,4522). Katılımcılar günün yorgunluğuna sahip olsalar bile danışmanlarına enerjik görünmenin önemini vurgulayarak pozitif benlik sunumları gerçekleştirmektedirler. Katılımcıların *niteliklerini tanıtmaya* yönelik alt boyut taktiği içerisinde en çok onayladıkları ifade ise “Danışmanımın önerdiği okumaları zamanında yapmak hocamın gözündeki değerimi korumamı sağlar”dır (ortalama: 3.9845). Katılımcılar, danışmanlarının söylediklerini zamanında yaparak onların üzerinde pozitif bir izlenim bırakmaya çalışmaktadırlar. Katılımcıların *örnek olma* alt boyutu altında en çok onayladıkları ifade ise “Danışmanım her konuda benim dürüst bir insan olduğumu bilir”dir (ortalama: 3,9766). Bu ifadeden katılımcıların danışmanları üzerinde güvenilir ve örnek bir öğrenci olduğu izlenimini başarılı bir şekilde gerçekleştirmiş olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların *yardım isteme* alt boyutuna verdikleri yanıtlar incelendiğinde en çok kabul gören ifade “Danışmanım akademik bir konuda yardım desteği sağlarken tüm dikkatimle verdiği bilgileri dinleyerek not ederim” (ortalama: 4,2135) dir. Bu ifadeden katılımcıların danışmanlarından yardım isteyerek aralarındaki etkileşimi artırmaya ve ilgili bir öğrenci oldukları izlenimini danışmanları üzerinde oluşturmaya çalıştıkları anlaşılmaktadır.



**Tablo 7.** Katılımcıların Kendini Tanıtmaya Yönelik Benlik Sunum Stratejilerini Kullanımlarına İlişkin Sorulara Verilen Yanıtların Ortalamaları ve Standart Sapmaları.

<b>Kendini Tanıtmaya Yönelik Taktikler</b>					
<b>Kendini Sevdirme</b>	<b>N</b>	<b>Min.</b>	<b>Max.</b>	<b>Ort.</b>	<b>S.s</b>
Yorucu bir gün geçirsem bile danışmanıma enerjik görünmeye dikkat ederim.	387	1,000	5,000	3,4522	1,05283
Danışmanımı özel günlerde (bayramlar, doğum günü) mesaj atmaya/aramaya dikkat ederim.	387	1,000	5,000	3,1705	1,37214
Danışmanım ile arkadaşça ilişkiler geliştirmek maksadıyla okul dışı görüşmelere davet ederim.	387	1,000	5,000	2,3773	1,17500
Danışmanımı sıkıntılı gördüğümde ona arkadaşça yaklaşarak sorunlarını paylaşmasını sağlarım.	387	1,000	5,000	2,8863	1,22897
Danışmanım ile akademik konularda fikir ayrılığına düşmemeye çalışırım.	387	1,000	5,000	3,2067	1,16007
<b>Niteliklerini Tanıtma</b>	<b>N</b>	<b>Min.</b>	<b>Max.</b>	<b>Ort.</b>	<b>S.s</b>
Danışmanımın önerdiği okumaları zamanında yapmak hocamın gözündeki değerimi korumamı sağlar.	387	1,000	5,000	3,9845	,94390
Danışmanımın yayınlarına hakimimdir; bu yayınların bahsi geçtiğinde üzerine birkaç kelam etmek ilgili bir öğrenci olduğumu gösterir.	387	1,000	5,000	3,2513	1,13804
Danışmanıma aldığım akademik eğitimin benim için çok önemli olduğunu hissettirmek için elimden gelen akademik gayreti gösteririm.	387	1,000	5,000	3,9532	,95355
Alanıma ilişkin sürekli okumalar yaparım ve okuduklarıma dair danışmanıma bilgiler veririm	387	1,000	5,000	3,4378	1,08951
Sürekli olarak akademik yayınlar ortaya koymaya çalışırım, bulunduğum süreçlere dair danışmanıma bilgiler veririm.	387	1,000	5,000	3,2617	1,09849
<b>Örnek Olma</b>	<b>N</b>	<b>Min.</b>	<b>Max.</b>	<b>Ort.</b>	<b>S.s</b>
Danışmanımın gözünde örnek bir öğrenci profiline sahip olmak için elimden gelen akademik gayreti gösteririm.	387	1,000	5,000	3,6068	1,13066
Dersimin olmadığı günler de okula gelerek danışmanım ile akademik konularda fikir alışverişinde bulunurum.	387	1,000	5,000	2,5636	1,23606
Danışmanım her konuda benim dürüst bir insan olduğumu bilir.	387	1,000	5,000	3,9766	,82093
Danışmanımın herhangi bir ricasını emir olarak görür hızlı bir şekilde isteğini gerçekleştiririm.	387	1,000	5,000	3,7896	1,08007
Danışmanımın gözünde diğer arkadaşlarımdan daha gayretli bir öğrenci imajına sahibimdir.	387	1,000	5,000	3,5169	1,08750
<b>Yardım İsteme</b>	<b>N</b>	<b>Min.</b>	<b>Max.</b>	<b>Ort.</b>	<b>S.s</b>
Akademik bir konuda eksik kaldığımda danışmanımın bilgilerinden istifade ederim.	387	1,000	5,000	3,9221	1,03790
Bazen özel yaşamım ile ilgili yaşadığım bir sorunu danışmanım ile paylaşarak onun değerlendirmesine başvururum.	387	1,000	5,000	2,6078	1,32069
Okul ile ilgili yaşadığım herhangi bir problemi kendim çözebilsem bile bunu danışmanım ile de paylaşarak fikirlerine başvururum.	387	1,000	5,000	3,0052	1,23593
Danışmanımdan akademik bir konuda yardım isterken hocanın bilgilerine ne kadar ihtiyacım olduğuna dair önemini vurgularım.	387	1,000	5,000	3,6250	1,05712
Danışmanım akademik bir konuda yardım desteği sağlarken tüm dikkatimle verdiği bilgileri dinleyerek not ederim.	387	1,000	5,000	4,2135	,72711

(1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum)

Lisansüstü öğrencilerin danışmanları ile iletişimi bazen yolunda gitmeyebilir. Öğrenciler böyle durumlarda benlik sunum stratejilerinden savunmaya yönelik taktiklere başvurabilirler. Savunmaya yönelik benlik sunum boyutu iki alt boyuta sahiptir, bunlar açıklama yapmak ve özür dilemektir. Tablo 8’de katılımcıların *savunmaya yönelik taktiklerin* alt boyutlarında yer alan ifadelere verdikleri yanıtların ortalamaları ve standart sapmaları detaylı bir şekilde yer verilmiştir. *Savunmaya yönelik taktiklerin* alt boyutlarından biri olan *açıklama yapmak* boyutu altında en çok onaylanan ifade ‘‘ Danışmanıma yaşanan olumsuzlukla ilgili açıklamalarda bulunurken yumuşak bir dil kullanırım’’ dır (ortalama: 4,2474). Söz konusu ifadeden de anlaşıldığı üzere, katılımcılar danışmanları ile aksayan iletişimini onarmak için, yumuşak bir dil kullanarak onların izlenimlerini başarılı bir şekilde yönetmektedirler. Savunmaya yönelik boyutun ikinci alt boyutu olan *özür dilemek* boyutunda en çok kabul gören ifade ise ‘‘Danışmanımdan özür dilerken özür ile birlikte yaşanan pişmanlığın da karşı tarafa etkili bir şekilde hissettirilmesini sağlarım.’’ dır (ortalama: 3,7206). Bu ifadeden katılımcıların danışmanlarından özür dileme sürecinde pişmanlıklarının da karşı tarafa aktarılmasını sağlayarak izlenim yönetim sürecinin başarılı olmasını sağlamaya çalıştıkları anlaşılmaktadır.

**Tablo 8.** Katılımcıların Savunmaya Yönelik Benlik Sunum Stratejilerine İlişkin Sorulara Verilen Yanıtların Ortalamaları ve Standart Sapmaları

Savunmaya Yönelik Taktikler					
Açıklama Yapmak	N	Min.	Max.	Ort.	S.s
Herhangi bir nedenle danışmanım hakkında olumsuz bir yargıya sahip olduğunda yaptığım açıklamalar ile onu ikna edebilirim.	387	1,000	5,000	3,4661	,89320
Danışmanıma yaşanan olumsuz bir durum karşısında açıklama yaparken şeffaf olmanın daha etkili olacağına dair inanca sahibim.	387	1,000	5,000	4,1273	,78190
Yaşanan olumsuz durumdan sonra danışmanıma yaptığım açıklamalar sonrası hocam ile iletişimim iyileşme gösterir.	387	1,000	5,000	3,7584	,86382
Danışmanım ile yaşadığım olumsuzluk karşısında sakinliğimi koruyarak detaylı bir açıklama yaparım.	387	1,000	5,000	4,0365	,68457
Danışmanıma yaşanan olumsuzlukla ilgili açıklamalarda bulunurken yumuşak bir dil kullanırım.	387	1,000	5,000	4,2474	,62057
Özür Dilemek	N	Min.	Max.	Ort.	S.s
Danışmanım ile yaşadığım herhangi bir problem karşısında bu problemin bir daha yaşanmayacağına dair söz verip özür dileyerek olumsuz durumu ortadan kaldırıyorum.	387	1,000	5,000	3,6667	,98730
Danışmanım ile yaşadığım olumsuz bir durumda haklı olsam bile özür dileyerek olumsuzluğu ortadan kaldırıyorum.	387	1,000	5,000	3,0521	1,15729
Danışmanım ile yaşadığım ufak bir tatsızlık durumunda özür kolay fakat etkili bir yoldur.	387	1,000	5,000	3,5286	,98246
Danışmanım dilediğim özrü kolaylıkla kabul eder.	387	1,000	5,000	3,4752	,95379
Danışmanımdan özür dilerken özür ile birlikte yaşanan pişmanlığın da karşı tarafa etkili bir şekilde hissettirilmesini sağlarım.	387	1,000	5,000	3,7206	,89954

(1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum)

#### 4.3. Katılımcıların Kendini Tanıtmaya Yönelik Taktikler ile Kendini Savunmaya Yönelik Taktiklerin Cinsiyete ve Eğitim Düzeyine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına Ait Bulgular

Katılımcıların *kendini tanıtmaya yönelik taktiklerin* alt boyutlarının *cinsiyete* göre farklılaşp farklılaşmadığını test etmeden önce verilerin normallik ve homojenlik varsayımını sağlayıp sağlamadığına bakıldı. 4 alt boyutun da normallik varsayımını sağladığı ancak homojenlik varsayımını sağlamadığı için Parametrik olmayan testlerden Mann-Whitney U testi kullanılmıştır. Tablo 9’daki analizler incelendiğinde her alt boyutun p değeri ((*kendini sevdirmeye*: U=15463,500; p=0,231); (*niteliklerini tanıtmaya*: U=15691,500; p=0,327); (*örnek olma*: U=15133,000; p=0,129); (*yardım isteme*: U=16464,000; P=0,816)) p<0.05 den büyük olduğundan, her alt boyut için cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

**Tablo 9.** Kendini Tanıtmaya Yönelik Taktiklerin Alt Boyutlarının Cinsiyete Göre Farklılaşım Farklılaşmadığına Ait Sonuçlar.

<b>Kendini Sevdirmeye Alt Boyutu</b>					
Grup	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	P
Erkek	130	203,55	26461,50	15463,500	0,231
Kadın	257	189,17	48616,50		
<b>Niteliklerini Tanıtma</b>					
Grup	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	P
Erkek	130	186,20	24206,00	15691,000	0,327
Kadın	257	197,95	50872,00		
<b>Örnek Olma</b>					
Grup	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	P
Erkek	130	181,91	23648,00	15133,000	0,129
Kadın	257	200,12	51430,00		
<b>Yardım İsteme</b>					
Grup	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	P
Erkek	130	195,85	25461,00	16464,000	0,816
Kadın	257	193,06	49617,00		

\*P<0.05 anlamlılık düzeyi

Katılımcıların *kendini savunmaya yönelik taktiklerin* alt boyutlarının *cinsiyete* göre farklılaşım farklılaşmadığını test etmeden önce verilerin normallik ve homojenlik varsayımını sağlayıp sağlamadığına bakıldı. 2 alt boyutun da normallik varsayımını sağladığı ancak homojenlik varsayımını sağlamadığı için Parametrik olmayan testlerden Mann-Whitney U testi kullanılmıştır. Tablo 10'daki analizler incelendiğinde her alt boyutun p değeri ((*açıklama yapmak*: U=16638,500; P=0,948); (*özür dilemek*: U=14954,500; p=0,091) den büyük olduğundan, her alt boyut için cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

**Tablo 10.** Kendini Savunmaya Yönelik Taktiklerin Alt Boyutlarının Cinsiyete Göre Farklılaşım Farklılaşmadığına Ait Sonuçlar.

<b>Açıklama Yapmak</b>					
Grup	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	P
Erkek	130	193,49	25153,50	16638,500	0,948
Kadın	257	194,26	49924,50		
<b>Özür Dilemek</b>					
Grup	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	P
Erkek	130	180,53	23469,50	14954,500	0,091
Kadın	257	200,81	61608,50		

\*P<0.05 anlamlılık düzeyi

Katılımcıların *kendini tanıtmaya yönelik taktiklerin* alt boyutlarının *eğitim düzeyine* göre farklılaşım farklılaşmadığını test etmeden önce verilerin normallik ve homojenlik varsayımını sağlayıp sağlamadığına bakıldı. 4 alt boyutun da normallik varsayımını sağladığı ancak homojenlik varsayımını sağlamadığı için Parametrik olmayan testlerden Mann-Whitney U testi kullanılmıştır. Tablo 11'deki analizler incelendiğinde 3 alt boyutun p değeri ((*niteliklerini tanıtmaya*: U=10280,000; p=0,101); (*örnek olma*: U=10880,000; p=0,344); (*yardım isteme*: U=10379,500; p=0,128)) p<0.05 den büyük olduğundan, 3 alt boyut için eğitim düzeyi açısından anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Ancak, *kendini sevdirmeye* alt boyutunun p değeri ((U=58155,500; p=0,006) p<0.05 den küçük olduğundan eğitim düzeyi grupları arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Buna göre izlenim yönetimi sürecinde *kendini sevdirmeye* taktiğini yüksek lisans öğrencileri daha fazla kullanmaktadır.

**Tablo 11.** Kendini Tanıtmaya Yönelik Taktiklerin Alt Boyutlarının Eğitim Düzeyine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığına Ait Sonuçlar.

<b>Kendini Sevdirme Alt Boyutu</b>					
Grup	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	P
Yüksek Lisans	312	186,40	58155,50	58155,500	0,006
Doktora	75	225,63	16922,50		
<b>Niteliklerini Tanıtma</b>					
Grup	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	P
Yüksek Lisans	312	189,45	59108,00	10280,000	0,101
Doktora	75	212,93	15970,00		
<b>Örnek Olma</b>					
Grup	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	P
Yüksek Lisans	312	191,37	59708,00	10880,000	0,344
Doktora	75	204,93	15370,00		
<b>Yardım İsteme</b>					
Grup	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	P
Yüksek Lisans	312	189,77	59207,50	10379,500	0,128
Doktora	75	211,61	15870,50		

\*P&lt;0.05 anlamlılık düzeyi

Katılımcıların *kendini savunmaya yönelik taktiklerin* alt boyutlarının *eğitim düzeyine* göre farklılaşım farklılaşmadığını test etmeden önce verilerin normallik ve homojenlik varsayımını sağlayıp sağlamadığına bakıldı. *Açıklama yapmak* alt boyutu normallik ve homojenlik varsayımını sağladığı için analiz sürecinde Parametrik testlerden Bağımsız örneklem t testi kullanılmıştır. Tablo 12’de açıklama yapmak alt boyutuna dair analizler incelendiğinde boyutun p değeri ( $p=0,276$ )  $p<0.05$  den büyük olduğundan eğitim düzeyi açısından anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Diğer taraftan *Özür dilemek* alt boyutu normallik varsayımını sağlayıp homojenlik varsayımını sağlamadığı için Parametrik olmayan testlerden Mann-Whitney U testi kullanılmıştır. Tablo 12. özür dilemek alt boyutuna dair analizler incelendiğinde boyutun p değeri ( $U=10522,000$ ;  $p=0,174$ )  $p<0.05$  den büyük olduğu için eğitim düzeyi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

**Tablo 12.** Kendini Savunmaya Yönelik Taktiklerin Alt Boyutlarının Eğitim Düzeyine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığına Ait Sonuçlar.

<b>Açıklama Yapmak</b>						
Grup	N	X	SS	Sd	t	P
Yüksek Lisans	312	3,9135	,53080	1385	-1,091	0,276
Doktora	75	3,9893	,58067			
<b>Özür Dilemek</b>						
Grup	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	P	
Yüksek Lisans	312	197,78	61706,00	10522,000	0,174	
Doktora	75	178,29	13372,00			

\*P&lt;0.05 anlamlılık düzeyi

## 5. Sonuç

Bireyler gündelik yaşamlarında diğerleri ile etkileşim halindeyken onlar üzerinde kendilerine dair pozitif bir imaj bırakma arzusuna sahip olabilirler. Bireyler diğerleri üzerinde bu pozitif imaj bırakma arzusunu birçok ortamda taşıyabilir. Bu ortamlardan biri de akademik dünyadır. Toplumsal yaşamın her alanında olduğu gibi, akademik dünyada da izlenim yönetimleri yoğun olarak kendini gösterebilmektedir. Bu çalışmada diğerleri üzerinde pozitif imaj bırakma arzusunun yoğun olduğu düşünülen akademik dünyada, danışmanları ile yoğun bir iletişim halinde olan lisansüstü öğrencilerin danışmanlarının izlenimlerini yönetmek için hangi taktiklere başvurduklarının ortaya konması amaçlanmıştır. Lisansüstü öğrencilerin danışmanları ile iletişiminde ne tür benlik sunum taktiklerine başvurdukları ise iki temel boyut ve altı alt boyuttan oluşan bir ölçek ile ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Araştırmaya 387 Lisansüstü öğrenci katılmış bu öğrencilerin 312'si yüksek lisans 75'i doktora öğrencisinden oluşmaktadır. Araştırmaya katılanların 130'u erkeklerden, 257'si kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğu (183 kişi) 26-31 yaş aralığında yer almaktadır.

Araştırmada elde edilen bulgulara göre katılımcılar benliğini akademik başarı açısından başarılı görmektedir. Diğer taraftan katılımcıların büyük çoğunluğu danışmanları ile iletişimlerinin iyi olduğu yönünde görüş bildirmişlerdir. Öte yandan katılımcıların diğerlerinin izlenimlerini yönetebilme konusunda kendilerine güvendikleri bulgusu elde edilmiştir.

Katılımcıların danışmanları ile iletişim sürecinde benlik sunum stratejilerini kullanımlarının incelenmesi amacıyla iki ana boyut ve altı alt boyuttan (*kendini tanıtmaya yönelik taktikler*: kendini sevdirmek, niteliklerini tanıtmaya, örnek olma, yardım isteme; *kendini savunmaya yönelik taktikler*: açıklama yapmak, özür dilemek) oluşan bir ölçek kullanılmıştır. Bu iki ana boyutun alt boyutlarında ifadelere verilen yanıtlar incelendiğinde, katılımcıların danışmanları ile iletişimlerini kuvvetlendirmek adına söz konusu taktiklere yoğun olarak başvurdukları ve bunu başarılı bir şekilde gerçekleştirdikleri bulguları elde edilmiştir.

Diğer taraftan katılımcıların *kendini tanıtmaya yönelik taktikler* ile *kendini savunmaya yönelik taktiklerin* alt boyutlarının cinsiyet ve eğitim düzeyine göre farklılaşp farklılaşmadığına dair analizler gerçekleştirilmiştir. Analizler sonunda *kendini tanıtmaya yönelik taktiklerin* alt boyutları ile *kendini savunmaya yönelik taktiklerin* alt boyutlarının cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği görülmüştür. Öte yandan eğitim düzeyi açısından *kendini tanıtmaya yönelik taktiklerin* alt boyutları incelendiğinde, *kendini sevdirmek taktiği* alt boyutunda anlamlı bir farklılık bulgulanmıştır. Yüksek lisans öğrencilerinin, doktora öğrencilerinden daha fazla *kendini sevdirmek taktiğine* başvurarak danışmanın izlenimlerini yönetmeye çalıştığı görülmüştür. *Kendini tanıtmaya yönelik taktiklerin* diğer üç alt boyutunun (*niteliklerini tanıtmaya, örnek olma, yardım isteme*) ise eğitim düzeyi açısından farklılaşmadığı görülmüştür. Diğer taraftan *kendini savunmaya yönelik taktiklerin* (*açıklama yapmak, özür dilemek*) alt boyutlarının eğitim düzeyi açısından farklılaşmadığı bulgulanmıştır.

Lisansüstü öğrencilerin danışmalarının kendilerine dair izlenimlerini yönetme süreçlerinin ele alındığı bu araştırma, sınırlı bir zaman diliminde sınırlı bir örneklem grubu üzerinden gerçekleştirilmiştir. Örneklemin çok daha geniş tutulduğu araştırmaların gerçekleştirilmesi evreni temsil ediciliği yüksek bulgular ortaya koyacağı açıktır.

Bu çalışmada elde edilen veriler nicel araştırma yöntemlerinden birisi olan anket ile elde edilmiştir. Bu çalışmanın sonuçlarına göre ortaya çıkan sonuçların nedenlerinin daha iyi anlaşılması ve konunun kapsamlı bir şekilde ele alınması için nitel araştırma yöntemlerinden birisi olan derinlemesine görüşme yöntemi ile araştırmalar yapılmasına ihtiyaç bulunmaktadır. Bu araştırmadan elde edilen sonuçların nedenlerini anlamak derinlemesine görüşmeler yapılarak elde edilebilecektir. Bundan dolayı araştırmacılara tavsiyelerimiz nitel yöntemleri kullanarak konunun genişletilmesi ve literatüre katkı sağlamalarıdır.

## Kaynaklar

Brehm, S. and Kassın, S.M. (1990). *Social psychology*. Boston: Houghton Mifflin Company.

Budak, S. (2003). *Psikoloji sözlüğü*. (2. Baskı). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Demir, K. (2002). Türkiye'deki resmi ve özel Lise öğretmenlerinin izlenim yönetimi. (Yayımlanmamış doktora tezi). Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Dilek, M. (2021). Dijital göçmenlerin benlik sunumları. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Goffman, E. (2009). *Günlük yaşamda benliğin sunumu*. (Çev. B. Cezar). (1. Baskı). İstanbul: Metis Yayınları.

Güler, Ş., Şahin, Y. and BALCI, E.V. (2022) Sosyal medyada çevrimiçi benlik sunumunun öznel iyi oluş üzerine etkisi: Instagram kullanıcıları üzerine bir araştırma. *Erciyes İletişim Dergisi*, 9. (1), 361-380.

<https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.993055>

Güney, S. (2020). *Sosyal psikoloji*. (5. Baskı). Ankara: Nobel Yayınevi.

Haşiloğlu, S.B., Baran, T. and Aydın, O. (2015). Pazarlama araştırmalarındaki potansiyel problemlere yönelik

- bir araştırma: Kolayda örnekleme ve sıklık ifadeli ölçek maddeleri. *Pamukkale İşletme ve Bilişim Yönetimi Dergisi*, (1), 19-28. <https://doi.org/10.5505/piby.2015.47966>
- Hall, S. (1992). *Modernity and its futures. The question of cultural identity: Cap. 6*. University Press.
- Hewitt, J.P. and Shulman, D. (2019). *Benlik ve toplum: sembolik etkileşimci sosyal psikoloji* (Ed. B. Aktaş; Çev. B. Aktaş, Ç. Çoker, A. Yılmaz, B. Aykaç, Y. Bayramoğlu ve M. Karasu). (1. Baskı). İstanbul: Bilge Yayınevi
- Hood, B. (2014). *Benlik yanılması: Sosyal beyin, kimliği nasıl oluşturur?* (Çev. E. Özdemir). (1. Baskı). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Hortaçsu, N. (2012). *En güzel psikoloji sosyal psikoloji*. (1. Baskı). Ankara: İmge Kitapevi Yayınları.
- Karamustafa, K. and Bickes, D.M. (2003). Kredi kartı sahip ve kullanıcılarının kredi kartı kullanımlarını değerlendirmeye yönelik bir araştırma: Nevşehir örneği. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (2), s. 91-113. Erişim adresi <https://dergipark.org.tr/tr/pub/erusosbilder/issue/23748/253009>
- Karaoğlu, B. (2015). Gündelik hayatta benlik sunumunun sosyal paylaşım ağı Facebook üzerinden incelenmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Karasar, N. (2007). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (17. baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Köknel, Ö. (1982). *Kaygıdan mutluluğa kişilik*. (3. Baskı). İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Leary, M.R. and Kowalski, R.M. (1990). Impression management: A literature review and two-component model. *American Psychological Association*, 107 (1), s.34-47. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.1.34>
- Mead, G.H. (2017). *Zihin, benlik ve toplum*. (Çev. Y. Erdem). (1.Baskı). Ankara: Heretik Yayınları.
- Morva, O. (2014). Goffman'ın dramaturjik yaklaşımı ve dijital ortamda kimlik tasarımı: Sosyal paylaşım ağı Facebook üzerine bir inceleme. (Ed. S. Çakır). *Medya ve Tasarım, İstanbul: Urzeni Yayıncılık*.
- Mutlu, E. (2017). *İletişim sözlüğü*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Nelson- Jones, R. (1982). *Danışma psikolojisi kuramları*. (Ed. F. Akkoyun; Çeviri. S. Doğan., F. Korkut., V. Duyan ve B. Eylen). London: Casell Educational Limited.
- Saatcıoğlu, E. (2019). Bir sosyal medya platformu olarak Instagram kullanım güdülleri: Kullanıcıların kimlik sunumları üzerine bir araştırma. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Sankır, H. (2010). Toplumsal cinsiyet rollerinin anlamlandırılış biçiminin kadın sanatçı kimliğinin oluşum sürecine etkileri. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, 9, 1-26. Erişim adresi [http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/hasan\\_sankir\\_1\\_1010.pdf](http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/hasan_sankir_1_1010.pdf)
- Seyyar, A. (2004). *Davranış bilimleri*. (1. Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Tüfekçi, N. & Asıgbulmuş, H. (2016). The factors that effective in the choice of hospital and patient satisfaction: The sample of Isparta. *Journal of Current Researches on Health Sector*, 6 (2), s.72-92. Erişim adresi [http://www.jocrehes.com/Makaleler/1186085781\\_6-2-6-%20t%c3%bcfekci-as%c4%b1%c4%9fbulmu%c5%9f.pdf](http://www.jocrehes.com/Makaleler/1186085781_6-2-6-%20t%c3%bcfekci-as%c4%b1%c4%9fbulmu%c5%9f.pdf)

---

### Etik, Beyan ve Açıklamalar

---

1. Etik Kurul izni ile ilgili;

Bu çalışmanın yazar/yazarları, Süleyman Demirel Üniversitesi Etik Kurulu'nun tarih 16.02.2022 sayı E-87432956-050.99-216467 ve karar 117/2 ile etik kurul izin belgesi almış olduklarını beyan etmektedir.

2.Bu çalışmanın yazar/yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedir.

3.Bu çalışmanın yazar/yazarları kullanmış oldukları resim, şekil, fotoğraf ve benzeri belgelerin kullanımından doğan sorumlulukları kabul etmektedir.

4.Bu çalışmanın benzerlik raporu bulunmaktadır.

---