

Tez Özeti

**YEREL MEDYA ÇALIŞANLARININ BİREYLERARASI İLETİŞİM
MOTİVASYONLARI İLE İLETİŞİM DOYUMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ***

**Tuğçe Esin PINARBAŞI¹
Şükrü BALCI²**

Özet

Bireylerarası iletişim çerçevesinde kişiler farklı yönelimler doğrultusunda birtakım ilişkiler geliştirmektedir. Bireyleri iletişim kurmaya yönelten ve sonucunda doyum elde etmelerini sağlayan ilişkileri incelemeye yönelik gerçekleştirilen bu çalışmanın temel amacı, yerel medya çalışanlarının bireylerarası iletişim motivasyonları ve iletişim doyumu arasındaki ilişkiyi saptamaktır. Literatür taraması ışığında, motivasyon ve iletişim doyumu ilişkisinde alanda gerçekleştirilen çalışmaların daha çok örgütsel düzeyde yürütüldüğü gözlenmiş, bireylerarası iletişim özelinde temellendirilen çalışmanın işaret edilen noktada alana katkı sağlaması hedeflenmiştir. Bu düşünsel izlekte çalışmada; bireylerarası iletişim, iletişim becerileri, motivasyon ve iletişim doyum boyutlarının teorik temellerine odaklanılmış ve yerel medya ölçeğinde Konya ve Denizli illeri örnekleminde yüz yüze anket tekniği kullanılarak 300 katılımcı ile saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Alan araştırması bulgularına göre, bireylerarası iletişim motivasyonları ile iletişim doyumu arasındaki ilişkiyi inceleyen analizlerde anlamlı bir ilişki tespit edilmiş; etkileme faktörlü, rahatlama/kapsam faktörlü ve mutluluk faktörlü iletişim doyum arayışına yönelen kişilerin iletişim doyumu elde ettikleri saptanmıştır. Motivasyon ve doyum ilişkisinde cinsiyete göre anlamlı bir farklılık olmamasına rağmen kurum tecrübeleri noktasında erkeklerin kadınlara oranla daha uzun süre yerel medyada ve aynı kurumda çalıştıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bireylerarası İletişim, Yerel Medya, Motivasyon, İletişim Doyumu, İş Doyumu.

**THE RELATIONSHIP BETWEEN INTERPERSONAL COMMUNICATION MOTIVES
AND COMMUNICATION SATISFACTION OF LOCAL MEDIA EMPLOYEES**

Abstract

Within the framework of interpersonal communication, individuals develop some relationships in line with different orientations. The main purpose of this study, which is conducted to examine the relationships that lead individuals to communicate and achieve satisfaction as a result, is to determine the relationship between interpersonal communication motivations and communication satisfaction of local media employees. In the light of the literature review, it was observed that the studies carried out

* Bu çalışma, Prof. Dr. Şükrü Balcı danışmanlığında Tuğçe Esin Pınarbaşı tarafından hazırlanarak 2017 yılında sunulan "Yerel Medya Çalışanlarının Bireylerarası İletişim Motivasyonları İle İletişim Doyumları Arasındaki İlişki" başlıklı yüksek lisans tezinin özetidir.

¹Doktora Öğrencisi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basın ve Yayın ABD, tugceesinpinarbasi@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6790-0420

² Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, sukrubalci@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0477-0622

Gönderim Tarihi/Received: 11.03.2021 **Kabul Tarihi/Accepted:** 27.05.2021

<https://doi.org/10.53495/e-kiad.895322>

in the field on the relationship between motivation and communication satisfaction were mostly carried out at an organizational level, and it was aimed that the study based on interpersonal communication would contribute to the field at the point indicated. In this intellectual work; The theoretical foundations of interpersonal communication, communication skills, motivation and communication satisfaction dimensions were focused on, and a sample of 300 participants was taken from Konya and Denizli provinces at local media scale, and it was carried out by field research method using face-to-face questionnaire technique. According to the findings of the field research, a meaningful relationship was found between interpersonal communication motivation and communication satisfaction; It has been determined that people who seek communication satisfaction with influencing factors, relaxation/content factors and happiness factors achieve communication satisfaction. Although there was no significant difference according to gender in the relationship between motivation and satisfaction, it was concluded that men worked longer than women in the local media and in the same institution in terms of institutional experiences.

Keywords: *Interpersonal Communication, Local Media, Motivation, Communication Satisfaction, Job Satisfaction.*

Extended Abstract

Individuals in social life need communication in order to continue their life, to meet their needs, to establish relationships with people in their organizational context and to maintain them. In the communication process, individuals share their information and experiences by mutually communicating with each other. Communication between two or more people is called interpersonal communication. People of many levels and structures communicate with each other, starting with the family, which is the smallest building block of society. In this relationship chain, it can be said that interpersonal communication is a kind of necessity and need.

Motivation is the tool to take action to meet the needs, in other words, motivation. It can be said that motivation tools are applied in different ways in daily life in every field of life and by almost everyone. It can be stated that the motivation of individuals constitutes one of the mechanisms of action in the initiation, maintenance, interruption or termination of communication. The individual can build some motivational elements on himself or attempt to motivate another person.

It is extremely important for communication to be more effective and healthy, to contribute to individuals and to ensure communication satisfaction, which is the main subject of the study. This study, which examines the relationship between interpersonal communication motivations and communication satisfaction, focused on the theoretical foundations of interpersonal communication, communication skills, motivation and communication satisfaction dimensions in the theoretical background, in the light of the literature review, in the Konya and Denizli province, field research was conducted.

Considering the results of the frequency analysis obtained in the light of the data obtained from the field research, it was observed that the majority of the participants in the study consisted of reporters and radio programmers. When focusing on the institutional experiences of the participants, it was determined that they worked in the local media for at least 1 year, maximum 38 years and an average

of 7 years. It was concluded that they worked under the same institution for at least 1 year, maximum 28 years, and an average of 4 years. According to the job satisfaction scale analyzed in order to determine the satisfaction they provide from the profession they perform; participants are highly content (7 out of 10) with their profession.

According to the results of the independent sample t-test conducted in order to determine whether the experiences of the institution differ according to gender; men have been working in local media and in the same institution for many years than women. Findings on job satisfaction, on the other hand, indicate that there is no significant difference between men and women in terms of satisfaction level.

When the interpersonal motivations of media employees are examined; interpersonal communication motivation that leads participants to communicate; It is an escape / control motivation that includes factors that need someone to release from pressure and responsibilities, to postpone something that needs to be done, because there is no better option to do, or for someone to do something on their behalf. The least effective motivation in directing people to establish relationships within the framework of interpersonal communication is; It is the happiness motivation consisting of its substances because it is entertaining, exciting, providing a good time, enjoying talking with people around, stimulating conversations with people around, enjoying talking with people around and stimulating.

When looking at the correlation analysis findings made to determine the direction and strength of the relationship between the motivations of interpersonal communication; It is seen that people who seek relaxation oriented interpersonal communication satisfaction also focus on communication satisfaction to be obtained from happiness motivation. Similar to the relationship between relaxation and happiness factors, there is also a relationship between influencing and relaxation factors. Likewise, the individual who seeks relaxation-oriented satisfaction also aims to achieve satisfaction in terms of happiness. When the differences in interpersonal communication motivations according to gender were examined, no significant difference was found.

When the level of importance given to communication satisfaction factors is examined; Participants achieved communication satisfaction mostly from corporate integration, which includes information on job-related job requirements, and a communication climate that includes communication skills with in-house communication activities, and participants achieved communication satisfaction at least lateral communication, which is informal communication. Considering the possibility that the relationships established within the framework of lateral communication may bring negative consequences with it, it can be said that it is a natural result that people do not achieve communication satisfaction or feel less secure from this communication style.

According to the findings obtained as a result of the analyzes examining the relationship between interpersonal communication motivations and communication satisfaction, which constitute the main focus of the study; A significant relationship was found between interpersonal communication motivation and communication satisfaction. According to the results; People who seek communication satisfaction with influencing factors, relaxation/content factors and happiness factors achieve communication satisfaction. In other words, the increase between happiness-oriented communication satisfaction seeking and interpersonal communication satisfaction is directly proportional. A similar relationship exists in the seeking of influencing and relaxation/content-oriented communication satisfaction. The search of people for influence and relaxation/content-oriented satisfaction result in achieving communication satisfaction.

GİRİŞ

Toplumsal yaşam içerisinde yer alan birey hayatını devam ettirebilmek, gereksinimlerini karşılayabilmek, içinde bulunduğu örgütsel bağlamda kişilerle ilişki kurabilmek ve onları sürdürebilmek için iletişim kurmaya ihtiyaç duymaktadır. Bireysel düzeyde kişinin çeşitli ilişkiler çerçevesinde iletmek istediği mesajları yüz yüze bağlantıya geçerek veya iletişim araçları ile aracılanmış şekilde iletmeye karar vermesi ise iletişim sürecini başlatmaktadır.

İletişim sürecinde bireyler aralarında sahip oldukları enformasyon ve tecrübeleri karşılıklı olarak birbirlerine iletmeye suretiyle paylaşım içine girmektedirler. Paylaşım sürecinin kaynağını ve hedefini kişilerin oluşturduğu iletişim şekliyse bireylerarası iletişim olarak adlandırılmaktadır. Bireylerarası iletişim, iki veya ikiden daha çok kişi arasında gerçekleşen iletişim şekli olarak açıklanabilir (Mısırlı, 2013, s. 22). Bu noktada, iki ya da daha fazla kişinin mesaj alışveriş süreci (sözlü veya sözsüz) tek yönlü olmaktan ziyade karşılıklı paylaşımı esas alması gerekmektedir. Söz konusu paylaşım gerçekleşirken, iletişime geçen kişiler ise sadece fiziksel yakınlıkla sınırlı olmayan belirli bir yakınlık içerisinde bulunmak durumundadır.

Çok yönlü olması sebebiyle insan ilişkileri, disiplinler arası inceleme ve araştırma konusu olmaktadır. Toplumun en küçük yapı taşı olan aileden başlamak üzere pek çok düzeyde ve yapıda kişiler birbirleri ile iletişime geçmektedir. Bu ilişki

zinciri içerisinde bireylerarası iletişimin de bir tür gereklilik ve ihtiyaç olduğu söylenebilir. İhtiyaçlar karşılandığında ise bireyin mutluluk duyması olasıdır. Bu noktadan hareketle nasıl ki aç insan, yorgun insan, tehlike içindeki insan ihtiyaçlarını karşılayamadığı için mutsuzsa aynı durumun toplum içerisinde kabul görmeyen birey için de geçerli olduğu ifade edilebilir (Nazik, 2000, s. 17).

Bireyin ihtiyaçlarının karşılanması onu bir derece mutlu edebilir fakat yaşamının kalitesi de aynı şekilde mutlu olması ve doyum sağlamasında önemli bir etkidir. Kişinin hedefi, gayreti, değer yargıları, hayata bakış açısı, başarıları yaşamının kalitesini arttıran unsurlar arasındadır. Gürüz'e (2005, s. 21) göre, bireyin hedeflerinin değer ve ilkeleri ile uyum sağlaması, bireysel yetenek ve becerileriyle desteklenmesi, insan ilişkilerinin başarısı ve aynı zamanda kalitesi ile birlikte değerlendirilmekte, iletişim kalitesinin yükselmesi ise hayatının kalitesinin de yükselmesi şeklinde karşılık bulmaktadır.

Yaşam kalitesi yüksek olan kişinin hayattan tat alma oranı yükselmekte ve belli alanlarda doyum elde etmesinin de yolu açılmaktadır. Kişi genel olarak hayatından memnun, idealine yakın ve değiştirmek istemeyeceği bir hayat tarzına sahipse bu durum onun yaşam doyumunu sağladığına işaret eder niteliktedir. Aynı şekilde eğer birey iletişim kurduğu kişilerle iyi ilişkiler geliştirebilmişse ve sağlıklı bir iletişim ortamı da mevcut ise ilişkilerinden iletişim doyumunu sağlaması olasıdır. İletişim doyumunun sağlanabilmesi için öncelikli olarak bireyin doyum arayışına girmesi gerekmektedir. Bireyler mutluluk, etkileme, rahatlama, kaçış/kontrol ve dahil olma yönelimli olarak iletişim doyum arayışına girebilmektedir. Bu tarz yönelimler ise bireylerarası iletişim motivasyonları ile ilişkili bir durumdur.

Hedefe ulaşma amacıyla davranış geliştirme ile ilgili bir durum olan motivasyon, kişinin belli bir hedefe yönelmesi veya davranışta bulunması anlamına gelmektedir. Bireyin ihtiyaçlarını karşılama süreci ise motivasyon ile başlamakta ve motive olan kişi gereksinimlerini karşılamak için davranışa yönelmektedir. Bu davranış ise gereksinimleri karşılayacak hedef ve istek doğrultusunda gelişmektedir

(Şahin, 2004, s. 525). Bireyde belirli bir işin yapılması için istek oluşturan ve yeterli çabayı göstermeye iten olgu ise motivasyon düzeyidir. Motivasyon düzeyi kişisel ve çevresel faktörler ile yakından ilgilidir. Bireyin eğitim durumu, bilgi, beceri, statü, zihinsel ve biyolojik özellikleri gibi faktörlerle fiziki ve sosyal çevre gibi unsurlar motivasyon düzeyini doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemektedir (Işık, 2013, s. 80-81).

Bu düşünsel izlekte, bireylerin birtakım ihtiyaçlarını karşılamada iletişimin gerekliliği ön plana çıkmaktadır. İletişimin daha etkili, sağlıklı olabilmesi ve bireylere katkı sağlayabilmesi çalışmanın temel konusu olan iletişim doyumunun sağlanması açısından önem taşımaktadır. Bireylerarası iletişim motivasyonları ve iletişim doyumu arasındaki ilişkiyi inceleyen bu araştırmada kuramsal arka planda bireylerarası iletişim, iletişim becerileri, motivasyon ve iletişim doyum boyutlarının teorik temellerine odaklanılmış, literatür taramasının ışığında yerel medya çalışanlarının bireylerarası iletişim motivasyonları ile iletişim doyumları arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya yönelik olarak Konya ve Denizli illerinde saha araştırması gerçekleştirilmiştir.

Bireylerarası İletişim ve Becerileri

Birey yaşadığı süre boyunca diğer insanlarla iletişim kurmak ve çevresiyle etkileşim halinde bulunmak durumundadır. Bu noktada iletişim, kişinin kendisini ifade etme ve toplumsallaşma sürecinde önemli bir rol oynamaktadır (Eskiyörük, 2015, s. 15). Birey kendisini ifade ederken, gereksinim duyduğu ihtiyaçlarını karşılarken ve toplumsallaşma sürecinde diğer bireylerle iletişime geçme zorunluluğu hissedeabilmektedir. Toplum içerisinde karşılıklı olarak bilgi, duygu, düşünce, fikir paylaşımının düzeyi değişkenlik gösterdiği için iletişimin şekli de farklılaşmaktadır. Bazı durumlarda iletişim gruplar arasında, örgütler arasında veya kişiler arasında gerçekleşmektedir. Güngör'e (2013, s. 50) göre, bireyler grup, örgüt gibi sistematik yapılar içerisinde bir araya gelmedikleri ve kitlesel düzeyde bir niceliğe ulaşmadıkları

sürece aralarında gerçekleştirdikleri iletişimsel ilişki bireylerarası iletişim düzeyinde değerlendirilmektedir.

Bireylerarası iletişim iki veya daha fazla birey arasında gerçekleşen iletişim olarak açıklanabilir (Mısırlı, 2013, s. 11). Kaya'ya (2012, s. 19) göre, bireylerarası iletişim birden fazla insan arasındaki bilgi, duygu, düşünce ve yaşantıların paylaşımıdır. Ebeveyn-çocuk iletişimi, öğretmen-öğrenci iletişimi ya da arkadaş-arkadaş iletişimi bireylerarası iletişim örnekleri olarak sıralanabilir.

Bireylerarası iletişimin başlatılması, sürdürülmesi, kesintiye uğraması ise kişiler arasındaki hem fiziksel hem de duygusal mesafe ile ilişkilendirilebilir. Fiziksel ve duygusal mesafe etkeni dışında kalan birtakım faktörler de bireylerarası iletişim sürecini etkilemektedir. Kişiyi etkileyen unsurlar içerisinde hem içsel hem de dışsal etkiler söz konusudur. Bu etkiler iletişimin başlamasında, devam etmesinde ve sona erdirilmesinde önemli bir yer tutmaktadır. Çünkü birey birtakım etmenlerin kuşatması altında iletişimi başlatma veya sürdürme isteğini kaybedebilmektedir. Dolayısıyla bireylerarası iletişim açısından kişisel özellikler gibi içsel algısal, duygusal, kültürel ve çevresel etkiler gibi dışsal değişkenler bu noktada belirleyici olmaktadır.

Sözü edilen faktörler bağlamında bireylerarası iletişim sürecinde oluşabilecek muhtemel sorun alanlarının çözüme kavuşturulmasında ise iletişim becerileri önemli bir yer tutmaktadır. İletişim becerilerinin bireylerarası sorunların çözümünde önemli bir rol oynamasından dolayı insani ilişkilerde olumlu ya da olumsuz etkileriyle birlikte gündelik yaşamdan bağımsız olarak değerlendirilemeyecek yönleri de mevcuttur. Sosyal hayat içerisinde birey paylaşımında bulunmak için iletişim kurmakta böylelikle de duygu, düşünce ve ihtiyaçlarını ifade edebilmektedir. Bireyin kendini yansıtma biçiminin etkili olması için birtakım iletişim becerilerine sahip olması gerekmektedir.

Bireylerarası iletişim becerileri konusunda ise farklı görüşler mevcuttur. Kişilerin iletişim becerilerinin kalıtımsal oluştuğunu savunanların yanı sıra alandaki görüşler iletişim becerileri içerisinde yer alan unsurların öğrenilebilir ve aktarılabilir

olduğu yönünde yoğunlaşmaktadır. Bu tartışma alanının yanı sıra hangi becerilerin 'iletişim becerileri' kategorisinde yer alacağı konusunda fikir farklılıkları söz konusu olsa da bu çalışmada temel iletişim becerileri ve gelişmiş iletişim becerileri olarak iki temel sınıflandırma temel alınmıştır. Temel iletişim becerileri; kendini ifade etme, kendini açma ve dinleme olarak sıralanabilirken gelişmiş iletişim becerileri ise beden dili, empati, bireyleri etkileyebilme becerisi, çatışma ve çözümlendirebilme olarak sıralanabilmektedir.

Bireylerarası İletişimde Motivasyon ve Doyum İlişkisi

Bireylerin kişisel özellikleri, beklentileri, ihtiyaçları ve istekleri birbirinden farklı nitelikler taşımaktadır. Kişiler önceleri yaşamlarını devam ettirebilmek adına hayati ihtiyaçlarını karşılamak için çaba sarf ederlerken sonraları kendilerini gerçekleştirme ihtiyacı hissederek daha fazla sosyal çevre edinmek, saygınlık kazanmak ve başarılı olma isteği duymaya başlamıştır. Zamanla istek ve beklentiler çeşitlenmekte, değişmekte ve dönüşmektedir. Her bir değişim ise yerini farklı bir ihtiyaca bırakmaktadır. İhtiyaç ve amaçlar ister bireysel boyutta olsun ister örgütsel düzeyde olsun gerçekleşmek için itici bir güce gereksinim duymaktadır. Bu itici güç ise 'motivasyon' kavramına karşılık gelmektedir.

Motivasyon (güdüleme) kavramı İngilizce ve Fransızca "motive" kelimesinden türetilmiştir. "Motive" teriminin Türkçe karşılığı güdü, saik veya harekete geçirici olarak belirlenebilir. Genel olarak istek, arzu, hedef, amaç, ihtiyaç, dürtü vb. kavramları içeren ifadelerle anlatılmaya çalışılan Latince'de hareket etme anlamına gelen "movere" kökünden gelen motivasyon, fizyolojik veya psikolojik yoksunluk ya da ihtiyaçla başlayan amaca yönelik bir davranış veya dürtüyü harekete geçiren, devam ettiren süreçtir (Ülker, 2001, s. 6).

Bireylerarası iletişim çerçevesinde gerçekleşen etkileşimlerin nedenlerini araştıran birçok çalışma gerçekleştirilmiştir. Rubin ve Rubin'e (1992, s. 304) göre, bireylerarası iletişimin nedenlerini sorgulayan araştırmalar, bireylerin başkaları ile diyalog başlatmaya yönelik hedeflerinin bir kısmını tespit etmiştir. Araştırmalar,

bireylerarası ilişkide bazı önemli öncülleri tanımlamaktır. Bu öncüllerle motivasyon arasındaki ilişkiyi incelemekte ve aynı zamanda ihtiyaç duyulan isteklerin yerine getirilmesine odaklanarak, davranışın öncüsü olarak ihtiyaç ve onları karşılamaya yönelten motivasyonları etkileyen ve engelleyen yönlerine yoğunlaşmaktadır.

Sözü edilen motivasyon sürecinde ise temelde dört aşama bulunmaktadır. İlk kademe olan 'ihtiyaç' aşamasında motivasyon süreci belirli şeylere duyulan gereksinim ile başlamaktadır. İkinci aşama 'uyarılma' evresi, bireyde oluşan gereksinimin karşılanması için herhangi bir gücün oluşma süreci olarak tanımlanabilir. Bireyin ihtiyacı doğduğunda ve bu ihtiyacı karşılamak için uyarıldığında belirli bir davranışta bulunma aşaması 'davranış' aşaması olarak açıklanmaktadır. Son aşama ise gösterilen davranışın, ihtiyacı doyurması oranında bireyin doyuma ulaştığı 'doyum' aşamasıdır (Aşıkoğlu, 1996, s. 39-40). Bu noktada, motivasyonu oluşturan ihtiyaçların karşılanmama durumunun tatminsizliğe neden olabileceği ifade edilebilir (Birkan, 2009, s. 4). Doyum kavramı zamanla kişinin kendi içinde geliştirdiği bilişsel, yargısal bir işleme dönüşmektedir. Örneğin, Shin ve Johnson (1978) yaşam doyumunu "Bir kişinin yaşam kalitesini seçtiği ölçütlere göre küresel olarak değerlendirmek" olarak tanımlamışlardır. Memnun olma durumu, diğer bir ifade ile doyum sağlama mevcut durumların karşılaştırılmasına bağlıdır. Birey açısından doyum dışarıdan empoze edilebilen bir durumdan ziyade tamamen öznel bir değerlendirme sürecine karşılık gelmektedir. Kişinin öz değerlendirme bölgesinde önemli olduğuna kanaat getirdiği kriterlerin değerlendirme sonuçları ise onun doyum düzeyini belirlemektedir (Diener, 1985, s. 71).

Kişilerin gereksinimlerinin bireylerarası davranışlarını nasıl etkilediğini inceleyen Schutz (1966), bireylerarası ilişkilerin uyumluluğuna dair psikolojik bir bakış açısı sunmaktadır. Bu yaklaşım, bireylerarası ihtiyaçların bireylerarası davranışlara olan etkisine odaklanmaktadır. Schutz, bu noktada bireylerin üç temel ihtiyaç doğrultusunda birbirleriyle ilişki kurduklarını ifade etmektedir. Bu ihtiyaçlar ise; dâhil olmak, sevgi görmek veya gösterilmesi, kontrol etmek ya da karşıdaki kişinin

isteği doğrultusunda kontrolden vazgeçmek. Sözü edilen gereksinimler bireylerarası iletişimin bütün yönlerini özellikle de ilişkiyi başlatan etkileşimlerin türünü etkilemektedir. Başlangıç şekli ve ilişkilerin tüm aşamasında etki mekanizması görevi gören bu ihtiyaçların giderilmesi ise psikolojik açıdan bireyi belli bir doyuma ulaştırmaktadır.

İletişim doyum yapısının çok boyutlu olduğuna dikkat çeken Downs ve Hazen (1977) aynı zamanda iletişim doyumunu örgüt içindeki iletişimin farklı açılarıyla bireye sağladığı kişisel doyum olarak tanımlamakta ve içinde bulunulan yapının geri dönüt, araç (medya) kalitesi ve farklı ilişki boyutlarını içerdiğine işaret etmektedir (Gülнар, 2007, s. 98). Orpen (1997) ise örgütün bir parçası olarak çalışanların iletişim sayesinde oluşturdukları yapının içerisinde kendilerinden beklentilerin neler olduğunu öğrenme ve çalışma arkadaşlarının kendisine karşı tutumlarını bilme olanağını sahip olabileceklerinin altını çizmektedir. Ayrıca iletişimin örgütsel yapı içerisinde enformasyon iletimi ve bilgi alışverişi ile hem idari hem de çalışanların çalışma hayatına pozitif tutum kazanmalarında etkili bir rol olabileceğini de ifade etmektedir.

Downs ve Hazen (1977) konu ile ilgili olarak oluşturdukları anket formunda iletişim doyum boyutlarını şu şekilde kategorize etmişlerdir (Demirkıran, Yardan, & Yorulmaz, 2013, s. 324-325):

Örgütsel Bilgi Doyumu: Örgütün bütünü ile ilgili geniş bilgi edinmeyi içermektedir. Örgütteki değişimler, örgütün finansal durumu, örgütün tüm politikaları ve örgütün amaçları hakkında bilgi sahibi olmak örgütsel bilgi doyumunu ile ilgilidir.

Geri Bildirim Doyumu: Çalışanların, performanslarının nasıl değerlendirildiğiyle ilgili ihtiyaç duydukları bilgileri içinde barındırmaktadır.

Örgütsel Bütünleşme Doyumu: Bölüm planları, iş gerekleri ve bazı personel hareketleri gibi personelin yakın iş çevresinden edindikleri bilgilerin derecesi ile ilgilidir.

Üstlerle İletişim Doyumu: Üstlerle olan yukarı ve aşağı yönlü iletişimi içermektedir. Üstlerin yeni fikirlere açık olması, çalışanları dinlemesi, işle ilgili sorunları çözme konusunda çalışanlara rehberlik etmesi gibi beceriler örnek olarak verilebilir.

Astlarla İletişim Doyumu: Astlarla olan yatay ve dikey iletişime odaklanmaktadır.

Yatay İletişim Doyumu: Eşit düzeydeki çalışanlar arasındaki informal iletişimin tam olarak sağlanıp sağlanamaması ile ilgilidir. Dedikodu da bu grupta değerlendirilebilir.

İletişim İklimi Doyumu: Hem örgütsel hem de kişisel düzeydeki iletişimi yansıtmaktadır. Örgütün amaçlarına ulaşabilmesi için çalışanları motive ve teşvik etmesini içerir. Aynı zamanda çalışanların iletişimle ilgili tutumlarının sağlıklı olup olmadığını göstermektedir.

İletişim Araçlarının Doyumu: Toplantıların iyi organize edilmesi, yazılı talimatların kısa ve anlaşılır olması gibi örnekler bu çerçevede değerlendirilebilir.

Downs ve Hazen'in belirlediği iletişim doyum boyutlarını Pincus 1986 yılında "İlişkisel Boyut", "Bilgisel Boyut" ve "Bilgisel- İlişkisel Boyut" olmak üzere üç kategoride bir araya getirmiştir. İlişkisel boyut sınıflandırması içerisinde "Üstlerle İletişim Doyum Boyutu, Astlarla İletişim Doyum Boyutu, Yatay ve Biçimsel Olmayan İletişim Doyum Boyutu" na yer vermiştir. Bilgiye dayalı olarak kategorileştirilen üç boyut: "Medya Kalitesi, Örgütsel Bilgi, Örgütsel Bütünleşme"dir. Son kategori olan Bilgisel – İlişkisel İletişim Doyum içerisinde ise "Bireysel Geri Bildirim, İletişim İklimi" boyutlarını ele almıştır (Güllüoğlu, 2012, s. 93).

Örgütsel düzeyde olduğu gibi bireysel olarak da motivasyonun önemi yadsınmamaktadır. Bireylerarası iletişimde ise özellikle 'iletişim doyum' bağlamında bireylerin birbirlerini motive etmeleri önemli bir noktayı oluşturmaktadır. İnsan ilişkilerinde bireylerin işbirliği yapabilmeleri, günlük hayatta ve işte verimli olabilmeleri, ihtiyaçlarını dengeli bir biçimde giderebilmeleri için birleşme ve örgütlenmeye istekli olmalarının bir tür gereklilik olduğu ifade edilebilir. İnsan ilişkileri diğer bir deyişle doyum sağlayan grup psikolojisi ve verimli yaşamayı geliştirmeyi amaçlayan bir süreç olarak açıklanabilir (Nazik, 2000, s. 17).

Bireyleri neyin motive ettiğini bilmek çevredekilerin hareketlerini tutum ve davranışlarını anlamayı gerektirmekte, bu durum ise bireyleri gözlem yapmaya aynı zamanda da çevresini tanımaya yönelmektedir. Birbirlerini iyi tanıyan insanlar aralarındaki problemleri daha rahat çözmekte, iş arkadaşları ve yöneticilerle daha iyi ilişkiler kurabilmektedir. Bu noktada bilginin güç, motivasyonun ise katılımıcılığın sonucu olduğu söylenebilir (Gümüş & Sezgin, 2012, s. 4). Bentley'e (2013, s. 180) göre, insanların yüksek derecede performansa ulaşmaları ve motive olmalarını sağlamak için onların içlerindeki bu gücü devreye geçirmelerine yardımcı olmak gerekmektedir.

Motivasyon araçlarının çok değişik şekillerde hayatın her alanında ve neredeyse herkes tarafından uygulandığı söylenebilir. En küçük sosyal grup olan ailede, anne veya babanın sınıfını başarıyla geçmesi halinde çocuğuna herhangi bir hediye alacağı sözünü vererek onun davranışlarını yönlendirmeye çalışması gibi örnekleri çoğaltmak mümkündür. Birey kendi üzerinde birtakım motivasyon unsurlarını uygulayabileceği gibi başka bir amaçla diğer bir kişiyi güdülemeye de çalışabilir. Kısaca, insan davranışlarına yön vermek isteyen kişilerin başvuracağı en güçlü yöntemlerden birisinin motivasyon olduğu ifade edilebilir (Gümüş & Sezgin, 2012, s. 4).

Bireylerarası ilişkiler, 1950'li yıllardan günümüze sosyal psikolojinin geleneksel inceleme alanlarından birisini oluşturmaktadır. Bu konudaki ilk araştırmalar laboratuvarın dışında yapılmış, yerleşim düzeni ve tutum benzerliğinin zaman içinde insan ilişkilerini nasıl etkilediği incelenmiştir. Alanda yürütülen ilk araştırmalardan sonra farklı yöntemler uygulanarak ulaşılan sonuçlar neticesinde birtakım olgular ortaya konulmuştur (Hortaçsu, 1997, s. 11). Motivasyon ve iletişim doyumunu temel alan bazı araştırmaların bulguları ise şu şekildedir:

- Varona'nın (1996) Guatemala'da çocuk hastanesinde, bir Katolik okulunda ve gıda fabrikasında farklı düzeyde çalışan 310 kişi ile yaptığı araştırmada, iletişim doyumunu ve örgütsel bağlılık arasında anlamlı pozitif bir ilişki bulunmuştur. Üst ve astla iletişim en yüksek düzeyde doyum elde edilen

faktörleri oluştururken, iletişim iklimi ile bölümler arası iletişimin en düşük doyum elde edilen düzey olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

- Fantozzi'nin (1997) eğitim kurumlarında 1167 yöneticiyi örneklem olarak gerçekleştirdiği çalışmada, iletişim doyumunu faktörleri arasında genel örgütsel perspektifin ve bireysel geri bildirim pozisyon ile doyum noktasında anlamlı etkileşimde olduğu; bunun yanı sıra üstle iletişim ve araç kalitesi faktörlerinin de pozisyon ve doyumla anlamlı etkileşiminin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.
- Ahmad'ın (2006) yılında 252 akademik personel ile iki farklı kamu üniversitesinde gerçekleştirdiği araştırmada, faktör analizi tekniğini kullanarak Downs ve Hazen'in 1977'de geliştirdiği iletişim doyum ölçeğindeki orijinal 8 faktörü doğrulamıştır. Araştırma sonucunda en yüksek doyuma ulaşılan faktörler, ast iletişimi, üst iletişimi, ortam (medya kalitesi) ve yatay iletişimidir.
- Byrne ve Lemay'ın (2006) özel sektör çalışanı örneklem alınarak gerçekleştirilen çalışmada, yüz yüze iletişim ve iletişim doyumunu arasındaki ilişkiye dair sonuçlar şu şekildedir: yüz yüze iletişimin ilişkili olduğu işle ilgili bilgi doyumunu, iş bölümü ve yöneticiden alınan bilgi kalitesi değişkenleri zengin ortam olarak değerlendirilmektedir. Şirket mektupları zayıf ortam olarak sınıflandırılıp, üst yönetimden alınan bilgilerin kalitesi iş doyumuyla ilgili görülürken, elektronik posta ortalama ortam olarak ise sadece kaydedilen acil haberlerin kalitesi ile ilişkilendirilmektedir.
- Eroğlu'nun (2011), yaşam doyumunu, iş doyumunu ve iletişim doyumunu arasındaki ilişki ile etkileşimin teorik olarak açıkladığı çalışması bu üç doyum türünün birbirleriyle ilişkilendirildiği ilk çalışmadır. Literatür taraması ile gerçekleştirilen çalışma teorik olarak ele alınmıştır. Çalışma neticesinde ise iş doyumunun ve iletişim doyumunu ilişkisinin varlığını kanıtladığı, genellikle iletişim doyum düzeyi yüksek olan çalışanların iş doyum düzeylerinin de yüksek olduğu sonucunu varılmıştır.

- Balcı ve Gölcü' nün (2016) yalnızlık - kişilerarası motivasyonlar ve mutluluk - yaşam doyum düzeyi arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya yönelik olarak üniversite öğrencileri örnekleminde gerçekleştirdikleri araştırma sonucunda, üniversite öğrencileri açısından en önemli kişilerarası iletişim motivasyonlarının kaçış ve rahatlama olduğu ifade edilmiştir. Araştırma bulgularına odaklanıldığında, öğrencilerin bireylerarası iletişime geçme sebeplerinin baskı ve sorumluluklardan kaçmak, yapılması gereken işleri ertelemek, yeni bilgiler elde etmek ve yeni kişilerle tanışmak olduğu gözlenmiştir. Araştırma sorularına verilen cevaplara göre, bireylerarası iletişim kişilere rahatlama ve eğlence sağlamaktadır. Motivasyonlar arası ilişkiler ele alındığında en güçlü ilişkinin ise dahil olma ve rahatlama motivasyonları arasında olduğu saptanmıştır.

AMAÇ VE YÖNTEM

Bireylerarası iletişim bağlamında motivasyon, iletişim doyumunu açısından önemli bir yere sahiptir. Motivasyon ve iletişim doyumunu arasındaki ilişkiyi bireylerarası düzeyde incelemek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada kuramsal çerçeve ile desteklenerek yerel medya çalışanlarının motivasyon ve iletişim doyumlarını saptamak amaçlanmıştır. Yerel medya çalışanlarının iletişim doyumunu ve bireylerarası iletişim motivasyon düzeylerinin sosyo-demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin değerlendirmeler yapmak ise çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Temel amaç doğrultusunda bu araştırmada şu sorulara cevap aranmıştır:

- Yerel medya çalışanlarının bireylerarası iletişim motivasyonları nelerdir?
- Yerel medya çalışanlarının iletişim doyumları ne düzeydedir?
- Yerel medya çalışanlarının bireylerarası iletişim motivasyonları ve iletişim doyumları arasında nasıl bir ilişki vardır?
- Yerel medya çalışanlarının kurum tecrübeleri cinsiyete göre farklılaşır mı?
- Yerel medya çalışanlarının iş doyum düzeyleri hangi seviyededir?

İletişim çalışmaları açısından literatürdeki araştırmalar mercek altına alındığında, alanda motivasyon ve iletişim doyumu ilişkisini temel alan çalışmaların daha çok örgütsel düzeyde olduğu bireylerarası iletişim bazında ikili ilişkiyi inceleyen araştırmaların mevcut olmadığı yapılan literatür taraması neticesinde ortaya çıkmıştır. Bu noktadan hareketle, gerçekleştirilen çalışmanın alandaki işaret edilen eksikliği gidermeye yönelik planlanarak alan yazına katkı sağlaması hedeflenmiştir.

Araştırmanın Uygulanması ve Örneklem

Yerel medya çalışanlarının bireylerarası iletişim motivasyonları ile iletişim doyumları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla Konya ve Denizli illerinde bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın evrenini Konya ve Denizli ilinde yerel medyada çalışan medya mensupları oluşturmaktadır. Bu iki şehirde çalışan medya mensuplarından 300'ü araştırmaya dâhil edilerek evren sınırlandırılmıştır. Evreni temsil etme niteliğine sahip örneklem seçimi ise rastlantısal örneklem alma tekniği kullanılarak belirlenmiştir. Rastlantısal örneklem alma tekniği ile Konya ilinde 191, Denizli ilinde ise 109 medya çalışanına ulaşılmıştır. Araştırmada katılımcılara yüz yüze anket tekniği uygulanarak analiz için veri toplanmıştır. Çalışmaya gönüllü olarak dahil olan katılımcıların demografik özellikleri ise şu şekildedir:

- Katılımcıların yüzde 65,7'si erkek, yüzde 34,3'ü ise kadındır. Sonuçlar medyada yer alma açısından cinsiyet bakımından ağırlığı erkeklerin oluşturduğunu, kadınların ise erkeklere oranla yerel medyada daha az oranda yer aldıklarını göstermektedir.
- Katılımcıların yaş dağılımlarının betimleyici istatistikleri incelendiğinde; en düşük 17, en yüksek 57 yaşında oldukları saptanmıştır.
- Çalışmada yer alan katılımcıların yüzde 61,3'ü bekar, yüzde 38,7'si ise evlidir.
- Yerel medya çalışanlarının eğitim düzeylerine odaklanıldığında; katılımcıların yüzde 3'ünün ilköğretim, yüzde 1'inin ortaokul, yüzde 27'sinin lise, yüzde 67'sinin lisans ve yüzde 4,7'sinin lisansüstü eğitim düzeyine sahip olduğu sonucuna

ulaşmıştır. Bu noktada, araştırmaya katılan medya çalışanlarının eğitim düzeylerinin çoğunlukla üniversite mezunu olduğu ifade edilebilir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmaya katılan yerel medya çalışanlarının bireylerarası iletişim motivasyonları ile iletişim doyumu arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla demografik sorular da dahil olmak üzere 68 sorudan oluşan bir anket formu hazırlanmıştır. Anket formu katılımcıların zihninde soru işareti bırakmayacak şekilde açık, anlaşılır ve net bir şekilde konu ile ilgili daha önceden gerçekleştirilmiş çalışmalardan faydalanılarak tasarlanmıştır. Anket formunun ilk bölümünde yerel medya çalışanlarının iletişim doyumlarını ölçümlemek amacıyla, Downs ve Hazen'in (1977) geliştirdiği 5'li likert tipinde yirmi sekiz maddeden oluşan, İletişim Doyum Ölçeği'nden yararlanılmıştır. Anketin ikinci bölümünde, Rubin ve arkadaşları (1988) tarafından geliştirilen Kişilerarası İletişim Motivasyonları Ölçeği yer almaktadır. Ölçek mutluluk, rahatlama, kapsam, kontrol, sosyal kaçış ve etkileme gibi iletişim güdülerini yansıtan yirmi sekiz maddeden oluşmaktadır (Rubin & Rubin, 1992).

Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler

Araştırmadan elde edilen veriler, istatistik programı kullanılarak elektronik ortama aktarılmıştır. Çalışma açısından önem taşıyan, sonucunda cevap bulunmak istenilen araştırma sorularına yönelik olarak veriler üzerinde analizler yapılmıştır. Verilerin analizinde öncelikle katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini belirlemek amacıyla Frekans Analizi yapılarak veriler tablolatırılmıştır. Kurum tecrübelerinin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla Bağımsız Örneklem T-Testi uygulanmıştır. Katılımcıların yaşları, aylık harcama miktarları, işlerinden memnuniyet düzeyleri ve kurum tecrübelerine ait veriler ise Aritmetik Ortalama testi ile saptanmıştır. Yerel medya çalışanlarının bireylerarası iletişim motivasyonlarını belirlemede Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA) esas alınmıştır. Bireylerarası iletişim motivasyonları ile iletişim doyumu arasındaki ilişki ise Korelasyon Analizi ile tespit edilmiştir.

BULGULAR

Yerel Medya Çalışanlarının Kurum Tecrübeleri

- Katılımcıların mesleki eğitimin verildiği iletişim fakültesi mezunu olup olmadıklarını irdeleyen frekans analizi tablosu sonucunda yüzde 39,3'ünün iletişim fakültesi mezunu olduğu, yüzde 60,7'sinin ise iletişim fakültesi mezunu olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ek olarak, yerel medya çalışanlarının büyük bir bölümünün üniversite mezunu olmasına rağmen fakülte bazında iletişim fakültesi mezunu oranının oldukça düşük olduğu bir tablo oluşmuştur.
- Katılımcıların yerel medyada görevli oldukları birimler incelendiğinde; yüzde 22,7'sinin muhabir, yüzde 11,3'nün radyo programcısı, yüzde 9,7'sinin reji, yüzde 8,3'ünün grafik-tasarım, yüzde 7,7'sinin sunucu-spiker, yüzde 6,7'sinin reklam koordinatörü, yüzde 5,3'ünün kurgu, yüzde 5'inin genel yayın yönetmeni, yüzde 5'inin teknik sorumlu, yüzde 4,7'sinin genel koordinatör, yüzde 3,3'ünün yazı işleri müdürü, yüzde 3,3'ünün radyo programcısı, yüzde 2,7'sinin kameraman, yüzde 2,7'sinin radyo yöneticisi, yüzde 1,7'sinin sorumlu yazı işleri müdürü oldukları sonucuna varılmıştır. Frekans dağılımları incelendiğinde, katılımcıların büyük bir çoğunluğunun muhabir ve radyo programcılarında olduğu görülmektedir.
- Katılımcıların kurum tecrübelerini ölçümlemek amacıyla gerçekleştirilen analizler sonucunda elde edilen bulgulara göre, yerel medyada çalışma süreleri incelendiğinde en çok 38 yıl en az ise 1 yıl çalıştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ortalama yerel medyada çalışma süreleri ise 7,06 yıldır. Ek olarak, yerel medya çalışanlarının aynı kurum çatısı altında en az 1 yıl en çok 28 yıl ortalama 4,7 yıl çalıştıkları saptanmıştır.
- Kurum tecrübelerinin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız örneklem t-testi sonuçlarına göre; cinsiyet ile yerel medyada çalışma süresi arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiş ($t=4,976$; $p<.05$), erkeklerin kadınlara oranla yerel medyada daha uzun süre

çalıştıkları saptanmıştır. Benzer şekilde cinsiyet ile kurum tecrübesi arasında anlamlı bir farklılık mevcuttur ($t=3,589$; $p<.05$). Diğer bir deyişle, erkekler kadınlara oranla aynı kurumda daha uzun yıllar çalışmaktadır.

- Katılımcılardan iş doyum düzeylerini ölçmek amacıyla hazırlanan soruya "1 (Hiç Memnun Değilim) ile 10 (Çok Memnunum)" arasında bir değerlendirme yaparak yanıt vermeleri istenmiştir. Elde edilen verilerin betimleyici istatistik analizi sonucunda ise, ortalama değer 7,31 çıkmış bu orana istinaden katılımcıların yaptıkları işten memnun oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Yerel Medya Çalışanlarının Bireylerarası İletişim Motivasyonları

Katılımcıların bireylerarası iletişim motivasyonlarını ölçümlemek amacıyla hazırlanan 5'li likert tipinde 28 maddeye verilen cevaplar ışığında faktör analizi uygulanmış; öz değer (eigen value) ve yamaç eğrisi grafiği (scree plot) değerlendirmesi neticesinde 4 faktör grubunun incelemeye tabii tutulabileceği sonucuna varılmıştır. Ölçekte mevcut olan 2 madde "Başkalarına onların duyguları hakkında ilgilerimi bildirmesi için, Sahip olmadığım şeyleri elde etmek için" gerekli olan yükleme değerine sahip olmadığı için analiz dışında tutularak değerlendirmeye alınmamıştır. Ölçekte yer alan 4 faktöre "Mutluluk, Rahatlama/Kapsam, Sosyal Kaçış, Etkileme" ait yükleme değerleri Tablo 1. de gösterilmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Bireylerarası İletişim Motivasyonları

Faktörler	Mean	Faktör Yükleme
1. Faktör: Sosyal Kaçış		
Yapıyor olmam gereken bir şeyi ertelemek için	2,41	,781
Baskılardan ve sorumluluklardan kurtulmak için	2,46	,753
Çünkü yapacak daha iyi bir şeyim yok	2,31	,735
Yapmakta olduğum şeyden kurtulmak için	2,66	,721
Benim için bir şeyler yapması için birilerine ihtiyacım var	2,75	,540
2. Faktör: Rahatlama/ Kapsam		
Orada birisinin olduğunu bilmemi garanti ediyor	3,29	,746
Kendimi daha az gergin hissetmemi sağladığı için	3,28	,741
Kendimi daha az yalnız hissetmemi sağlıyor	3,47	,741

Heyecanımı arttırdığı için	3,30	,543
Konuşmak ya da yalnız kalmamak için birine ihtiyaç duyarım	3,37	,523
Gevşememi sağladığı için	3,26	,514
Beni rahatlattığı için	3,47	,464
Bazen sadece problemlerim hakkında konuşma ihtiyacı duyarım	3,37	,424
Hoş bir dinlenme sağladığı için	3,49	,415
3. Faktör: Etkileme		
Çevremdeki insanları teşvik etmek için	3,50	,698
Başkalarına yardım etmek için	3,76	,689
Çevremdekilere ne yapmaları gerektiğini anlatmak için	3,27	,585
Çevremdeki insanlara teşekkür etmek için	3,26	,454
Çevremdeki insanlar hakkında endişelendiğim için	3,06	,441
4. Faktör: Mutluluk		
Beni eğlendirdiği için	3,42	,852
Zamanı iyi geçirmemi sağladığı için	3,78	,789
Bana heyecan verdiği için	3,29	,767
Çevremdeki insanlarla konuşmaktan hoşlanıyorum	3,86	,573
Çevremdeki insanlarla konuşmak çok eğlenceli	3,39	,551
Çevremdeki insanlarla konuşmak beni harekete geçiriyor	3,73	,531
Uyarıcı olduğu için	3,31	,520

Bireylerarası iletişim motivasyonlarına ait faktör analizi tablosu incelendiğinde, yerel medya çalışanlarını iletişim kurmaya yöneltmekte en büyük payı olan motivasyonun *sosyal kaçış* motivasyonu olduğu görülmektedir. Sosyal kaçış faktörünü oluşturan maddelere odaklanıldığında; bireylerin baskı ve sorumluluklardan kurtulmak, yapıyor olmaları gereken bir şeyi ertelemek, yapmakta oldukları şeylerden kurtulmak, yapacakları daha iyi bir şey olmadığı için veya kendileri adına bir şeyler yapması için birilerine ihtiyaç duyduklarından dolayı bireylerarası iletişim kurmaya yöneldikleri sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal kaçış faktörü toplam varyansın 15,88'ni açıklamaktadır. Faktörün güvenirlik (Cronbach's Alfa= 851) ve özdeğeri (Eigenvalue= 8,11) kabul edilebilir değer üzerinde.

İkinci faktör olan *rahatlama faktörünü* meydana getiren maddelere bakıldığında; bireyler için hoş bir dinlenme sağladığı, onları rahatlattığı, daha az gergin hissetmelerini sağladığı, gevşemelerine yardımcı olduğu, daha az yalnız hissetmelerine olanak sunduğu, heyecanlarını arttırdığı yönündeki etkilerinin olduğu

görülmektedir. Bu etkilerinin yanı sıra rahatlama faktörü konuşmak ya da yalnız kalmamak için birine ihtiyaç duyan bireye orada birisinin olduğunu bilmesini garanti ederek kendisini daha az yalnız hissetmesini de sağlamaktadır. Rahatlama faktörünün analiz sonucuna göre 2,97'lik özdeğere sahip olduğu ve toplam varyansın 14,71' lik kısmını oluşturduğu ifade edilebilir. Faktörün güvenirlik düzeyine bakıldığında Cronbach's Alfa = ,845 olarak ölçümlendiği görülmektedir.

Faktör analizinde üçüncü motivasyon *etkileme faktörüdür*. Etkileme faktörünü oluşturan maddelerde ise; bireylerin başkalarına yardım etmek, çevredeki insanlar hakkında endişelenmek, çevredeki insanlara teşekkür etmek, çevredeki insanları teşvik etmek, çevredekilere ne yapmaları gerektiğini anlatma amaçlı iletişim kurma eğiliminde oldukları ve kurulan iletişim neticesinde belli bir iletişim doyumu elde etmeyi amaçladıkları söylenebilir. Faktör analizi sonucunda ortaya çıkan değerlere odaklanıldığında, etkileme faktörünün 1,55 oranında özdeğeri olduğu ve toplam varyansın 12,47'sini oluşturduğu göze çarpmaktadır. Faktörün güvenirlik değeri Cronbach's Alfa= ,807' dir.

Dördüncü ve son faktör olan *mutluluk faktörü* mercek altına alındığında faktöre atfedilen maddelerin şunlar olduğu ortaya çıkmıştır: kişiyi eğlendirdiği, kişiye heyecan verdiği, kişinin zamanını iyi geçirmesini sağladığı, kişi için uyarıcı olduğu. Ayrıca çevresindeki insanlarla konuşmaktan hoşlanan bireyin, bireylerarası iletişimin onu harekete geçirici bir yönün olması nedeniyle çevresindeki insanlarla konuşmaktan hoşlandığına dair iletişim doyum arayışı içinde olduğu ve dolayısıyla kişinin bu motivasyonlar aracılığıyla bireylerarası iletişime geçebileceği de söylenebilir. Faktörlerin yükleme değerleri göz önüne alındığında en düşük değerlerin mutluluk faktörüne ait olduğu görülmektedir. Mutluluk faktörü 1,45'lik özdeğeri ile toplam varyansın 11,13'lük kısmını oluşturmaktadır. Faktörün güvenirliği ise Cronbach's Alfa= ,734' dür.

Tablo 2. Bireylerarası İletişim Motivasyonları Arasındaki İlişki (Pearson r)

	Mutluluk	Rahatlama	Sosyal Kaçış	Etkileme
Mutluluk	1			
Rahatlama	,642**	1		
Sosyal Kaçış	,184**	,414**	1	
Etkileme	,457**	,579**	,472**	1

Not: **Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed).

Bireylerarası iletişim motivasyonları arasındaki ilişkinin yönünü ve gücünü belirlemek amacıyla yapılan korelasyon analizi bulgularına bakıldığında, rahatlama ve mutluluk faktörü arasında pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu noktadan hareketle, faktörler arasındaki en güçlü ilişkinin rahatlama ve mutluluk faktörleri arasında yaşandığı söylenebilir ($r= ,642$; $p< ,01$). Diğer bir ifadeyle, rahatlama yönelimli bireylerarası iletişim doyum arayışına giren kişiler aynı zamanda mutluluk motivasyonundan elde edilecek iletişim doyumuna da odaklanmaktadır. Rahatlama ve mutluluk faktörleri arasındaki ilişkiye benzer bir ilişki de etkileme ve rahatlama faktörü arasında mevcuttur. Etkileme ve rahatlama faktörleri arasında orta düzeyde pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır ($r= ,579$; $p< ,01$).

Yerel Medya Çalışanlarının İletişim Doyumu Boyutları

Yerel medya çalışanlarının iletişim doyum faktörlerinden *iletişim iklimine* dair yöneltilen sorulara verdikleri cevapların analizinde ulaşılan sonuçlara bakıldığında, en çok kurum içi iletişim faaliyetlerinin onlarda ait olma ve kurumla bütünleşme hissi uyandırdığını belirtirlerken iletişim iklimine dair en az savunulan ifade ise kurumda çalışan bireylerin yeterli düzeyde iletişim becerisine sahip olmadığı yönündeki düşüncedir.

Tablo 3. İletişim Doyumu Maddeleri Dağılım İstatistikleri

Boyutlar	Mean	SD
1. Boyut: İletişim İklimi	3,66	,645
Kurum içi iletişim faaliyetleri bende kuruma ait olma ve onunla bütünleşme hissi uyandırır	3,84	,935
İşimle ilgili yeterli bilgi düzeyine sahibim	3,81	,930
Kurum içi iletişim çalışanları kurum hedefine çalışmak için teşvik eder	3,80	1,01
İletişim çatışmaları doğru iletişim kanalları ile ele alınmaktadır	3,47	1,01
Kurumumdaki insanlar yeterli düzeyde iletişim becerisine sahiptir	3,38	1,04
2. Boyut: Yatay İletişim	3,55	,548
Çalışma grubum uyumludur	3,76	,899
Fısıltının kurumumuzda aktif olduğunu düşünüyorum	3,65	1,09
Kurumumdaki iletişim uygulamaları acil durumlara adapte edilebilir	3,48	,941
Kurumumda resmi olmayan iletişim etkindir ve kesindir	3,45	1,01
Kurum çalışanları arasındaki iletişim doğru ve serbesttir	3,43	,932
3. Boyut: Üstlerle İletişim	3,63	,775
Yöneticim beni dinler ve dikkate alır	3,76	1,46
Yöneticim bana güvenir	3,77	1,02
Yöneticim fikirlere açıktır	3,73	1,67
Yöneticim işle ilgili sorunların çözümünde rehberlik eder	3,70	1,05
Yöneticim bana doğrularla ilgili geri bildirimlerle döner	3,68	1,00
4. Boyut: Kurumsal Bütünleşme	3,80	,694
Çalıştığım kurumun medya politikaları hakkında bilgim vardır	4,05	,892
İşimle ilgili ihtiyacım olan konular hakkında bilgim vardır	4,02	,884
İşimdeki yetkimle ilgili bilgim vardır	4,00	,875
Personelle ilgili haberler hakkında bilgim vardır	3,68	1,00
Yan ödemeler ve ücretlerle ilgili olarak yöneticim bana bilgi verir	3,24	1,21
5. Boyut: Kurumsal Geri Bildirim	3,63	,775
Kurum içi hatalarımdan dolayı nasıl yargılandığımı bilirim	3,68	,947
Yaptığım işin diğer yapılan işlerle nasıl kıyaslandığına ait bilgim vardır	3,66	1,02
İşimdeki sorunların nasıl ele alındığı ile ilgili bilgim vardır	3,66	,982
Yöneticilerim çalışanlarının karşılaştıkları sorunlarla yakından ilgilenmektedirler	3,60	1,02
Çabalarımın nasıl takdir edildiğine ilişkin bilgim vardır	3,55	1,10

Kurum içinde gerçekleşen *yatay iletişim* boyutunu ölçümlemeye yönelik olarak gerçekleştirilen analizler sonucunda, medya çalışanları çalışma gruplarını uyumlu bulmalarına rağmen fısıltının kurumlarında aktif olduğu yönünde düşüncelere sahiptirler. Çalışanların yatay iletişim bağlamında en az savundukları nokta ise kurum çalışanları arasındaki iletişimin doğru ve serbest olduğu yönündeki düşüncedir.

Yerel medya çalışanlarının yöneticileri ile kurdukları çift yönlü iletişimin değerlendirilmesini içeren *üstlerle iletişim* faktörleri çerçevesinde elde edilen bulgular incelendiğinde, en çok katılım gösterilen görüşlerin "Yöneticim bana güvenir", "Yöneticim beni dinler ve dikkate alır" ifadeleri olduğu görülmektedir. Çalışanlar tarafından üstlerle iletişim noktasında en az katılım gösterilen düşünce ise yöneticilerinin onlara doğrularla ilgili olarak geri bildirim vermediği yönündeki görüştür.

Kurumsal bütünleşme faktörü içerisinde yer alan maddeleri yanıtlamaları neticesinde gerçekleştirilen analiz sonuçlarına bakıldığında, katılımcılar en çok çalıştıkları kurumun medya politikaları ve işleriyle ilgili bilgileri konusunda elde ettikleri bilgilerden doyum sağladıklarını ifade etmişlerdir. Kurumsal bütünleşme ile ilgili olarak en az doyum sağladıkları nokta ise finansal bilgilendirmeleri ölçen "Yan ödemeler ve ücretlerle ilgili olarak yöneticim bana bilgi verir" ifadesini içeren maddeye verdikleri değerdir.

Kurumsal geri bildirim noktasında elde ettikleri iletişim doyumunu incelemek amacıyla yapılan analizler incelendiğinde, kurum içinde en çok hatalarından dolayı nasıl yargılandıkları dair geri bildirim aldıklarını ifade etmişlerdir. Buna rağmen kurum içinde en az en az geri bildirim alınan nokta ise çabaların takdiri ile ilgili dönütlerdir.

Öte yandan iletişim doyum alt boyutlarına verilen önem düzeyi karşılaştırıldığında; katılımcılar en çok kurumsal bütünleşmeden ve iletişim ikliminden en az ise yatay iletişimden iletişim doyumunu sağlamışlardır. Yatay iletişim çerçevesinde kurulan ilişkilerin olumsuz getirileri göz önüne alındığında bireylerin bu

noktada iletişim doyumu elde edememeleri ya da kendilerini daha az güvende hissetmelerinin ise doğal bir sonuç olduğu ifade edilebilir.

Yerel Medya Çalışanlarının Bireylerarası İletişim Motivasyonları ile İletişim Doyumu Arasındaki İlişki

Çalışmanın temel odak noktasını oluşturan bireylerarası iletişim motivasyonları ile iletişim doyumu arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yapılan korelasyon analizinden elde edilen bulgular *Tablo 4*'te gösterilmektedir.

Tablo 4. Bireylerarası İletişim Motivasyonları ve İletişim Doyumu Arasındaki İlişki
(Pearson r)

KORELASYON ANALİZİ BULGULARI	İletişim Doyumu
Mutluluk	,351**
Rahatlama/ Kapsam	,400**
Sosyal Kaçış	,098
Etkileme	,454**

Not: **Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed).

Bireylerarası iletişim motivasyonları ile doyumları arasındaki ilişkinin yönünü ve gücünü belirlemek amacıyla yapılan korelasyon analizi bulgularına bakıldığı zaman; araştırmaya katılanların iletişim doyumu ile mutluluk ($r= ,351$; $p<,01$), rahatlama/kapsam ($r=400$; $p<,01$), etkileme ($r= ,454$, $p<,01$) motivasyonları arasında pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki dikkat çekmektedir. Diğer bir ifadeyle, araştırmaya katılanların iletişim doyumu arttıkça, mutluluk yönelimli bireylerarası iletişimde de artış yaşanmaktadır. Aynı şekilde benzer bir ilişki, etkileme ve rahatlama/kapsam motivasyonu içinde geçerlidir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Gündelik yaşam içerisinde bireyin temel gereksinimlerinin dışında toplumsal yaşamında sosyal anlamda da birtakım ihtiyaçları mevcuttur. İhtiyaçlar ise kişiye ve içinde bulunulan çevrenin koşullarına göre değişkenlik göstermektedir. Bazı bireyler

kendini gerçekleştirme ihtiyacı hissederken bazı bireyler ait olma ihtiyacı hissedebilir veya takdir edilme ihtiyacı duyabilir. Bu durum tamamen bireyin kişisel özelliklerine ve içerisinde bulunduğu ortamın özelliklerine göre çeşitlenmektedir. Bu noktada, diğer birey ya da gruplar ile iletişim kurmanın da bu ihtiyaçlardan birisi olduğu ve aynı zamanda da bir tür gereklilik olduğu ifade edilebilir.

Gereksinimlerin karşılanması için harekete geçmeyi sağlayacak araç ise güdülenmedir başka bir deyişle, motivasyondur. Motivasyon araçlarının gündelik yaşam içerisinde farklı şekillerde hayatın her alanında ve neredeyse herkes tarafından uygulandığı söylenebilir. Toplumsallaşmanın yapı taşını oluşturan ailede, kişiliğin gelişimine katkı sağlayan arkadaş grubu çevresinde ya da eğitim öğretim aşamaları gibi pek çok alanda davranışları yönlendirmede kullanılan araç konumundadır.

İletişimin başlatılmasında, sürdürülmesinde, kesintiye uğramasında veya sonlandırılmasında bireylerin motivasyonunun etki mekanizmalarından birini oluşturduğu söylenebilir. Birey kendisi üzerinde birtakım motivasyon unsurları inşa edebileceği gibi diğer bir kişiyi de güdüleme çabası içine girebilir. Bu türde belirli bir amaca yönelik gerçekleştirilen iletişimde kişinin önce kendisini tanıması daha sonra ise iletişime geçtiği kişiyi doğru çözümleyebilmesi gerekmektedir. Çünkü duyulan ihtiyaçların karşılığını bulamaması durumu bireyde hoşnutsuzluğa yol açabilmektedir.

Bu hoşnutsuzluk bireyin yaşamını olumsuz yönde etkilemekle kalmayıp aynı zamanda iletişim kurduğu kişilerle olan ilişkilerini de etkileme potansiyeline sahiptir. Bu noktada ortak bir paydada buluşulmamış olsa da iletişim becerilerinin geliştirilmesi gerekliliğinin ön plana çıktığı söylenebilir. Bireyin hem kalımsal olarak sahip olduğu hem de geliştirdiği iletişim becerileri yaşamının daha doyumluluğuna katkıda bulunur. Çünkü iletişim becerileri gelişmiş olan bireyler iletişim becerileri zayıf olan kişilere göre daha sağlıklı ilişkiler kurmakta, kendisini daha iyi ifade edebilmekte ve iletişim sürecinde ortaya çıkan çatışmaların çözümü noktasında belirleyici bir rol üstlenmektedir. Bu çerçeveden bakıldığında, özelde bireylerarası

iletişime katkı sağlayan gelişmiş iletişim becerileri genelde ise topluma katkı sağlamaktadır. İletişim becerileri gelişmiş kişilerin toplum içerisinde meydana gelebilecek çatışmaların uzlaşımı konusunda etki mekanizması haline dönüşmeleri ve toplumsal uzlaşım noktasında katkı sağlamaları ise muhtemeldir.

Doyumlu yaşam geçirme çabasında olan bireyin hayatın birçok alanında yaşam doyumunu, iş doyumunu gibi birtakım doyum yönelimli davranışları iletişim noktasında da mevcuttur. Bireyi bu yönetime sevk eden faktörlerden birisi de bireylerarası iletişim motivasyonudur. Bireylerarası iletişim motivasyonları içerisinde kişiler mutluluk, etkileme, sosyal kaçış, dahil olma ve kontrol yönelimi kategorilerinden iletişim doyumunu sağlamak istemektedir. Bu karşılıklı ilişki zinciri ise bireylerarası iletişim motivasyonları ile iletişim doyumunu arasındaki bağlantının önemine işaret etmektedir.

Bireylerarası iletişim motivasyonu ve iletişim doyumunu ilişkisi çerçevesinde yerel medya çalışanları ile gerçekleştirilen saha araştırmasından elde edilen veriler ışığında ulaşılan bulgulardan frekans analizi sonuçlarına bakıldığında, araştırmaya katılanların çoğunluğunun muhabir ve radyo programcılarında olduğu gözlenmiştir. Katılımcıların kurum tecrübelerine odaklanıldığında, yerel medyada en az 1 yıl en çok 38 yıl ve ortalama 7 yıl çalıştıkları saptanmıştır. Aynı kurum çatısı altında en az 1 yıl en fazla 28 yıl ortalama ise 4 yıl çalıştıkları sonucuna ulaşılmıştır. İcra ettikleri meslekten sağladıkları doyumunu belirlemek amacıyla analiz edilen iş doyum ölçeğine göre; katılımcılar mesleklerinden yüksek oranda (10 üzerinden 7) memnundur.

Kurum tecrübelerinin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız örneklem t-testi sonuçlarına göre; erkekler kadınlara oranla daha uzun yıllar yerel medyada ve aynı kurumda çalışmaktadır. Meslek doyumuna dair bulgular ise kadınlar ile erkekler arasında memnuniyet düzeyi ile ilişkili olarak anlamlı bir farklılık olmadığına işaret etmektedir.

Medya çalışanlarının bireylerarası motivasyonları incelendiğinde katılımcıları en çok iletişim kurmaya yönelten bireylerarası iletişim motivasyonunun; baskı ve

sorumluluklardan kurtulmak, yapılması gereken bir şeyi ertelemek, yapılacak daha iyi bir seçenek olmadığı için veya kendileri adına bir şeyler yapması için birilerine ihtiyaç duyulan faktörleri içeren sosyal kaçış motivasyonu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bireylerarası iletişim çerçevesinde kişileri ilişki kurmaya yönlendirmede en az etkili olan motivasyon ise; eğlendirdiği için, heyecan verdiği için, zamanı iyi geçirmeyi sağladığı için, çevredeki insanlarla konuşmaktan hoşlanıldığı için, çevredeki insanlarla yapılan konuşmalar harekete geçirdiği için, çevredeki insanlarla konuşmaktan hoşlanıldığı ve uyarıcı olduğu için maddelerinden oluşan mutluluk motivasyonudur.

Bireylerarası iletişim motivasyonları arasındaki ilişkinin yönünü ve gücünü belirlemek amacıyla yapılan korelasyon analizi bulgularına bakıldığında, rahatlama yönelimli bireylerarası iletişim doyum arayışına giren kişilerin aynı zamanda mutluluk motivasyonundan elde edilecek iletişim doyumuna da odaklandıkları görülmektedir. Rahatlama ve mutluluk faktörleri arasındaki ilişkiye benzer bir ilişki de etkileme ve rahatlama faktörü arasında mevcuttur. Yine aynı şekilde rahatlama yönelimli doyum arayışına giren birey mutluluk açısından da doyum elde etmeyi amaçlamaktadır. Cinsiyete göre bireylerarası iletişim motivasyonlarındaki farklılıklar incelendiğinde ise anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamıştır.

İletişim doyum faktörlerine verilen önem düzeyi incelendiğinde; katılımcılar en çok işin gerekliliklerine dair bilgilenmeyi içeren kurumsal bütünleşmeden ve kurum içi iletişim faaliyetleriyle iletişim becerilerini kapsayan iletişim ikliminden, en az ise eşit düzeydeki çalışanlar arasındaki informal iletişim ile ilişkili olan yatay iletişimden doyum sağlamışlardır. Yatay iletişim çerçevesinde kurulan ilişkilerin olumsuz sonuçları da beraberinde getirebileceği ihtimali de göz önüne alındığında, kişilerin söz konusu iletişim biçiminden iletişim doyumunu elde edememeleri ya da kendilerini daha az güvende hissetmelerinin doğal bir sonuç olduğu söylenebilir.

Çalışmanın temel odak noktasını oluşturan bireylerarası iletişim motivasyonları ile iletişim doyumunu arasındaki ilişkiyi inceleyen analizler neticesinde

elde edilen bulgulara göre, bireylerarası iletişim motivasyonu ile iletişim doyumu arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Sonuçlara göre; etkileme faktörlü, rahatlama/kapsam faktörlü ve mutluluk faktörlü iletişim doyum arayışına yönelen kişiler iletişim doyumu elde etmektedir. Diğer bir deyişle, mutluluk yönelimli iletişim doyum arayışı ile bireylerarası iletişim doyumu arasındaki artış doğru orantılıdır. Benzer ilişki etkileme ve rahatlama/kapsam yönelimli iletişim doyum arayışında da mevcuttur. Kişilerin etkileme ve rahatlama/kapsam yönelimli doyum arayışları iletişim doyumu elde etmeleri ile sonuçlanmaktadır. Sonuç olarak, bu araştırma yerel medya çalışanlarının bireylerarası iletişim motivasyonları ile iletişim doyumu ilişkisini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmiş bir alan araştırmasıdır. Gelecekte yapılacak olan araştırmaların farklı alanlarda daha geniş bir örneklem ile gerçekleştirilmesinin bireylerarası iletişim literatürüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

ÇALIŞMANIN ETİK İZİN BELGELERİ

Söz konusu bu çalışma, 2020 yılı öncesi araştırma verileri kullanılmış bir yüksek lisans çalışmasından üretildiğinden dolayı etik kurul izni gerekmemektedir.

KAYNAKÇA

Ahmad, A. H. (2006). Auditing Communication Satisfaction Among Academic Staff: An Approach to Managing Academic Excellence. *The Business Review Cambridge*, 5(1), 330-333.

Aşıkoğlu, M. (1996). *İnsan Kaynaklarını Verimliliğe Yönlendirme Aracı Olarak Motivasyon*. İstanbul: Üniversite Kitabevi.

Balcı, Ş., & Gölcü, A. (2016). The Relation Between Loneliness And Interpersonal Communication Motives In The Life Of University Students. *The 2nd International Conference on the Changing World and Social Research (ICWSR'2016)*, (s. 79-93). Barcelona.

Bentley, J. (2013). *İnsanları Motive Etme*. (O. Yıldırım, Çev.) İstanbul : Hayat Yayınları.

- Birkan, K. C. (2009). Çalışanların Motivasyonel Öncelikleri ve Bir Motivasyon Faktörü Olarak Liderliğin Önemi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Byrne, Z. S., & LeMay, E. (2006). Different Media for Organizational Communication: Perceptions of Quality and Satisfaction. *Journal of Business and Psychology*, 149-173.
- Demirkıran, M., Yardan, E. D., & Yorulmaz, M. (2013). İl Sağlık Müdürlüğü Çalışanlarının Örgütsel Adalet Algılamalarının İletişim Doyumlarına Olan Etkisi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(2), 322-334.
- Diener, E. E. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71-75.
- Eroğlu, E. (2011). Örgütlerde İletişim Kalitesini Etkileyen Faktörlerin Değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(1), 137-149.
- Eskiyörük, D. (2015). *Örgütsel İletişim* (1. b.). İstanbul: Cinius Yayınları.
- Fantozzi, G. P. (1997). A Comparison of The Perspectives of Superintedents and Principals on The Communication Process. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Northern İllinois University.
- Güllüoğlu, Ö. (2012). *Örgütsel İletişim "İletişim Doyumu ve Kuramsal Bağlılık* (1. b.). Konya: Eğitim Kitabevi.
- Gülner, B. (2007). *Örgütlerde İletişim ve İş Doyumu* . Konya: Literatürk.
- Gümüş, S., & Sezgin, B. (2012). *Motivasyonun Örgütsel Bağlılığa ve Performansa Etkisi* (1. b.). İstanbul: Hiperlink.
- Güngör, N. (2013). *İletişim Kuram ve Yaklaşımlar* (2. b.). Ankara: Siyasal Kitabevi.

- Gürüz, D. (2005). Düşünce Yönetimi "Yaşam Biçimini İletişimin Kalitesini Artırma". A. T. Demet Gürüz içinde, *İletişime Yeni Yaklaşımlar* (s. 1-25). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Hortaçsu, N. (1997). *İnsan İlişkileri* (1. b.). Ankara: İmge Kitabevi.
- Işık, M. (2013). *Sizinle İletişebilir Miyiz ?* (8. b.). Konya: Eğitim Yayınları.
- Kaya, A. (2012). İletişime Giriş: Temel Kavramlar ve Süreçler. A. Kaya (Dü.) içinde, *Kişilerarası İlişkiler ve Etkili İletişim* (s. 2-28). Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Metin, I. (2013). *Sizinle İletişebilir Miyiz* (8. Baskı b.). Konya: Eğitim Yayınları.
- Mısırlı, İ. (2013). *Genel ve Teknik İletişim Kavramlar, İlkeler ve Uygulamalar* (7. b.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Nazik, H. H. (2000). *İnsan İlişkileri* (1. b.). İstanbul: Yapa Yayınları.
- Orpen, C. (1997). The Interactive Effects Of Communication Quality And Job Involvement On Managerial Job Satisfaction And Work Motivation. *The Journal of Psychology*, 131(5), 519-522.
- Rubin, R., & Rubin, A. (1992). Antecedents of Interpersonal Communication Motivation. *Communication Quarterly*, 40(3), 304-317.
- Schutz, W. C. (1966). *The Interpersonal Underworld: FIRO: a Three-dimensional Theory of Interpersonal Behavior*. Science & Behavior Books.
- Şahin, A. (2004). Yönetim Kuramları ve Motivasyon İlişkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 523-547.
- Ülker, A. (2001). Organizasyonlarda Motivasyon ve Bir Uygulama. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Malatya: İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Varona, F. (1996). Relationship Between Communication Satisfaction and Organizational Commitment in Three Guatemalan Organizations . *The Journal of Business Communication*, 111-140.

Ek 1: Anket Formu

İyi günler*** Bu araştırma “*Yerel Medya Çalışanlarının Bireylerarası İletişim Motivasyonları ile İletişim Doyumları Arasındaki İlişki*” konulu bilimsel bir projenin uygulama kısmı için yapılmaktadır. İçtenlikle vereceğiniz cevaplar, çalışmanın başarılı olmasında önemli rol oynayacaktır. Zaman ayırdığınız için şimdiden teşekkür ederiz.

<i>Çevremdeki insanlarla konuşurum, çünkü...</i>		HİÇ Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1.	Beni eğlendirdiği için	1	2	3	4	5
2.	Bana heyecan verdiği için	1	2	3	4	5
3.	Zamanı iyi geçirmemi sağladığı için	1	2	3	4	5
4.	Başkalarına onların duyguları hakkındaki ilgilerimi bildirmesi için	1	2	3	4	5
5.	Uyarıcı olduğu için	1	2	3	4	5
6.	Konuşmak ya da yalnız kalmamak için birine ihtiyaç duyarım	1	2	3	4	5
7.	Çevremdeki insanlarla konuşmaktan hoşlanıyorum	1	2	3	4	5
8.	Çevremdeki insanlarla konuşmak beni harekete geçiriyor	1	2	3	4	5
9.	Başkalarına yardım etmek için	1	2	3	4	5
10.	Yapmakta olduğum şeyden kurtulmak için	1	2	3	4	5
11.	Çevremdeki insanlara teşekkür etmek için	1	2	3	4	5
12.	Gevşememi sağladığı için	1	2	3	4	5
13.	Çevremdeki insanlar hakkında endişelendiğim için	1	2	3	4	5
14.	Çevremdeki insanlarla konuşmak çok eğlenceli	1	2	3	4	5
15.	Bazen sadece problemlerim hakkında konuşma ihtiyacı duyarım	1	2	3	4	5
16.	Kendimi daha az yalnız hissetmemi sağlıyor	1	2	3	4	5
17.	Orada birisinin olduğunu bilmemi garanti ediyor	1	2	3	4	5
18.	Kendimi daha az gergin hissetmemi sağladığı için	1	2	3	4	5
19.	Heyecanımı artırdığı için	1	2	3	4	5
20.	Çünkü yapacak daha iyi bir şeyim yok	1	2	3	4	5
21.	Baskılardan ve sorumluluklardan kurtulmak için	1	2	3	4	5
22.	Beni rahatlattığı için	1	2	3	4	5
23.	Çevremdeki insanları teşvik etmek için	1	2	3	4	5
24.	Sahip olmadığım şeyleri elde etmek için	1	2	3	4	5
25.	Yapıyor olmam gereken bir şeyi ertelemek için	1	2	3	4	5
26.	Benim için bir şeyler yapması için, birilerine ihtiyacım var	1	2	3	4	5
27.	Çevremdekilere ne yapmaları gerektiğini anlatmak için	1	2	3	4	5
28.	Hoş bir dinlenme sağladığı için	1	2	3	4	5

<i>Aşağıda yaşam doyumunuzu ölçmeye yönelik beş ifade yer almaktadır. İfadelerle ilgili düşüncenizi uygun numarayı işaretleyerek lütfen belirtiniz.</i>		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
29.	Pek çok yönden hayatım idealime yakındır	1	2	3	4	5
30.	Yaşam koşullarım mükemmel	1	2	3	4	5
31.	Hayatımdan tatmin oluyorum	1	2	3	4	5
32.	Şu ana kadar hayatımda yapmak istediğim önemli şeyleri	1	2	3	4	5
33.	Hayatımı tekrar yaşayabilseydim, neredeyse hiçbir şeyi değiştirmezdim	1	2	3	4	5

<i>Aşağıda bir takım ifadeler yer almaktadır. İfadelerle ilgili düşüncenizi uygun numarayı işaretleyerek lütfen belirtiniz...</i>		Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen katılıyorum
34.	Kurum içi iletişim çalışanları kurum hedeflerine ulaşmak için motive ve teşvik eder	1	2	3	4	5
35.	Kurumumdaki bireyler yeterli düzeyde iletişim becerisine sahiptir	1	2	3	4	5
36.	Kurum içi iletişim faaliyetleri bende kuruma ait olma ve onunla bütünleşme hissi uyandırır	1	2	3	4	5
37.	İşimle ilgili yeterli bilgi düzeyine sahibim	1	2	3	4	5
38.	İletişim çatışmaları doğru iletişim kanalları ile ele alınmaktadır	1	2	3	4	5
39.	Fısıltının kurumumuzda aktif olduğunu düşünüyorum	1	2	3	4	5
40.	Kurum çalışanları arasındaki iletişim doğru ve serbesttir	1	2	3	4	5
41.	Kurumumdaki iletişim uygulamaları acil durumlara adapte edilebilir	1	2	3	4	5
42.	Çalışma grubum uyumludur	1	2	3	4	5
43.	Kurumumda resmi olmayan iletişim etkindir ve kesindir	1	2	3	4	5
44.	Yöneticim beni dinler ve dikkate alır	1	2	3	4	5
45.	Yöneticim işle ilgili sorunların çözümünde rehberlik eder	1	2	3	4	5
46.	Yöneticim bana güvenir	1	2	3	4	5

47.	Yöneticim yeni fikirlere açıktır	1	2	3	4	5
48.	Yöneticim bana doğrularla ilgili geri bildirimlerle döner	1	2	3	4	5
49.	İşimdeki yetkimle ilgili bilgim vardır	1	2	3	4	5
50.	Personelle ilgili haberler hakkında bilgim vardır	1	2	3	4	5
51.	Çalıştığım kurumun medya politikaları ve hedefleri ile ilgili bilgim vardır	1	2	3	4	5
52.	İşimle ilgili ihtiyacım olan konular hakkında bilgim vardır	1	2	3	4	5
53.	Yan ödemeler ve ücretlerle ilgili olarak yöneticim bana bilgi verir	1	2	3	4	5
54.	Yaptığım işin diğer yapılan işlerle nasıl kıyaslandığına ait bilgim vardır	1	2	3	4	5
55.	Kurum içindeki hatalarımdan dolayı nasıl yargılandığımı bilirim	1	2	3	4	5
56.	Çabalarımın nasıl takdir edildiğine ilişkin bilgim vardır	1	2	3	4	5
57.	İşimdeki sorunların nasıl ele alındığıyla ilgili bilgim vardır	1	2	3	4	5
58.	Yöneticilerim çalışanların karşılaştıkları sorunlarla yakından ilgilenmektedir	1	2	3	4	5

59. Kendinizi ne derece **MUTLU** hissediyorsunuz? (1-10 arasında işaretleme yapınız)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

60. Yerel medyada hangi birimde çalışıyorsunuz?

61. Kaç yıldır yaptığınız işte çalışıyorsunuz ?

62. Kaç yıldır kurumunuzda çalışıyorsunuz ?

63. İletişim fakültesi mezunu musunuz ? 1) Evet 2) Hayır

64. Aylık harcama miktarınız nedir?

65. Medeni durumunuz nedir ? 1) Bekar 2) Evli

66. Eğitim Düzeyiniz nedir ? 1)İlkokul 2)Ortaokul 3)Lise 4) Üniversite 5)Lisansüstü+

67. Cinsiyetiniz: 1. Erkek 2. Kadın

68. Yaşınız:.....

Ankete Katıldığınız İçin Teşekkür Ederiz

Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No plagiarism detected.

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.