

## **Problem Çözme Kuramı'nın Geçerliliği Üzerine Bir Uygulama: Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği**

Eyyup AKBULUT (\*)

**Öz:** Bu çalışma genel halkın kamular bazında ayrıştırılmasında ve bu kamuların hangi durumlarda ne tür iletişim davranışları sergilediklerini saptamada ilgili literatürde oldukça kullanışlı bulunan Kamular Kuramı'nın daha genişletilmiş hali olan Problem Çözme Kuramı'nın farklı kültürlerde ne düzeyde uygulanabilir olduğunu ortaya koymak üzere gerçekleştirilmiştir. Toplam 288 katılımcı üzerinde gerçekleştirilen çalışmada ilgili kuram kapsamında öne sürüldüğü gibi yüksek düzeyde bir problem ve ilgililik algısının yine yüksek düzeyde bir durumsal motivasyona, yüksek düzeyde bir kısıtlılık algısının düşük düzeyde bir durumsal motivasyona, gönderge kriterinin varlığının ve yüksek düzeyde bir durumsal motivasyonun ise yüksek düzeyde iletişim eylemlerine yol açtığı ve buradan hareketle Problem Çözme Kuramı'nın farklı kültürlerde de geçerli ve uygulanabilir olduğu doğrulanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Kamular Kuramı, Problem Çözme Kuramı, İletişimsel Eylem

## **An Application on the Validity of Problem Solving Theory: Sample of Ataturk University Faculty of Communication**

**Abstract:** This study is conducted to determine the extent to which Problem Solving Theory is applicable in different cultures, which is an extended form of Publics Theory as a valid theory for classifying general population based on publics and determining which communicative behavior types is presented by these publics. According to the study which is carried out with 288 participants, a high degree of problem and involvement perception is resulted in a high degree of situational motivation; a high degree of constraint perception is resulted in a low degree of situational motivation, existence of referent criterion and a high degree of situational motivation are resulted in high degree of communicative actions. Thus, validity and applicability of the Problem Solving Theory in different cultures is confirmed.

**Keywords:** Publics theory, Problem Solving Theory, Communicative Action.

\*) Yrd. Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi  
(e-posta: akbuluteyp@gmail.com)

## Giriş

Halkla ilişkiler öncelikle genel halk arasında belli kriterler çerçevesinde ortak özelliklere sahip insanlara yönelik gerçekleştirilen bir disiplindir. Dolayısıyla halkla ilişkilerdeki “halk” kavramının kimleri kapsadığı veya kapsamı gerektiği ve genel halkın (paydaşların) belli kriterler bağlamında ayrıştırılması her zaman halkla ilişkiler teorisi ve uygulamasında çok önemli bir konu olmuştur. Ancak genel halkın ayrıştırılması tek başına halkla ilişkileri etkili kılamamaktadır. Başka bir deyişle belli kriterler çerçevesinde ayrıştırılan ve kamular şeklinde daha küçük parçalara bölümlenen halkın ne tür bir doğaya sahip olduğunun ve hangi durumlarda ne şekilde davranışlar sergilediğinin de çok iyi analiz edilmesi gerekmektedir.

Halkla ilişkiler kampanyalarının amacı çoğunlukla önemli kamuları tanımlamak, bunlar üzerinde etkili olacak mesajları saptamak ve bu mesajları ilgili kamulara en etkili şekilde iletecek araçları seçmektir. Bu ise halkla ilişkiler alanında insanların nasıl iletişim kurduklarını ve bu iletişimin en çok ne zaman etkili olacağını öngörececek bir kurama olan ihtiyacı ortaya çıkarmaktadır (Hamilton, 1992:123). Söz konusu ihtiyacın giderilmesinde ilgili literatürde en çok benimsenen kuram ise Grunig tarafından ortaya atılan Durumsal Kamular Kuramı’dır<sup>1</sup>.

Kamular Kuramı insanların ne zaman ve nasıl iletişim kurduklarını ve bu insanlara yönelik iletişim çabalarının ne zaman etkili olacağını açıklamak üzere geliştirilmiştir (Grunig ve Hunt, 1984:148). Başka bir deyişle Kamular Kuramı sorunlara karşı kamuların tavırlarını, bu sorunlar hakkında kamuların iletişim davranışlarını, bu kamulara yönelik iletişim çabalarının onların tutumları, bilişleri ve davranışları üzerindeki etkilerini ve bu kamuların kolektif bir eylem içerisinde bulunma ihtimallerini öngörmeye (Major, 1993:252) sıklıkla yararlanılan bir kuram olmuştur.

Halkla ilişkilerdeki “kamu” ifadesine anlam vermek üzere ortaya atılan ve genel halkı çeşitli konular temelinde kategorilere ayırmada hem kavramsal hem de metodolojik olarak kullanışlı bulunan (Kim vd., 2012:144-145) Kamular Kuramı’nda “kamu (public)” kelimesi halkla ilişkilerdeki yaygın kullanımından farklıdır. Buna göre “kamu (public)” terimi hem genel halk anlamındaki kamu hem de paydaş (stakeholder) kelimelerinden farklıdır. Kamular (publics), örgütler, karar alma mekanizmasına katılmayan kurum içindeki ve kurum dışındaki kişiler üzerinde etkileri olan bir karar aldıklarında veya bu kararı uyguladıklarında ortaya çıkan gruplardır. Bu kamular aynı zamanda kurumların adım atmak istemedikleri çevre kirlenmesi, fiyatlarda indirim gibi alanlarda kurumdan bu yönde bir beklenti içerisinde olan insanlardır. Kuram kapsamında genel halk, aktif ve pasif iletişim davranışları bağlamında kurumsal davranışlarla ilgili bir ya da daha fazla konuyu gündeme getirme ihtimali olan kamulara ayrılmaktadır. Kuramın durumsal bir niteliğe sahip olmasının altında da bu ayırım yatmaktadır; çünkü gündemler geçicidir ve sadece kurumsal davranışlarla ilgili sorun/sorunlar yaşayan insanlarla ilgilidir. Dolayısıyla orta-

1) Çalışmada bundan böyle Kamular Kuramı olarak anılacaktır.

ya çıkan bir gündem etrafında toplanan bireyler yığını olan kamular da gündemlerin var olma durumuna göre oluşmakta veya ortadan kaybolmaktadırlar (Grunig, 2005:778).

Kamular Kuramı daha sonra Kim ve Grunig (2007; 2011) tarafından geliştirilmiş ve daha genel bir kurama kaynaklık etmiştir. Yeni kuram önce Problem Çözmede İletişimci Aktifliği (Kim ve Grunig, 2007) daha sonra ise Durumsal Problem Çözme Kuramı<sup>2</sup> (Kim ve Grunig, 2011) adını almıştır. Problem, kişide rahatsız edici duygular uyandıran bir durumla ilgili olarak beklentiler ile gerçekte olanlar arasındaki algısal uyumsuzluk iken; problem çözme davranışı ise bu algısal uyumsuzluğu azaltmak veya gidermek üzere girişilen çabalaradır (Kim vd., 2010:128).

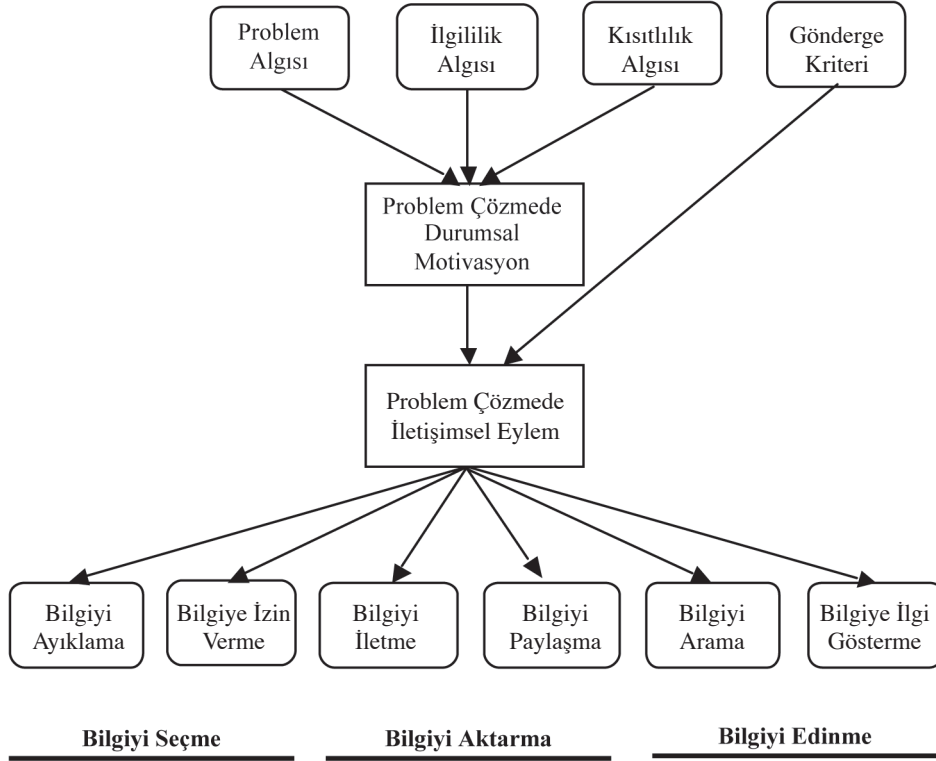
Kamular Kuramı'nda bir kamunun iletişim davranışı sadece bilgiyi edinmeye (bilgiyi arama ve bilgiye ilgi gösterme) indirgenmişken Problem Çözme Kuramı'nda bir kamu içinde yer alan kişiler, problem çözücüler olarak tanımlanmakta ve bu kişilerin iletişim davranışları daha geniş bir bakış açısıyla ele alınarak bilgiyi seçme (bilgiyi ayıklama, bilgiye izin verme), bilgiyi aktarma (bilgiyi iletme, bilgiyi paylaşma) ve bilgiyi edinme (bilgiyi arama, bilgiye ilgi gösterme) şeklinde kategorilere ayrılmaktadır. Problem Çözme Kuramı kendi içinde daha önce Kamular Kuramı'nda da yer verilen problem algısı, kısıtlılık algısı ve ilgililik algısı ile kuram kapsamında yeni sunulan gönderge kriteri olmak üzere toplam dört bağımsız, bir aracılanmış (durumsal motivasyon) ve altı alt değişkenden oluşan bir bağımlı değişkene (iletişimsel eylem) sahiptir (Kim ve Grunig, 2011).

Yüksek düzeyde bir problem ve ilgililik algısının yine yüksek düzeyde bir durumsal motivasyona, yüksek düzeyde bir kısıtlılık algısının ise düşük düzeyde bir durumsal motivasyona, gönderge kriterinin varlığının ve yüksek düzeyde bir durumsal motivasyonun yüksek düzeyde iletişim eylemlerine yol açacağı Problem Çözme Kuramı'nın temel varsayımlarıdır. Ancak Problem Çözme Kuramı'nın geçerliliği henüz çok az çalışmada test edilmiştir (Örneğin Ni ve Kim, 2009; Kim vd., 2010; Kim, 2011; Kim ve Grunig, 2011; Kim vd., 2012). Dolayısıyla söz konusu kuramın geçerliliğin sağlanması ancak olabildiğince fazla çalışma ile söz konusu olabilir.

### **I. Problem Çözmede İletişimsel Eylem**

Problem Çözmede İletişimsel Eylem (İletişimsel Eylem Modeli), problemleri bir durum süresince iletişimde bulunan bireyin/bireylerin iletişim eylemlerini açıklamaktadır ve üç problem çözme aktivitesi alanını içermektedir: bilgiyi seçme, bilgiyi aktarma ve bilgiyi edinme. Söz konusu üç alan aynı zamanda problem çözücünün aktif ve pasif eylemleri temelinde toplam altı alt boyut olarak tekrar ayrıştırılmaktadır (Bkz. Şekil 1). Buna göre bilgiyi seçme davranışları bilgiyi ayıklama (aktif) ve bilgiye izin verme (pasif); bilgiyi aktarma davranışları bilgiyi iletme (aktif) ve bilgiyi paylaşma (pasif) ve son olarak bilgiyi edinme bilgiyi arama (aktif) ve bilgiye ilgi gösterme (pasif) davranışlarını içermektedir (Kim vd., 2010; Kim ve Grunig, 2011).

2) Çalışmada bundan böyle Problem Çözme Kuramı olarak anılacaktır.



Şekil 1. Problem Çözme Kuramı (Kim ve Grunig, 2011:121)

#### A. Bilgiyi Seçme Davranışları: Bilgiyi Ayıklama ve Bilgiye İzin Verme

Bilgiyi seçme davranışlarının alt boyutlarından biri olan bilgiyi ayıklama bireylerin bir problemi çözmek için daha kullanışlı ve daha ilgili bilgiyi seçmelerine yönelik eylem düzeylerini ifade etmektedir (Kim vd., 2012:147). Problem çözücüler bilgiyi ayıklama temelinde fazla bilgi yükünü azaltmak veya bilgi uyumsuzluğundan kaçınmak için problemle ilgili her türlü bilgiyi edinmek yerine sistematik olarak problemle en çok ilgili olan bilgiyi seçme davranışı sergilemektedirler (Kim ve Grunig, 2011:126). Bilgiyi seçme davranışlarından ikincisi olan bilgiye izin verme de ise problem çözücüler problemli konu hakkında karşılaştıkları herhangi bir bilgiyi basitçe hemen kabul etmektedirler (Kim vd., 2010:138). Bilgiye izin verme davranışı genellikle problem çözme sürecinin ilk evrelerinde geçerli olmaktadır (Kim ve Grunig, 2011:127).

Bilgiyi ayıklama ve bilgiye izin verme mutlak anlamda birbirini dışlayan davranışlar değildir. Başka bir deyişle aktif bir problem çözücü kendi düşüncelerine aykırı olsa bile sorunla ilgili farklı kaynaklardan gelen hemen hemen tüm bilgilere ve düşüncelere açık olabilir. Ancak problem hakkında daha fazla bilgi edindiğinde problemle ilgisiz ve kul-

lanışlı olmayan bilgilere karşı sistematik olarak bir direnç gösterebilir (Kim ve Grunig, 2011:127, Kim vd., 2012:147). Özetle problem çözme sürecinin ilk aşamalarında bilgiye izin verme davranışı sergileyen problem çözücüler süreç ilerledikçe daha aktif bir duruma geçip daha çok bilgiyi ayıklama davranışında bulunmaktadır.

### **B. Bilgiyi Aktarma Davranışları: Bilgiyi İletme ve Bilgiyi Paylaşma**

Bilgiyi aktarma davranışı iki şekilde ortaya çıkmaktadır: bilgiyi iletme ve bilgiyi paylaşma. Bilgiyi iletme, problem çözücünün kendiliğinden (gönüllü olarak) herhangi bir çözüm içermese bile problemle ilgi bilgilerini başkalarıyla paylaşmasıdır (Ni ve Kim, 2009:222). Bilgiyi paylaşma davranışında ise problem çözücü ancak problemle ilgili olarak başka birisi kendisinden görüş, düşünce veya uzmanlığını istemesi halinde bilgi paylaşımında bulunmaktadır (Kim ve Grunig, 2011:127).

Bilgiyi iletme ve bilgiyi paylaşma arasındaki temel ayrım problem çözücünün sahip olduğu bilgiyi veya uzmanlığını başkalarıyla proaktif bir şekilde paylaşıp paylaşmadığında yatar (Kim vd., 2012:148). Başka bir deyişle problem çözücüler bilgiyi iletme durumunda proaktif bir tavır takınırlarken bilgiyi paylaşma durumunda reaktif bir tutuma sahiptirler. Dolayısıyla problem çözme konusunda daha aktif bireyler daha çok bilgiyi iletme eyleminde bulunurlar.

### **C. Bilgiyi Edinme Davranışları: Bilgiyi Arama ve Bilgiye İlgi Gösterme**

İletişimsel eylem türlerinden sonuncusu bilgiyi edinme davranışlarına ilişkindir. Kamular Kuramı'nda da yer verilen bu bilgi davranışı kendi içinde bilgiyi arama ve bilgiye ilgi gösterme olmak üzere iki şekilde gerçekleşmektedir.

Bilgiyi arama, problem çözücünün problem hakkında bilgi edinmek üzere planlı bir şekilde çevreyi/ortamı taramasıdır (Grunig, 1997:9). Bilgiye ilgi gösterme ise problem çözücünün planlı olmayan bir şekilde problem hakkında bir bilgiye ulaşması ve edinmesidir. (Kim vd., 2009:223). Dolayısıyla problem çözme konusunda daha aktif bireyler hem bilgiyi arama hem de bilgiye ilgi gösterme eyleminde bulunurlarken daha az aktif olanlar sadece bilgiye ilgi gösterme eylemini tercih etmektedirler (Kim ve Grunig, 2011:126, Kim vd., 2011:173, Kim vd., 2012:148).

Belli bir problemi çözmek isteyen kişilerin iletişimsel eylemde buldukları alanlardan her biri (bilgiyi seçme, bilgiyi aktarma ve bilgiyi edinme) kendi içinde proaktif/aktif ve reaktif/pasif eylem biçimlerini içermektedir. Buna göre bilgiyi arama, bilgiyi iletme ve bilgiyi ayıklama proaktif/aktif iletişim davranışı iken; bilgiye ilgi gösterme, bilgiyi paylaşma ve bilgiye izin verme ise reaktif/pasif iletişim davranışlarıdır. Dolayısıyla problem çözme konusunda aktif olan bireyler tüm bilgi davranışlarında aktif bir tavır takınırken pasif olanlar sadece reaktif ve pasif bilgi davranışlarında bulunmaktadır.

## **II. İletişimsel Eylemin Öncülleri**

İletişimsel eylem veya başka bir deyişle bilgi davranışları bazı öncüllere sahiptir. İletişimsel eylemin ne şekilde ortaya çıkacağını belirleyen bu öncülleri Kim ve Grunig (2011)

algısal, bilişsel ve motivasyonel olmak üzere üç kategoriye ayırmaktadır. Buna göre problem algısı, kısıtlılık algısı ve ilgililik algısı algısal, gönderge kriteri bilişsel, durumsal motivasyon ise motivasyonel özellikte öncüllerdir. Algısal öncüller aynı zamanda Kamular Kuramı'nda da iletişimsel eylemin öncülleri olarak yer almaktadır.

### A. Problem Algısı

Problemler kişi farkına varmadığı sürece var olmazlar. Başka bir deyişle bir problem beklenen durum ile deneyimlenen durum arasındaki etkileşim sonucunda var olur (Kim ve Grunig, 2011:128).

Problem algısı Kamular Kuramı'nda insanların bir durumla ilgili olarak yapılması gereken bir şeyler olduğuna inanmaları ve bir şeyler yapmak için durup düşünmeleri olarak tanımlanmaktadır (Grunig, 1997:10). Problem Çözme Kuramı'nda ise problem algısı birinin herhangi bir konu hakkında bir şeylerin yanlış gittiğine ve bu sorunu çözmek üzere hemen uygulanabilecek bir çözümün bulunmayışına ilişkin algısı olarak kabul edilmektedir (Kim ve Grunig, 2011:128). Problemin farkına varan ancak problemin çözümü konusunda sonuç verecek uygulanabilir bir çözüm bulmada yetersiz kaldığını hisseden bir kişi problemleri bir duruma girmiş olur ve bunun sonucunda probleme çözüm bulmak için günlük rutin işlerini bırakır (Kim ve Grunig, 2011:128). Bununla birlikte problem algısı kişinin problem çözmek üzere gerekli çabayı göstermesinde tek başına yeterli olmaz. Bu tür bir çaba için aynı zamanda diğer algısal değişkenler olan ilgililik ve kısıtlılık algısının da yeterli düzeyde olması gerekmektedir (Kim ve Grunig, 2011:128, Kim vd., 2012:149).

### B. İlgililik Algısı

İlgililik algısı, bireyler ile problemleri bir durum arasındaki algısal bir bağlantıdır (Kim vd., 2011:174). Başka bir deyişle ilgililik algısı kişinin kendisiyle bir durum arasındaki bağlantıya ilişkin algısıdır (Grunig, 1997:10).

Kişilerin iletişimsel eylemleri problemleri bir durum ile kendileri arasında algıladıkları bağlantı (ilgililik) tarafından etkilenmektedir. Algı düzeyinin düşük olması durumunda insanlar pasif iletişim davranışları sergileme eğilimindeyken (örneğin bilgiye ilgi gösterme) yüksek olması durumunda daha aktif iletişimsel eylem içine girmektedirler (örneğin bilgiyi arama) (Kim ve Grunig, 2011:129).

Gerçek ilişki ile algısal düzeydeki ilişki birbirinden farklıdır. Başka bir deyişle bir problemin kendi çıkarlarını etkilediği algısına sahip olmadıkça insanlar ne zihinlerinde problemle kendileri arasında bir ilişki kurarlar ne de bu problemi çözmek için bir çaba içerisine girerler (Kim ve Grunig, 2011:129).

Tıpkı problem algısında olduğu gibi ilgililik algısı da insanların problemi çözme konusunda çaba göstermelerinde tek başına yeterli değildir. Problem algısı ile birlikte kısıtlılık algısının da belli bir düzeyde olması gerekmektedir.

### **C. Kısıtlılık Algısı**

Problem Çözme Kuramı'nda iletişimsel eylemin algısal öncüllerinden sonuncusu kısıtlılık algısıdır. Kısıtlılık algısı, Kamular Kuramı kapsamında insanların problemleri hakkında bir şeyler yapma yeterliliklerini sınırlayacak engeller olduğuna ilişkin algı düzeyleri olarak tanımlanmaktadır (Grunig, 1997:10). İletişim davranışlarını basıkılayan kısıtlılık algısının yüksek olması durumunda insanlar, değiştirmeye güçlerinin yetmeyeceğini düşündükleri sorunlar ya da ortaya koyma gücüne sahip olmadıklarına inandıkları davranışlar konusunda iletişim eyleminde bulunmazlar (Grunig ve Repper, 2005:150).

Problem Çözme Kuramı'ndaki diğer algısal değişkenlerin (problem algısı ve ilgililik algısı) aksine kısıtlılık algısı ile iletişim davranışları arasında ters yönlü bir ilişki söz konusudur. Başka bir deyişle kişilerin problem ve ilgililik algı düzeyleri yüksek olsa bile kısıtlılık algısının yüksek bir düzeyde olması insanların çeşitli iletişim davranışları sergilemelerini olumsuz yönde etkiler (Ramanadhan & Viswanath, 2006'dan aktaran Kim ve Grunig, 2011:130).

### **D. Gönderge Kriteri**

Problem Çözme Kuramı'nda bilişsel bir değişken olarak ele alınan gönderge kriteri, insanların mevcut probleme ilişkin yaklaşımlarını geliştirirken benzer bir problemle ilgili geçmişteki başarı/başarısızlık deneyimlerini anımsama eğiliminde olmalarını (Kim ve Grunig, 2011:130, Kim vd., 2012:150) ifade etmektedir.

Gönderge kriteri ilk bakışta her ne kadar algısal bir karaktere sahipmiş gibi görünse de aslında bilişsel niteliktedir. Çünkü gönderge kriteri doğası gereği ulaşılabilir ve uygulanabilir bilgiyle ilgilidir (Kim ve Grunig, 2011:131). Bu bağlamda Problem Çözme Kuramı'nda gönderge kriteri kişinin problem çözme yaklaşımını etkileyen herhangi bir bilgi veya öznel yargısal sistem olup bir problemle ilgili olarak algılanan karar rehberi veya karar kurallarını içerir. Problem çözümleri gönderge kriterini doğrudan önceki problematik durumlardan elde edebilecekleri gibi mevcut probleme ilişkin çözüm sürecinin erken dönemlerinde doğaçlama yoluyla da ortaya çıkarabilirler (Kim ve Grunig, 2011:131).

Gönderge kriterinin bulunışundaki başarı ya da başarısızlık aynı zamanda problem çözmedeki bilişsel çabaların ve iletişim davranışlarının düzeyini de etkilemektedir. Eğer problem çözümleri yeniden kullanılabilir ve işe yarar bir gönderge kriterine sahipse bu durumda yeni bir bilgiyi arama konusunda daha az istekli olacaktır. Ancak özellikle gönderge kriterinin öznel olduğu durumlarda –problem çözme sürecinin ilk evrelerinde ortaya çıkarılan öznel türdeki gönderge kriterinin varlığı, bilgiyi seçme, bilgiyi aktarma ve bilgiyi edinme şeklindeki tüm boyutlarda iletişimde artışa neden olacaktır- kişi gönderge kriteri ile uyumlu bilgiyi seçecek ve verecektir. Aksine gönderge kriteri daha önceki başarılı bir problem çözmeden elde edilen nesnel türde bir niteliğe sahipse bu durum bilgiyi arama davranışında bir azalmaya, bilgiyi seçme ve bilgiyi aktarma davranışlarında ise bir artışa neden olacaktır (Kim vd., 2012:150).

### E. Durumsal Motivasyon

Problem Çözme Kuramı bağlamında problem algısı, kısıtlılık algısı ve ilgililik algısı değişkenlerinin iletişimsel eylemler üzerindeki etkisinde bir aracı değişken olarak sunulan durumsal motivasyon, kişilerin durup problem hakkında düşünme, ilgilenme ve onu anlama çabalarını ifade etmektedir (Kim ve Grunig, 2011:132).

Durumsal motivasyon bir problemin çözümü konusunda (bir konuyla ilgili mevcut durum ile olması beklenen durum arasındaki uyumsuzluğa ilişkin algıyı azaltmak) çaba göstermedeki bilişsel ve epistemik hazırbulunuşlukla ilgilidir (Kim ve Grunig, 2011:132). Başka bir anlatımla durumsal motivasyon, bir kişinin problemleri bir durumun farkına varması, bu durumla kendi çıkarları arasında yakın bir ilişki kurması ve problemi çözme konusunda herhangi bir sınırlılık görmemesinin bir sonucu olarak problem hakkında daha fazla şey öğrenme ve düşünme konusundaki istekliliğini ifade etmektedir (Kim vd., 2012:151).

Yukarıda belirtildiği üzere Problem Çözme Kuramı henüz çok az çalışmada test edilmiştir (Örneğin Ni ve Kim, 2009; Kim vd., 2010; Kim, 2011; Kim ve Grunig, 2011; Kim vd., 2012). Dolayısıyla kuramın varsayımları ancak olabildiğince fazla sayıda araştırma aracılığıyla geçerlilik kazanabilir. Ayrıca söz konusu kuramın genelleştirilebilmesi için farklı kültürlerle mensup insanlar özelinde uygulanabilirliğinin sınanması gerekmektedir. Bu bağlamda Problem Çözme Kuramı'nın ve kültürlerarası geçerliliğinin Türkiye özelinde sınanması bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında söz konusu kuramın temel varsayımlarından hareketle aşağıda sıralanan hipotezler oluşturulmuş ve test edilmiştir:

- Hipotez 1: Problem algısı ile durumsal motivasyon arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.
- Hipotez 2: Kısıtlılık algısı ile durumsal motivasyon arasında negatif yönde bir ilişki vardır.
- Hipotez 3: İlgililik algısı ile durumsal motivasyon arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.
- Hipotez 4: Gönderge kriteri ile iletişimsel eylem arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.
- Hipotez 5: Durumsal motivasyon ile iletişimsel eylem arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.
- Hipotez 6: İletişimsel eylem ile bilgiyi seçme davranışları arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.
- Hipotez 6a: İletişimsel eylem ile bilgiyi ayıklama arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.
- Hipotez 6b: İletişimsel eylem ile bilgiye izin verme arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.



- Hipotez 7: İletişim eylem ile bilgiyi aktarma davranışları arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.
- Hipotez 7a: İletişimsel eylem ile bilgiyi iletme arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.
- Hipotez 7b: İletişimsel eylem ile bilgiyi paylaşma arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.
- Hipotez 8: İletişimsel eylem ile bilgiyi edinme davranışları arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.
- Hipotez 8a: İletişimsel eylem ile bilgiyi arama arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.
- Hipotez 8b: İletişimsel eylem ile bilgiye ilgi gösterme arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.

### III. Yöntem

#### A. Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Araştırmanın evrenini 2013-2014 eğitim-öğretim yılının bahar döneminde Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde lisans düzeyinde okuyan öğrenciler (N= 1577) oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise söz konusu evrenden basit tesadüfi örneklem yoluyla seçilen 288 lisans öğrencisi oluşturmaktadır. Örneklem büyüklüğü belirlenirken Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004:50) tarafından hazırlanan örneklem tablosundan yararlanılmıştır. Buna göre çalışma kapsamında belirlenen örneklemin evreni yeteri oranda temsil ettiği görülmektedir.

#### B. Veri Toplama Aracı

Veri toplama aracı olarak yüz yüze anketin kullanıldığı araştırmada Kim vd. (2012) tarafından geliştirilen ölçekten yararlanılmıştır. Toplam 26 sorudan oluşan anket formunun 5'li Likert tipinde hazırlanan ilk 22 sorusu katılımcıların küresel ısınma ile ilgili problem çözme davranışlarına geriye kalan 4 soru ise demografik bilgilerine yöneliktir.

Katılımcıların iletişimsel eylemlerine ilişkin olarak araştırmada kullanılan ölçeğin, Kim ve Grunig (2011) tarafından geliştirilen ölçeğe içerdiği boyutlar itibariyle ne derece uyum gösterdiğini belirlemek üzere SPSS aracılığıyla doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Veri setinin faktör analizine uygunluğunun test edilmesinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği testi ve Bartlett küresellik testinden yararlanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda KMO değeri .50'nin üzerinde (.58) ve Bartlett testi .05 derecesinde anlamlı olduğu ( $p=.000$ ) saptandığından veri setinin faktör analizine uygun olduğuna karar verilmiştir (Bkz. Tablo 1).

**Tablo 1.** Veri Seti Faktör Analizi Uygunluk Testleri

<b>Faktör Analizi İçin Uygunluk Testleri</b>	
<i>Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterliliği Testi</i>	0.580
<i>Bartlett Küresellik Testi</i>	0.000

Faktör analizi sürecinde temel bileşenler ve varimax döndürme yöntemi kullanılmıştır. Analiz sonucunda özdeğerleri 1 ve üzerinde olan 6 faktör elde edilmiştir. Toplam açıklanan varyans yüzde 89.85 olarak bulunmuştur. Faktörler orijinal ölçekte olduğu gibi sırasıyla “Bilgiyi Ayıklama”, “Bilgiye İzin Verme”, “Bilgiyi İletme”, “Bilgiyi Paylaşma”, “Bilgiyi Arama” ve “Bilgiye İlgü Gösterme” olarak adlandırılmıştır. İletişimsel eyleme ilişkin faktörlerin, bağımsız (problem algısı, kısıtlılık algısı, ilgililik algısı ve gönderge kriteri) ve aracı (durumsal motivasyon) değişkenlerin ve bir bütün olarak iletişimsel eylemin içsel tutarlılıklarını ölçmek üzere yapılan güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach Alpha değeri iletişimsel eylem faktörlerinden “Bilgiyi Ayıklama” için .875, “Bilgiye İzin Verme” için .888, “Bilgiyi İletme” için .876, “Bilgiyi Paylaşma” için .879, “Bilgiyi Arama” için .886 ve “Bilgiye İlgü Gösterme” için ise .853 olarak saptanmıştır. Modelde yer alan diğer değişkenlerin güvenilirlik değerleri ise “Problem Algısı” için .793, “Kısıtlılık Algısı” için .850, “İlgililik Algısı” için .833, “Gönderge Kriteri” için .723, “Durumsal Motivasyon” için .706 ve son olarak İletişimsel Eylem” için .833 şeklinde belirlenmiştir (Bkz Tablo 2). Dolayısıyla modelde bulunan tüm değişkenlerin güvenilirlik değerlerinin kabul edilebilir seviyede ( $\alpha > .70$ ) olduğu görülmektedir.

**Tablo 2.** Veri Seti Faktör ve Güvenilirlik Analizleri

		<b>Faktör Yükleri</b>	<b>Faktörün Açık. %</b>	<b>Güvenilirlik</b>
<b>Bağımlı Değişkenler</b>				
	<i>Bilgiyi Ayıklama</i>	<i>Soru 1</i>	.909	12.947
	<i>Soru 2</i>	.937		
<i>Bilgiye İzin verme</i>	<i>Soru 1</i>	.890	35.762	.888
	<i>Soru 2</i>	.946		
<i>Bilgiyi İletme</i>	<i>Soru 1</i>	.877	6.713	.876
	<i>Soru 2</i>	.896		
<i>Bilgiyi Paylaşma</i>	<i>Soru 1</i>	.855	11.928	.879
	<i>Soru 2</i>	.923		
<i>Bilgiyi Arama</i>	<i>Soru 1</i>	.868	14.054	.886
	<i>Soru 2</i>	.924		
<i>Bilgiye İlgü Gösterme</i>	<i>Soru 1</i>	.900	8.446	.853
	<i>Soru 2</i>	.905		

<b>Problem Çözmede İletişimsel Eylem</b>	.833
<b>Bağımsız Değişkenler</b>	
<i>Problem Algısı</i>	.793
<i>Kısıtlılık Algısı</i>	.850
<i>İlgililik Algısı</i>	.833
<i>Gönderge Kriteri</i>	.723
<i>Durumsal Motivasyon</i>	.706

### C. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında elde edilen veriler SPSS 20.0 paket programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Analiz sürecinde frekans (f), yüzde (%) ve korelasyon analizi uygulanmış ve bulgular tablolaştırılarak yorumlanmıştır.

### IV. Bulgular ve Yorum

Araştırmanın bu bölümünde araştırma sonucunda elde edilen verilerden yola çıkarak katılımcılara ilişkin kişisel bilgiler ve anket formunda yer alan değişkenlere ilişkin bulgular ortaya konmuş ve yorumlanmıştır. İlk olarak katılımcılara ilişkin tanımlayıcı bilgiler sunulmuş, daha sonra değişkenler arası ilişkiler analiz edilerek araştırma kapsamında öne sürülen hipotezler test edilmiştir.

#### A. Betimsel İstatistik Bulguları

Katılımcıların (a) cinsiyet, (b) bölüm, (c) sınıf ve (d) program bağlamındaki demografik bilgileri Tablo 3'te görülmektedir.

**Tablo 3.** Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Dağılımları

	<b>Demografik Değişken</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
Cinsiyet	Kadın	134	46.5
	Erkek	154	53.5
	<i>Toplam</i>	288	100.0
Bölüm	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	102	35.4
	Radyo TV ve Sinema	89	30.9
	Gazetecilik	97	33.7
	<i>Toplam</i>	288	100.0
Sınıf	1. Sınıf	73	25.4
	2. Sınıf	72	25.0
	3. Sınıf	68	23.6
	4. Sınıf	75	26.0
	<i>Toplam</i>	288	100.0
Program	Birinci Öğretim	158	54.9
	İkinci Öğretim	130	45.1
	<i>Toplam</i>	288	100.0

Tablo 3'te görüldüğü üzere katılımcıların 134'ü (yüzde 46.5) kadın, 154'ü (yüzde 53.5) erkektir. Katılımcıların 102'si (yüzde 35.4) Halkla İlişkiler ve Tanıtım, 89'u (yüzde 30.9) Radyo TV ve Sinema, 97'si ise (yüzde 33.7) Gazetecilik Bölümü'nde okumaktadır. Katılımcılardan 73 kişi (yüzde 25.4) 1. sınıf, 72 kişi (yüzde 25.0) 2. sınıf, 68 kişi (yüzde 23.6) 3. sınıf ve 75 kişi (yüzde 26.0) ise 4. sınıfta öğrenim görmektedir. Son olarak katılımcıların 158'i (yüzde 54.9) birinci öğretim, 130'u (yüzde 45.1) ise ikinci öğretim programında eğitimlerine devam etmektedir.

### B. Bağıntısal İstatistik Bulguları

Çalışmanın bu bölümünde değişkenler arası ilişkiler analiz edilerek yukarıda sıralanan hipotezler test edilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkilerin analizinde Pearson korelasyon katsayısı temel alınmıştır.

#### a) Problem, Kısıtlılık ve İlgililik Alguları İle Durumsal Motivasyon Arasındaki İlişki

Problem Çözme Kuramı'na göre bağımsız değişkenlerden problem algısı, kısıtlılık algısı ve ilgililik algısı ile durumsal motivasyon arasında bir ilişki bulunmaktadır. Söz konusu ilişki problem algısı ile ilgililik algısı açısından pozitif yönde iken kısıtlılık algısı bağlamında negatif yönlüdür. Kuramın varsayımlarını test etmek üzere yapılan korelasyon analizinde hem problem algısı ( $r = .165$ ) hem de ilgililik algısı ( $r = .300$ ) ile durumsal motivasyon arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu saptanmıştır. Kısıtlılık algısı ile durumsal motivasyon arasındaki ilişki ise beklenildiği üzere negatif yönde ( $r = -.118$ ) olmuştur (Bkz. Tablo 4). Bu bulgulardan hareketle çalışma kapsamında oluşturulan ve kuramın temel varsayımlarını yansıtan Hipotez 1, Hipotez 2 ve Hipotez 3 kabul edilmiştir.

**Tablo 4.** Bağımsız Değişkenler İle Durumsal Motivasyon Arasındaki İlişkiye Dair Korelasyon Analizi Sonuçları

	Problem Algısı	Kısıtlılık Algısı	İlgililik Algısı
<b>Durumsal Motivasyon</b>	.165**	-.118*	.300**

\*: 0.05 düzeyinde; \*\*: 0.01 düzeyinde anlamlıdır.

#### b) Durumsal Motivasyon ve Gönderge Kriteri İle İletişimsel Eylem Arasındaki İlişki

Yapılan korelasyon analizinde durumsal motivasyon ile iletişimsel eylem arasında .354 düzeyinde pozitif yönde bir ilişki saptanmıştır. Gönderge kriteri ile iletişimsel eylem arasındaki ilişki ise pozitif yönde olup .411 kuvvetindedir (Bkz. Tablo 5).

**Tablo 5.** Durumsal Motivasyon ve Gönderge Kriteri İle İletişim Davranışı Arasındaki İlişkiye Dair Korelasyon Analizi Sonuçları

	Durumsal Motivasyon	Gönderge Kriteri
<b>İletişim Davranışı</b>	.354**	.411**

\*\* : 0.01 düzeyinde anlamlıdır.

Bulgulardan hareketle çalışma kapsamında oluşturulan Hipotez 4 ve Hipotez 5 kabul edilmiştir.

### c) İletişimsel Eylem İle Bilgi Kullanımları Arasındaki İlişki

Çalışma kapsamında bireylerin çeşitli şekillerde iletişimsel eylem içerisinde buldukları ve bu eylemlerin bilgiyi seçme, bilgiyi aktarma ve bilgiyi edinme olmak üzere üç grupta toplanabilecekleri daha önce ifade edilmiş ve bu bağlamda çeşitli hipotezler geliştirilmiştir. Söz konusu hipotezleri test etmek üzere yapılan korelasyon analizine ilişkin bulgular kişilerin iletişimsel eylemin her üç bilgi davranışıyla da pozitif yönde ilişkili olduğunu göstermektedir (Bkz. Tablo 6).

**Tablo 6.** İletişimsel Eylem İle Bilgi Davranışları Arasındaki İlişkiye Dair Korelasyon Analizi Sonuçları

	Bilgiyi Seçme		Bilgiyi Aktarma		Bilgiyi Edinme	
	Bilgiyi Ayıklama	Bilgiye İzin Verme	Bilgiyi İletme	Bilgiyi Paylaşma	Bilgiyi Arama	Bilgiye İlgi Gösterme
<b>İletişimsel Eylem</b>	.565**	.596**	.698**	.660**	.680**	.575**

\*\* : 0.01 düzeyinde anlamlıdır.

Söz konusu ilişki bilgiyi seçme davranışlarından bilgiyi ayıklamada .565, bilgiye izin vermede ise .596 kuvvetindedir. Orijinal kurama göre bilgiyi ayıklamadaki ilişki düzeyi bilgiye izin vermeden daha yüksek olmalıdır. Ancak yapılan analizde bilgiye izin vermedeki ilişkinin daha güçlü olduğu ortaya çıkmıştır. İletişimsel eylem ile bilgiyi aktarma arasındaki ilişki ise kuramın varsayımlarını doğrular nitelikte olup bilgiyi iletme özelinde .698, bilgiyi paylaşma özelinde ise .660 düzeyinde olmuştur. Bilgi davranışlarından sonuncusu olan bilgiyi edinmede ise söz konusu ilişki bilgiyi arama için .680, bilgiye ilgi gösterme için ise .575 şeklinde gerçekleşmiştir. Bu bulgulardan hareketle çalışma kapsamında ortaya atılan Hipotez 6, Hipotez 7 ve Hipotez 8 alt hipotezleriyle birlikte kabul edilmiştir.

### Sonuç

Problem Çözme Kuramı'nı ve bu kuramın kültürlerarası geçerliliğini ve uygulanabilirliğini sınamak amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada elde edilen bulgular, değişkenler arasında kuram kapsamında öne sürülen ilişkileri desteklemektedir. Buna göre bağımsız değişkenlerden problem algısı ve ilgililik algısı durumsal motivasyon ile pozitif yönde ilişkili iken bir diğer bağımsız değişken olan kısıtlılık algısı ile durumsal motivasyon arasındaki ilişki negatif yönlüdür. Dolayısıyla kuramda öne sürüldüğü gibi yüksek bir problem farkındalığına sahip, problemleri konu ile kendisi arasında yüksek derecede bir ilişki olduğunu düşünen ve son olarak problemi çözme konusunda herhangi bir engel bulunmadığı ya da çok az engelle karşılaşacağı algısına sahip kişilerin problemi çözme konusundaki durumsal motivasyonları da yüksek olmaktadır.

Kuram kapsamında aracılanmış değişken olarak kabul edilen durumsal motivasyon ve bilişsel bir değişken özelliği taşıyan gönderge kriteri ile iletişimsel eylem arasındaki ilişki de pozitif yöndedir. Buradan hareketle kuramda belirtildiği üzere yüksek derecede bir motivasyona ve yaralanabileceği bir gönderge kriterine sahip kişilerin iletişimsel eylem düzeyleri de yüksek olmaktadır.

Kişilerin problem çözme sürecinde sergiledikleri bilgi davranışları ile iletişimsel eylem arasındaki ilişki kuram kapsamında bağımlı değişken olarak sunulan altı farklı bilgi davranışının tümü için pozitif yöndedir. Söz konusu ilişki bilgiyi seçme davranışlarından olan bilgiyi ayıklama hariç aktif bilgi davranışlarında (bilgiyi iletme ve bilgiyi arama) pasif bilgi davranışlarına (bilgiyi paylaşma ve bilgiye ilgi gösterme) göre daha yüksek düzeydedir.

Çalışma kapsamında elde edilen ve yukarıda özetlenen bulgular sonucunda Problem Çözme Kuramı'nın, kişilerin, problem çözme sürecinde sergilemiş oldukları ve kendi içlerinde aktif ve pasif eylemler barındıran üç farklı bilgi davranışını (bilgiyi seçme, bilgiyi aktarma ve bilgiyi edinme), kişinin problem çözmedeki motivasyonunun ve sahip olduğu gönderge kriterinin bu davranışların sergilenmesindeki önemini ve son olarak çeşitli algısal değişkenlerin (problem algısı, kısıtlılık algısı ve ilgililik algısı) kişinin motivasyonu ile ne düzeyde ilişkili olduğunu açıklamada kullanışlı bir çerçeve sunduğu ve farklı kültürler bağlamında geçerli ve uygulanabilir olduğu söylenebilir.

Çalışma aynı zamanda bazı sınırlılıklara sahiptir. Öncelikle araştırma göreceli olarak küçük bir örneklem grubu üzerinde uygulanmıştır. Dolayısıyla araştırma sonuçları yalnızca bu örneklem grubunun temsil ettiği evren özelinde genelleştirilebilir. Çalışma ile ilgili bir diğer sınırlılık ise araştırmanın sadece tek bir problem alanı (küresel ısınma) üzerinden gerçekleştirilmiş olmasıdır. Problem Çözme Kuramı'nın kullanışlılığı, farklı kültürlerde geçerliliği ve uygulanabilirliği başka problem alanlarında farklı bir şekilde ortaya çıkabilir.

### Kaynakça

- Grunig, J. E. (1997). "A Situational Theory of Publics: Conceptual History, Recent Challenges and New Research". D. Moss, T. MacManus ve D. Verčič (Ed.). *Public Relations Research: An International Perspective* (ss. 3–46). London: ITB Press.
- Grunig, J. E. (2005). "Situational Theory of Publics". Robert L. Heath (Ed.). *Encyclopedia of Public Relations, Cilt 2* (ss. 778-780). Thousand Oaks, California, USA: Sage Publications, Inc.
- Grunig, J. ve Huang, Y. (2000). "From Organizational Effectiveness to Relationship Indicators: Antecedents of Relationships, Public Relations Strategies, and Relationship Outcomes". J. A. Ledingham ve S. D. Bruning (Ed.). *Public Relations as Relationship Management: A Relational Approach to the Study and Practice of Public Relations* (ss. 23-53). London, UK: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Grunig, J. E. ve Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Grunig, J. ve Repper, F. C. (2005). "Stratejik Yönetim, Kamular ve Gündemler". J. E. Grunig, D. M. Dozier, W. P. Ehling vd. (Ed.). *Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik* (Çev. E. Özsayar,) (ss. 43-78). İstanbul: Rota Yayınları.
- Hamilton, P. K. (1992). "Grunig's Situational Theory: A Replication, Application, and Extension". *Journal of Public Relations Research*, 4(3), 123-149.
- Kim, J.-N. (2011). "Public Segmentation Using Situational Theory of Problem Solving: Illustrating Summation Method and Testing Segmented Public Profiles". *PRism*, 8(2), 1-12.
- Kim, J. N. ve Grunig, J. E. (2011). "Problem Solving and Communicative Action: A Situational Theory of Problem Solving". *Journal of Communication*, 61, 120–149.
- Kim, J. N., Grunig, J. E. ve Ni, L. (2010). "Reconceptualizing the Communicative Action of Publics: Acquisition, Selection, and Transmission of Information in Problematic Situations". *International Journal of Strategic Communication*, 4, 126–154.
- Kim, J. N., Ni, L., Kim, S. H. ve Kim, J. R. (2012). "What Makes People Hot? Applying the Situational Theory of Problem Solving to Hot-Issue Publics". *Journal of Public Relations Research*, 24, 144–164.
- Kim, J. N., Ni, L. ve Sha, B. L. (2008). "Breaking Down The Stakeholder Environment: Explicating Approaches To The Segmentation of Publics for Public Re-

- lations Research”. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 85(4), 751-768.
- Major, A. M. (1993). “Environmental Concern and Situational Communication Theory: Implications for Communicating With Environmental Publics”. *Journal of Public Relations Research*, 5(4), 251-268.
- Ni, L. ve Kim, J. N. (2009). “Classifying Publics: Communication Behaviors and Problem-Solving Characteristics in Controversial Issues”. *International Journal of Strategic Communication*, 3, 217–241.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.