

# BÖLÜM V

Ecehan BALTA  
*Sosyolog*

ECZACILAR  
İÇİN  
İLETİŞİM VE  
DANIŞMANLIK  
-BİR GİRİŞ-

## V. 1. İLETİŞİM NEDİR?

İletişim sözcüğü, Latince kökenli *communication* sözcüğünün Türkçe'deki karşılığıdır(1). Birbirlerine ortamlarındaki nesnelere, olaylar ve olgularla ilgili değişimleri haber veren, bunlarla ilişkili bilgileri birbirine aktaran, aynı olgular, nesnelere, sorunlar karşısında benzer yaşam deneyimlerinden kaynaklanan, benzer duygular taşıyıp bunları birbirine ifade eden insanların oluşturduğu topluluk ya da toplum yaşamı içinde gerçekleştirilen tutum, yargı, düşünce, duygu bildirişimine *iletişim* diyoruz(1).

İletişim, insanın varlık sürdürme biçiminin bir ürünü ve insanın varlık sürdürme biçimindeki gelişmelere göre değişimlere uğrayan insana özgü bir olgudur(2). Bütün canlılar gibi, insan da doğa ile etkileşimde bulunarak varlığını sürdürür. Diğer canlı türlerinden farklı olarak, insan doğa ile etkileşimde araya kültürünü koyar. Bir başka deyişle, kültür insanlara özgü bir olgudur. Kültürün temel özelliği insanın doğa karşısındaki etkinliğini artırmaktır.

Doğa çevresi, araç-gereçleri, üretim süreçlerindeki insan ile insan arasındaki ilişkiler, bu ilişkilerde farklılaşmaları tarafların gözünde haklılaştıran değerler sistemi ise, insanın toplumsal hayat tarzını oluşturur. Bunun mayası ise iletişimdir(1).

İletişim, genellikle insanla insan arasında sözel biçimde işleyen, basit, görünür bir süreç olarak tanımlanır. Ancak, bu tanım yanıltıcıdır. Bir işyerinde işverenin çalışana söylediği basit bir söz; örneğin "bize iki kahve" ile, çay ocağına müşteri olarak gidildiğinde söylenen "bize iki kahve" sözünün en azından dilek gerçekleşmediğinde ortaya çıkması olası yaptırımları açısından büyük bir fark taşıdığı açıktır. Ya da elini başına koyup önüne eğilmiş bir kişinin "seni dinliyorum" demesindeki inandırıcılık düzeyiyle, size doğru elleri açık bir biçimde eğilmiş ve gözünüzün içine bakan birisinin "seni dinliyorum" demesindeki inandırıcılık düzeyleri birbirinden kesinlikle farklıdır. Bir başka örnek daha vererek, iletişimin kültürel bir mirası da beraberinde taşıdığına da vurgu yapalım: bir erkek, kavga ettiği eşine "ama sen bir kadınsın" dediğinde, bu basit tümce, bugüne kadar yaşadığımız bütün bir insanlık tarihindeki eşitsizliği doğal bir olgu saydıran toplumun başat kültürünün de ne olduğunu ortaya koyar.

İletişim, gündelik yaşamımızda bize nesnelere, insanları tanımlar, işbölümü içinde değişik toplumsal roller üstlenmiş insanlara bu rolleri yerine getirirken, bu rol dağılımından oluşan toplumun o tarihsel dönemdeki hayat tarzını öğretir, olumlatır, yeniden üretiminde bir aracı rolü oynar(1).

Eski lonca üretiminde, bunun kalıntısı olan bugünkü küçük esnafın dükkanlarında, imalathanelerinde, tamirhanelerinde tezgahın adı "ekmek teknesi"dir. Tezgah kutsandır. Mekanın kullanılması da ayrı bir dil biçimi oluşturur. Dil yalnızca sözel kodlamaya dayanmaz. Bir müdür odasının memurların topluca oturduğu servislerden ayrı ve farklı bir mekan olarak düzenlenmiş olmasının da iletişim bağlamında bir anlamı vardır. Sözel olarak hiç söylenmese de, o mekana giren insan mekanın gereklerine göre davranır (3).

Giyinme biçimimiz de iletişimin bir unsurudur; örneğin kasketli-köylü bir vatandaşımıza hitap ederken amca/kardeş/teyze gibi sıfatlar kullanmayı tercih ederken, şık giyimli bir kadın ya da erkekle karşılaştığımızda genellikle hanımefendi/beyefendi tabirlerini tercih ederiz.

Benzer biçimde, mimiklerimiz de iletişimin unsurlarındandır. Örneğin bir yemeği ne kadar çok sevdiğimizi söylerken yüzümüzü buruşturmamız, aslında o yemeği sevmediğimizi gösterir. Sözel mesajlarla sözel olmayan mesajlar karşı karşıya geldiğinde genellikle kazanan sözel olmayan mesajlar olacaktır. "Gözler kalbin aynasıdır, onlar yalan söylemezler" şiirinde söylendiği gibi... Sadece mimiklerimizle de mesaj verebiliriz. Bir annenin oturmaya gittiği arkadaşının evinde çocuğu bakışlarıyla yönlendirdiğine çoğu kez tanık olmuşuzdur.

İletişimin temel unsurlarından biri olan dilin nasıl kullanıldığı, bir başka deyişle kavramsallaştırmalar da iletişimin belirleyicilerinden biridir. Hiyerarşi içinde oluşturulmuş terimler, hiyerarşinin yeniden üretilmesinde işlev görürler. Örneğin, *amir*, emreden, yöneten demekken, *memur* emir alan, yönetilen anlamına gelir. Bu durumda herhangi bir memur amiriyle karşılaştığında girdiği iletişim sürecinde bu ilişkiye dair önceden oluşturulmuş davranış kalıplarını uygulayacaktır. Ceketinin önünü ilikleyecek, bacak bacak üstüne atarak oturmayacak, amirine "efendim" ya da "bey" diye hitap edecektir.

Kısaca, *birincisi*, iletişim bir süreçtir. Bugünden yarına içinde yetiştiğimiz toplum, ondan da öte, dünyada yaşanan yeni süreçlerin gittikçe artırdığı biçimde, insanlık tarihi boyunca biriktirdiklerimiz iletişiminizi birincil derecede etkiler.

*İkincisi*, iletişim yalnızca sözel bir süreç değildir. İnsanların birbirleriyle karşılaştığı, ilişki kurduğu her yerde, her durumda, her mekanda ayrı bir dil biçimi içinde kodlanmış bir iletişim biçimi yaşanır(1).

*Üçüncüsü*, sözel veya sözel olmayan dilin kullanılış biçimi, onu yaratan hayat tarzını bize olağan, olabilecek olan tek hayat tarzı olarak benimsetir. "Gelişmiş" ve "gerikalmış" terimlerini düşünelim: Gerikalmış teriminin gelişmiş karşısında tanımlandığı açıktır. Bunun yanında, gerikalmış ülkeler dediğimizde sanki yalnızca bu ülkelerde yaşayan insanların yeteneksizlikleri ya da tembellikleri yüzünden gerikalınmış gibi bir anlam çıkar. Gelişmiş ülkeler dediğimizde de tam tersi. Bir başka ifadeyle, gerikalmış-gelişmiş ikilemi, bazı ülkelerin gelişmesinin nedeninin başka bazı ülkelerin gerikalınışlığı olduğunu gözlerden saklar. Bu terimlerden hareketle, yeni bir terim daha ortaya atılır ve gerikalmış ülkelerin gelişmesi için "modernleşmesi" gerektiği ileri sürülür; bir başka deyişle, gelişmiş ülkelerin geçtiği yoldan geçmek, onlara benzemek, onlarla bütünleşmek gerekecektir. İşte "gerikalmış" ve "gelişmiş" terimleriyle kurulan dil, gerikalmış ülkeleri modernleşme kıskacına sokmuştur bile.

*Dördüncüsü*, tek bir iletişim biçimi yoktur. Farklı toplum ve kültürlerin iletişim biçimleri de farklıdır. Zira, iletişimin biçimini belirleyen şey; *hayata katılma düzeyi, konuşulan dilin sınırları* (örneğin bazı toplumlarda sözlü iletişim önemli bir yer tutmaktayken, bazı toplumlarda yazılı iletişim öne çıkmaktadır), *toplumsal yapının gerekleri* (feodal olmayan bir

toplumun bireylerinin "vassal" kavramını bilmesi beklenmez), *teknolojik düzey* ("bilgisayar" kavramının hayatımıza girişi elbette ki bilgisayarın icadından sonradır), *ekonomik düzey* (dünyanın "enflasyon" kelimesi ile tanışması 1920'li yıllarda olmuştur), *eğitim düzeyi* (x ilacının "farmakokinetiği" üzerine iletişim kurabileceğim insan grubu sınırlıdır) gibi pek çok faktör iletişimin biçimini de belirler.

## V.2. İLETİŞİMİN ÖGELERİ NELERDİR?

İletişim en temel olarak üç ögeye dayanır: iletiyi gönderen, iletiyi alıp açımlayan ve bu iki si arasında iletinin gönderilmesinde kullanılacak bir iletişim kodlaması, bir ileti(1). İletiyi gönderene *kaynak*, iletiyi alana *hedef*, iletişimde gönderilen bildirimde de *ileti* diyoruz. Kaynak, hedeflediği kişi ya da kişilere ulaşmak için, öncelikle iletişimin taşıyacağı bilgi, duygu, enformasyonu bir iletişim kanalıyla gönderebilecek biçimde kodlar. İletinin, iletişim sürecinde doluşma sokulduğunda özünü ve biçimini koruyacak şekilde kodlanmış olması gerekir. Böyle yapılmazsa, iletilmek istenen bilgi ya da duygunun çok farklı bir biçimde algılandığı görülecektir. İletinin kodlanması, açık, anlaşılır, mümkün olduğu kadar kısa, çarpıcı ve kolay akılda kalıcı olmalıdır. Aksi takdirde, hedefin hayatında ileti bir anlam ifade etmez. Bir ilacın kullanım şeklini hedefe açık, kendi bildiği dilden ve kolay akılda kalıcı bir biçimde aktarmazsanız, o yine annesinin/komşusunun/bakkalın dediği gibi ilacı kullanmaya devam edecektir. Buna iletişimde "çarpıtma" (*distortion*) denir. Bunun yanında, hasta verdiğiniz bilgiyi "dileğe dayalı düşünme" (*wishfull thinking*) dediğimiz yöntemle de bilinçli olmayan bir biçimde çarpıtılabilir; örneğin vaginal bir enfeksiyon geçirmekte olan bir genç kız düşünelim; kızımız, 15-16 yaşlarında, ilkokul mezunu ve bir tekstil atölyesinde çalışıyor olsun. Reçetesiyle eczane-mize geldi; hastaya vaginal ovül vereceğiz. Tablet vaginal kullanımı gerektiğini söyledik. Başka bir arkadaşı da daha önce benzer bir ilaç kullanmış olduğu için vaginal kullanımın ne olduğunu duymuş, ancak tam emin değil. Mesajımızın yeterince açık olmaması durumu, kullanım zorluğu ve kullanmaktan çekinme ile birleşiyor ve tableti ağızdan almaya karar veriyor. İşte mesaj açık olmadığında mesajı istediği, kendi durumuna en fazla uyan biçimiyle algılamaya, "dileğe dayalı düşünme" diyoruz. Mesajın bu tür çarpıtmalarla karşı karşıya kalmasının sorumluluğu, çoğu kez iletiyi kodlayana, yukarıdaki örnekte eczacıya aittir. Çünkü, neyi, nasıl söyleyeceğinizi düşünürken, hedefin özelliklerini, içinde bulunduğu koşulları, toplumsal ilişki ve bağımlılıklarını da hesaba katmanız gerekir.

Diyelim ki, tüm bunları hesaba katmadınız ya da bir kısmını gözden kaçırdınız; bu durumda mesajınız *çoklu okumaya* uğrar(1). Kurmak istediğiniz iletişimin sonucunda, sizin söylediklerinizi çok aşan, sizin söylemek istediklerinize hiç benzemeyen anlamlar çıkabilir. Bu sorunu gidermek için ilginç bir iletişim kuramından haberdar olmanız işinizi kolaylaştıracaktır: Bu kuram, hiçbir iletişim ediminin tek yanlı, tek yönlü olmadığı önermesinden yola çıkıyor. Kurama göre, bunun tam tersi doğru. Başka bir ifadeyle, her iletişim edimi, iki yönlü bir süreç: Kaynağın belirli kurallara uyararak kodladığı ileti hedefe ulaştığında hedef buna bir cevap (*response*) verir. Ancak, kurama göre, bu yanıt iletiden çok daha fazlasını içinde barındırır. Bunun nedeni, yanıt verenin de kendine özgü birtakım özellikleri olması ve içinde bulunduğu koşullara göre, verdiği yanıtın da kendisine özgü olacağı gerçeğidir.

İşte, her iletişimde bu durum söz konusu olduğu için, akıllı bir iletişimci, hedeflerden gelen bu yanıtları izleyip değerlendirmek ister. Bilir ki, hedefin yanıtları işin iyi gitmediğini ima ettiği an, iletişimin kodlanma biçimini, sunulma biçimini, sunulma zamanını ve sunulma aracını değiştirebilir. Örneğin eczacının sürekli sözlü bilgi verdiği bir hasta, ilacını genel olarak doğru zamanda kullanmıyor, sürekli eczaneye gelip eczacıya açken mi tokken mi alacağını unuttuğunu söylüyorsa, ilaçların isimlerini birbirine karıştırıyorsa, eczacının bu durumda yapması gereken, iletiyi onbeşinci kez daha sözlü olarak tekrarlamak yerine, bu sefer de bilgiyi yazılı olarak hastaya vermek olmalıdır. Eczacı bunu yapmazsa ne olur? İlacını doğru zaman ve biçimde kullanmayan hasta, tedavisi uzadığında ya da gerçekleşmediğinde sorumluluğun bir kısmını da ilaca ve dolayısıyla eczacıya yükleyecektir. Doktora, ilaca ve eczacıya güvenin azalması, elbette istenir bir durum değildir.

Sonuç olarak, her yanıt hem iletimizi hem de daha fazlasını içerir; yanıt, iletimizi alanın iletimizden ne anladığını, iletimizi nasıl karşıladığını gösterir.

İletişim sürecindeki etkinliğimizi artırmak ve iletimizin çarpıtılmasına olanak tanımamak için yararlanacağımız kuramsal bilgilere bir başkasını daha ekleyelim: İletimizi göndermek için kurguladığımız iletişim sürecini tekrarlamak (*redundancy*) yarar sağlayabilir. Ancak, hemen belirtelim ki, iletiyi bıktırarak denli tekrarlamak genellikle iletişim sürecine zarar vermektedir. Okuryazarlığı gelişmiş kişilere yönelik olarak bu tekrarlamamanın fazla olmamasına özen göstermek gerekmektedir. Böyle kişilere yönelik olarak değişik araçlar kullanarak, değişik sunum biçimlerini yeğlemek daha akılcı olacaktır. Böylesi durumlarda, benzerlik kurarak ya da örnekler sunarak iletimizi tekrarlama yoluna gidebiliriz. Kuşkusuz, benzerlik kurarak sunulan örneklerin iyi denetlenmesi koşuluyla...

Bu konuda son bir nokta da, iletiyi gönderen kaynak ile, iletiyi seçecek, algılayacak, aklında tutacak ve iletinin önerdiği tutum değişikliğini benimseyecek olan hedefin uyum içinde olmalarıdır. Örneğin biri Türkçe, diğeri Rusça konuşan iki kişiden hiçbiri bir diğersinin kullandığı dili bilmiyorsa, aralarında iletişim kuramazlar. Kuşkusuz sözel kodlamanın dışındaki mimik ve jestler ya da Mors alfabesi ile konuşmuyorlarsa... Aynı biçimde, ilacın "farmakolojik etki mekanizmasından" bahseden bir eczacının kendisini "toplumsal çatışma kuramıyla" ilgilenen bir sosyologa anlatması da güç olacaktır. Buna iletişim kuramlarında gönderici ile alımlayıcının ya da kaynak ile hedefin iletinin anlamsal içeriği konusunda *ortak izafet çerçevesine sahip olmaması ya da olması sorunu* denir.

Kaynak ile hedef arasındaki izafet çerçevesinin tamamıyla ortak olması beklenmez. Sonuç olarak, her insanın eğitimi, ilgi alanları, yaşı, içinde yaşadığı toplum, cinsiyeti, konuştuğu dil gibi pek çok faktör söz konusu izafet çerçevesini belirleyecek, farklılaştıracaktır. İletişimdeki simgelere ilişkin izafet çerçevelerindeki ortak noktaları artıran, insanlara benzer yaşam deneyimleri kazanma olanağı sağlayan katılımcı/demokratik bir toplumsal yaşamdır. Hayata farklı alanlarda da katılabilen, o alana ilişkin yaşam deneyimleri kazanma olanağı tanıyan kişi ile doğru iletişim kurmak her zaman daha kolay olacaktır.

Yüzyüze iletişimde en ilginç konulardan biri de iletişim sürecinde kanalların oynadığı roldür. Her iletişim sürecinde, başat durumdaki kodlama ne ise, ona bağlı bir ana iletişim kanalının yanı sıra başka iletişim kanalları da devreye girer. Mimiklerimiz, jestlerimiz, sesimizin tonu, sözcükler üzerinde yapacağımız vurgulamalar, sabah eczanemize gelen birine "Günaydın!" dediğimizde ona çok daha fazla şeyler söylemiş olmamızı sağlar: Örneğin, "Bugün bana soru sormayın, başım çok ağrıyor", ya da "Evet! Ne istemiştiniz" ya da "Sabah sabah sohbete gelmenin sırası mı?" demiş olabiliriz aynı anda. Ve emin olun, basit bir sözcük olan "Günaydın" iletişimimizin arkasındaki bu sözler, hedef tarafından o ya da bu düzeyde algılanacaktır.

Mekan da, sözler kadar bir ileti aracıdır. Günümüz iş dünyasında seçkinlerin bürolarını pahalı ve şık eşyalarla donatmaları dekorun son derece etkin bir iletişim kanalı olduğunu farketmiş olmalarındandır. Türk Eczacıları Birliği tarafından yapılan "Eczacılıkta Talep Hizmet Korelasyonu Araştırması" da hastaların eczane mekanına verdiği önemi göstermektedir. Eczane mekanının, sağlık-hijyen eşleştirmesine ilişkin yaygın düşünce sonucunda, öncelikle temiz mekanlar olması gerektiği konusunda hastalar hemfikirdir. Dolayısıyla, temiz olmayan bir eczanede ne kadar iyi hizmet vermeye çalışırsanız çalışın, mekandan hastanın alacağı ileti, tamamen olumsuz olacaktır.

### V.3. İLETİŞİMİN TÜRLERİ NELERDİR?

Psikoloji kapsamında çeşitli iletişim sınıflandırmaları vardır. Yaygın olarak kullanılan sınıflamada, iletişim dört ana gruba ayrılır (2). Burada söz konusu olan iletişim türlerinin, birer inceleme alanı olmanın yanı sıra, aynı zamanda birer çatışma türü olduğunu da akılda bulundurmak gerekir. Zira, iletişimden söz ettiğimiz her alanda, aynı zamanda iletişimsizlikten de söz ediyoruz demektir. Bu dört ana grup şöyle sıralanır:

1. Kişi-içi (*intrapersonal*) iletişim ve çatışma
2. Kişilerarası (*interpersonal*) iletişim ve çatışma
3. Örgütsel (*organizational*) iletişim ve çatışma
4. Kitle iletişimi (*mass media*) ve çatışma.

Konumuz eczacılıkta iletişim olduğundan, bu iletişim biçimleri arasında bizi en çok ilgilendiren, hasta-doktor-eczacı üçgeninde yaşanan kişilerarası iletişim ve tabii iletişimsizliklerdir. Bunun yanında, eczacının halk sağlığındaki görevini yerine getirmesi açısından kitle iletişiminin de bir ölçüde tanınması gerekli bir iletişim türü olduğunu düşünmekteyiz. Yine de, her bir iletişim türüne ilişkin kısaca bilgi vermeyi uygun bulduk:

#### V.1. Kişi-içi iletişim ve çatışma:

Bir insanın düşünmesini, duygulanmasını, kişisel ihtiyaçlarının ve özelliklerinin farkına varmasını, iç gözlem yapmasını ya da kendine sorular sorarak bunlara cevaplar aramasını bir iç iletişim sayabiliriz. Karşı karşıya gelen iki insan arasındaki iletişimin bir benzeri, insanın kendi içinde de gerçekleşir. İnsanlar kendi içlerinde birtakım mesajlar üreterek ve bunları yorumlayarak bir iç iletişimde bulunur(2).

İnsanın çevresi ile kuracağı iletişim kendi içinde başlar. Kişilerarası iletişim sürecinde bir insan, kısa sürelerle hem bilgi kaynağı hem de alıcı olur. Kaynak olduğunda bilgi üretmeye, hedef olduğunda ise gelen bilgileri yorumlamaya çalışan bir kişi, her iki durumda da bir iç iletişim gerçekleştirir durumda kalır.

Kişiler kendi içlerindeki iletişimlerinin yanı sıra, iç çatışmalar da yaşar. Kişi-içi çatışmalar psikanalitik kuram tarafından başlıca iki grupta toplanır(2): *birincisi*, kişilerin bilinç dışlarında baskıda tutulan çatışmalardır, bu çatışmalar bazen gözlenen davranışlara yön verebilir. Bir insanın belirli bir anda sahip olduğu ihtiyaç veya güdü de farklı türde çatışmalara yol açabilir. Kişi-içi çatışmanın *ikinci türü* ise, kişilerin bilişsel yapılarıyla ilgilidir. Kişi, birbiri ile çelişen bilişsel öğelere sahipse ya da varolan bilişsel dengesi ile çelişen yeni uyarıcılarla karşılaşarsa, çatışma durumuna girebilir. Bu çelişkidен kurtulabilmek için kişi, Festinger'e göre şu üç yoldan birine yönelir(2):

1. Davranışını değiştirir,
2. Tutumunu değiştirir ya da yeni bilgiler edinerek o konuda varolan bilgisini değiştirir,
3. Psikolojik savunma mekanizmalarından birisini kullanarak çelişkinin yarattığı rahatsızlıktan kurtulmaya çalışır.

İnsanlar genellikle kendi başlarına bırakıldıkları zaman son yöntemi kullanmayı tercih ederler; zira diğer iki yöntemi uygulamak yani davranışını ya da tutum ve bilgiyi değiştirmeye yönelmek, kendini savunmaktan daha zordur ve belki yaşam koşullarının da değişmesine yol açacaktır. Bu nedenle, çatışma durumlarında kişiye davranış, tutum, bilgi değişikliği yönünde verilecek destek önem kazanır.

## V.2. Kişilerarası iletişim ve çatışma:

Genel bir tanımlamayla, kaynağını ve hedefini insanların oluşturduğu iletişimlere *kişilerarası iletişim* adı verilir. Karşılıklı etkileşimde bulunan kişiler, bilgi/symbol üretmek, bunları birbirlerine aktararak ve yorumlayarak iletişimi sürdürürler. Yapılan çok sayıda farklı tanımlamanın bulunduğu nokta, "kişilerarası iletişimin psikolojik nitelikli bir bilgi alışverişi olduğu"(2) yolundadır. Söz konusu tanımların önemli bir kısmında, kişilerarası iletişime katılanların "kendi adlarına" iletişim kurmaları şartı aranır. Yani kişilerin, birtakım rollere bürünerek ya da sosyal ve kültürel kalıplara girerek sürdürdükleri iletişimler, kişilerarası iletişimin dışında bırakılır(2). Buna göre, bir nüfus sayım memuru ile vatandaş arasında ya da bir arabayı durduran trafik polisi ile sürücü arasındaki iletişim kişisel ve psikolojik değildir, bu nedenle kişilerarası iletişim değil, bir sosyal iletişim söz konusudur. Biz bu yaklaşıma katılmıyoruz. Zira, nüfus sayım memurunun kapıyı çalış tarzından tutun da soruları sorma biçimi, sorular kendisi tarafından hazırlanmış olmasa da, bir başka deyişle, sözel ileti bireysel olarak kurgulanmış olmasa da, sözel olmayan iletiler kişisel ve psikolojik unsurları da içinde barındırdığından, iletişim yine kişilerarası iletişim olarak kalacaktır. Daha önce de değinmiş olduğumuz gibi, iletişim aracı salt sözel mesajlar olsa idi, eczacı-doktor-hasta üçgeninde hazırlayacağımız ve denenmiş bir diyalogla mükemmel iletişim kurma yolunda büyük bir adım atabilirdik.

Kişilerarası iletişim de kendi içinde *sözel* ve *sözel olmayan iletişim* olmak üzere, iki gruba ayrılır. Sözel iletişim, dil ve dil-ötesi olmak üzere iki, sözel olmayan iletişim ise, yüz ve beden, bedensel temas, mekan kullanımı ve araçlar olmak üzere dört alt grupta sınıflandırılır. Dille iletişimde kişilerin ne söyledikleri, dil-ötesi iletişimde ise nasıl söyledikleri önemlidir. Araştırmalar, insanların günlük yaşamda birbirlerinin ne söylediklerinden çok, nasıl söylediklerine dikkat ettiklerini göstermektedir. Yüksek sesle halimizi-hatırımızı soran birisi, daha sonra alçak sesle "akşama bize buyur" derse, bu sözden "gelmeni pek istemiyorum" anlamını çıkartırız. Bir davetin yürekten mi yoksa yarım ağızla mı yapıldığını anlamamızı sağlayan önemli ölçütlerden birisi, işte bu dil-ötesi öğelerdir.

Kişilerarası iletişim çatışmaları konusunda çok çeşitli sınıflamalar yapılmıştır. Ancak biz burada, *Graf Analiz* kapsamında yapılan sınıflamayı kullanmayı uygun bulduk(2):

1. *Aktif Çatışma*: İnsanların birbirlerine olan tavır ya da yargılarından dolayı, söylenen-den çok söyleyen kişinin sevilmezliğinin önplana çıktığı durumlarda açığa çıkan çatışma türüdür. Bu tür, "kötü adam ne söylerse kötüdür" tavrıyla özetlenebilir.

2. *Pasif Çatışma*: *Küsler diyalogu* olarak da adlandırılır. Pasif çatışmada insanlar, herhangi bir sebepten ötürü, birbirleriyle iletişim kurmazlar.

3. *Varoluş çatışması*: Bir insanın karşısındakinin sözlerini yanlış anlaması veya onun sözleriyle ilgisi olmayan bir mesaj vermesi durumuna varoluş çatışması adı verilir. Şu diyalogda olduğu gibi:

- İlacı tokken mi alacağım?
- Hayır, tokken alacaksın.
- Ha, ben de tokken alacağım sanmıştım.

4. *Tümden reddetme*: Eğer bir kişi kendisine yöneltilen iletiyi tümüyle reddeder, tamamen aksi görüşü savunur ya da aksi bir biçimde davranırsa, tümden reddetme çatışması sergilemiş olur.

5. *Önyargılı çatışma*: Önyargılı çatışmada kişiler, belli bir konuda tartışmaya başlamadan önce o konuda bir önyargı/peşin hükümü zaten vermişlerdir; tartışma sırasında ısrarla bu önyargılarını savunurlar; tartışma, onların başlangıçta vermiş olduğu kararı hiçbir şekilde etkilemez. Bir başka deyişle, önyargılı kişi hiçbir şekilde önyargısını test etmeye yanaşmazsa, önyargılı çatışma açığa çıkar.

6. *Yoğunluk çatışması*: İki kişinin görüşleri arasında kısmi bir uyum olması durumunda yoğunluk çatışması açığa çıkar.

7. *Kısmi algılama çatışması*: Eğer bir kişi, karşısındaki kaynaktan kendisine gönderilen mesajların ancak bir kısmını algılar, diğerlerini algılamazsa bir kısmi algılama çatışması açığa çıkar.



kar. Örneğin bir ilacı gebeyseniz içmeyin dediğiniz bir hasta, gebeyseniz koşulunu algılamayıp ilacı içmemeye başlarsa, bir kısmi algılama çatışması var demektir.

### V.3. Örgütiçi İletişim ve Çatışma

Örgüt, iş ve işlev bölümü yaparak, belirli bir hiyerarşi içinde ortak bir amacı gerçekleştirmek için biraraya gelmiş insanların faaliyetlerinin koordinasyonu olarak tanımlanabilir. Örgütiçi iletişimde insanlar önceden belirlenmiş rolleri gereği bir iletişimde bulunurlar. Örgütlerin niteliklerine bağlı olarak, örgüt içi çatışma türleri de değişkenlik göstermekle birlikte, en çok rastlanan çatışmalar, "rol çatışmaları" ve ast-üst ilişkilerinden doğan çatışmalar olmak üzere iki ana grupta toplanmaktadır.

### V.4. Kitle İletişimi ve Çatışma

Birtakım bilgi ve sembollerin belirli kaynaklar tarafından üretilmesi, geniş insan topluluklarına iletilmesi ve iletinin bu geniş insan topluluğu tarafından yorumlanması sürecine kitle iletişimi adı verilir. Kitle iletişiminde kaynak ve hedef arasındaki kanallara ise, *kitle iletişim araçları* denir. Basılı her türlü yayın kitle iletişim aracı sayılmaktadır.

Kitle iletişim araçlarıyla toplum arasında karşılıklı bir etkileşim vardır: Kitle iletişim araçları yaydıkları haberler, yorumlar ya da mesajlar aracılığıyla toplumu yönlendirme gücüne sahiptir. Toplumdaki insanlar da sahip oldukları ilgi alanları, sergiledikleri tercihler vs. aracılığıyla belirli bir dereceye kadar kitle iletişim araçlarını etkileyebilirler. Zira, böylesi bir durumda, gazeteler, televizyonlar gibi kitle iletişim araçları kendilerine daha fazla ilgi duyulmasını sağlamak üzere, toplumsal beğeniye yönelirler.

Kitle iletişim araçlarının işlevleri, diğer bir ifadeyle, topluma yönelik etkileri, üç genel başlık altında değerlendirilir(2):

1. Kamuoyuna bilgi/haber iletmek
2. Toplumdaki birtakım çatışmalarda taraf olmak
3. Toplumdaki çatışmalar karşısında uzlaştırıcı/yatıştırıcı yönde tavır almak.

Kitle iletişim araçlarının bu işlevleri, kuramsal olarak, kişilerin bilişsel gelişime katkıda bulunabileceği gibi, kamuoyunda bir takım yeni tutumların oluşması ya da mevcut tutumların değişmesi yönünde de katkı yapabilir.

### V.4. İLETİŞİMDE ETKİNLİK SORUNUNUN NEDENLERİ NELERDİR?

Kişilerarası iletişim çatışmalarının ya da iletişimin yeterli etkinlik sağlayamamasının nedenleri olarak genellikle aşağıdaki maddeler sayılmaktadır(2):

1. *Biliş (cognition)* : Gördüklerimiz, düşündüklerimiz, hatırladıklarımız, kendimiz ve çevremize ilişkin geliştirdiğimiz kalıp düşünceler iletişim sürecini etkiler.

2. *Algı (perception)* : Aynı duyuşal uyarıcının farklı kişilerce farklı şekillerde algılanması, kişilerarası iletişimde etkin bir rol oynar.

3. *Duygu* : O andaki duygu durumumuz, iletişimi kolaylaştıracak ya da zorlaştıracak etmenlerden bir tanesi olarak karşımıza çıkar.

4. *Bilinçdışı* : Psikanalitik yaklaşıma göre, insanların bilinçaltında birikmiş bazı duygu ve çatışmalar, onların görünürdeki duygu, tutum ve davranışlarını belirler.

5. *İhtiyaçlar* : Güdülerimiz davranışlarımızı yönlendirdiğine göre, insanlarla kuracağımız iletişimde belirleyici faktörlerden birisi de ihtiyaçlarımız olacaktır. İhtiyaçlarımız ayrıca, iletinin ne kadarını algılayacağımızı belirlemede de önemli bir rol oynar.

6. *İletişim Becerisi* : İletişim kurmadaki bilgi eksikliği iletişimde etkinlik sorununu açığa çıkaran faktörlerden biridir. Örneğin, konuşurken sürekli sözünüzü kesen biriyle iletişimi devam ettirmeyi kimse istemez.

7. *Kişisel faktörler* : Cinsiyet, fiziksel görünüm, tutumlar gibi öğeler kişilerarası iletişimin etkinliğini artıran ya da azaltan faktörler olarak karşımıza çıkabilir.

8. *Kültürel faktörler* : İnsanlar içinde yaşadıkları kültürün ve kültürün temel öğelerinden biri olan dilin niteliğinden kaynaklı olarak iletişim etkinliği sorunuyla karşı karşıya kalabilirler.

9. *Roller* : Kültürlerin bir parçası olan toplumsal roller, kişilerin nasıl davranacaklarını belirlemek üzere bir toplumsal kurallar manzumesi yaratırlar ve bu kurallara uymak genellikle doğrudan ya da dolaylı toplumsal baskı aracılığıyla sağlanır. Bir yaşlı ve bir genç, amir-memur vs. arasındaki iletişimde rollere göre davranma gereği, kimi zaman iletişimin etkinliğini azaltabilir.

10. *Sosyal ve fiziksel çevre* : Yapılan araştırmalar, aynı kişinin ya da belirli bir grubun farklı çevrelerde farklı davranışlar sergilediğini ortaya koymaktadır. Davranış değişikliğini etkileyen bir faktör olarak sosyo-fiziksel çevre, kişilerarası iletişimi de etkileyecektir.

11. *İletinin niteliği* : Kişiler, kendilerine gönderilen bir iletinin içeriğine karşı olduklarında kaynak ve hedef arasında bir iletişim çatışması doğabilir.

## V.5. İLETİŞİMDE ETKİNLİK SORUNU NASIL AŞILIR?

Buraya kadar aktarmaya çalıştıklarımızın ışığında şimdi de, iletişimde etkinliğimizi artırmak için ne gibi kuramsal bilgilerin bulunduğunu inceleyebiliriz:

Öncelikle, *etkinlik* dediğimiz zaman, bir iletişim sürecinde hedefe yönelttiğimiz iletimiz karşılığında bu iletişim edimimizin amacının gerçekleşmesini ifade etmek istediğimizi hemen belirtelim(1). Eczacı-hasta iletişiminde eczacı için ilacı hastaya verirkenki iletişim ediminin amacını kabaca, hastanın ilacı doğru ve düzenli kullanmasını, hastanın aldığı hizmetten memnun olmasını ve eczanemize sürekli gelmesini sağlamak şeklinde tanımlayabiliriz. İletişim sürecinin bitiminde bu hedefin gerçekleşmiş olması için iletişim kuramları bize şu yararlı bilgileri sunuyor:

1. İletişim sürecinde iletinin hedefin dikkatini çekecek biçimde dizayn edilmesi gerekir.
2. İletinin kodlanmasında kullanılan simgelerin, iletiyi gönderen kadar, iletiyi alacak, algılayacak, açımlayacak hedef tarafından da bilinen simgeler olması gerekir.
3. Hedefe yönelen iletinin etkili olabilmesi için ileti insanların bireysel gereksinimlerine seslenmeli, bu gereksinimlerin farkına varmalarına, gidermelerine yaramalı, bu yolda onları aydınlatmalıdır.
4. İletimizin eriştiği hedef-kitledeki insanların bütün grup ilişkilerinden soyutlanmış bir durumda bulunmayacağını bilmemiz gerekmektedir. Uygun zamanda, uygun bir dille kodlanıp aktarılan iletimizin ilgi çekmesi, öğrenilmesi, akılda tutulması ve belirli bir yönde tutum değişikliği yaratması için ayrıca, hedefin temel değerlerini, tutumlarını, grup standartlarını da bilmemiz gerekmektedir. Bu sorunun giderilmesi, yüzyüze iletişimde daha kolay, kitle iletişimde ise çok daha zordur.
5. İletimizin hedef-kitleye ulaşabilmesi için en uygun aracın ne olduğuna karar vermemiz gerekir. Hedefin araçlara yönelik sürdürdüğü ilgiler, alışkanlıkları hakkında geniş bilgi sahibi olmalıyız.
6. Sunacağımız iletideki yeni bilgilerin ilgi çekebilmesi, öğrenilmek istenmesi, özellikle bu konuda hiç ya da hiç denecek kadar az bilgisi olan hedef-kitleler söz konusu olduğunda, iletimizi onlara "bütünüyle yeni", "yabancı" birşey gibi göstermekten kaçınmamız gerekir. Einstein'ın görececilik kuramından hiç haberi bile olmayan insanlara bu kuramı anlatamazsınız. Bu konuda ona yardımcı olacak yaşam deneyimleri ya da dolaylı yoldan edindiği bilgileri olmadığı için, dünyaya, nesnelere, olgulara ilişkin alıştığı bilme biçimini bütünüyle tehdit eden bu kuramın ne olduğunu sezinlemeye başlar başlamaz, toptan reddetme yoluna gidecektir. Dünyayı alıştığı tarzda "bilmekte" ısrar edecektir. Çünkü onun bu bilme biçimi yanlış da olsa, alıştığı ortamda, alıştığı grup ilişkileri içinde yaşadığı gündelik hayatın akışını sürdürmesini yetmektedir.
7. Görececilik kuramı örneğinde olduğu gibi, iletimlenmesi zor konuları anlatabilecek bir iletişim sürecini kurmadan önce, hazırlayıcı iletişim süreci ile hedefin bilgi/algılama düzeyini yükseltmemiz gerekmektedir. Örneğin, "katılım payı kaynağından kesilsin" adı altında bir kampanyaya başlamadan önce, "kaynak" olan kişilerin tepkisini çekmemek için öncelikle katılım payı almamanın eczacılık mesleğinde yarattığı tahribat, katılım payı almanın yasal bir zo-

runluluk olduğu gibi hatırlatmalar yapacak bir hazırlık kampanyası yapılması gerekebilir. Ya da "yerli malı haftası"nın hemen arkasından ithal ilaçla ilgili sorunlara değinmek, normal zamanlarda olduğundan çok daha fazla ses getirebilir, söyledikleriniz ortam hazırlanmış olduğundan, çok daha fazla insan tarafından anlaşılır hale gelebilir.

8. İletişimde, hazırlayıcı iletişim süreçlerine rağmen kıramadığımız dirençlerin de olacağını unutmamalıyız. Bu direnci azaltmak için, temel nitelikteki değerlere, yanlış da olsalar dolaysız saldırmamak gerekir.

9. İletimiz, başlangıçta, hedef kitlenin değer, tutum, beklenti ve davranış kalıplarına keşin ters düşmemeli. Hedef-kitleyi başlangıçta o an nasılsa öyle yakalamalı, sonra onu yoğura yoğura alıp asıl iletimizi kabule hazır hale getirmeliyiz. Örneğin, bulunduğumuz bölgede aile planlaması konusunda gençlere yönelik bir eğitim çalışması yapmak istiyoruz. Ancak, bölge insanları cinsel davranışlar konusunda oldukça tutucu bir yapıya sahip. Bu durum, bizim okullarda ve karma gruplarda eğitim yapmamızı diyelim ki imkansız kılıyor. Böyle bir durumla karşılaştığımızda ne yapmamız gerekir? Örneğin eczanemize, insanların sormadığı konuları sormak zorunda kalmadan okuyarak öğrenecekleri afişler asabiliriz. Ya da gençlerin aile planlaması konusunda bize danışmasını özendirici önlemler düşünebiliriz; "YAŞLILAR KAÇ OLURSA OLSUN, AİLE PLANLAMASI BİR SORUNDUR. ECZACINIZA DANIŞIN!" gibi... Veya, aile planlaması eğitimi vermeye, bölgenin sözü geçen, toplumsal ilişkiler ağında etkin kişilerinden başlayarak, onları gençlere yönelik aile planlaması eğitimi vermenin zararlı değil, yararlı olacağına inandırabiliriz.

## V.6. SAĞLIK PERSONELİNİN EN SIK YAPTIĞI İLETİŞİM HATALARI HANGİLERİDİR?

Sağlık personelinin sıklıkla yaptığı iletişim hataları aşağıdaki şekilde sıralanabilir(4) :

1. Hastaları karşılamamak, kendini tanıtmamak ve amacını açık olarak anlatmamak
2. Hastayı neyin endişelendirdiğini anlamamak
3. Şüpheli bilgiyi gereğinden fazla kolay biçimde kabul etmek ve konunun detaylandırılmasını teşvik etmemek
4. Hastanın gerçekte ne söylediğini anlamaya çalışmadan anlamış gibi davranmak
5. Hastaları soru sormak konusunda cesaretlendirmemek
6. Hastaların sorularına saygılı olmamak
7. Hasta tarafından gönderilen sözlü ya da sözsüz iletişim mesajlarına dikkat etmemek
8. Kişisel bilgi almaktan kaçınmak
9. Hastanın durumuyla ilgili nasıl hissettiğini anlayamamak
10. Gereğinden fazla kapalı uçlu soru kullanmak
11. Konuşmanın kesilmesine izin vermek
12. Konuşmayı diğer seçenekleri göz önünde bulundurmadan sonlandırmak
13. Hasta hakkında doğru kişisel bilgiyi edinmemiş olmak
14. Hastanın bakış açısını anlamamak
15. Yetersiz güven telkin etmek

## V.7. DANIŞMANLIK HİZMETİNİN AMAÇLARI NELERDİR?

### İYİ BİR DANIŞMANLIK HİZMETİ HANGİ ÖĞELERİ İÇERMELİDİR?

1. Hastanın reçete hakkındaki bilgisini tanımlamak
2. Bilgi boşluklarını doldurmak
3. Hastanın anladığından emin olmak.

İyi bir danışmanlık hizmeti vermek için, eczanenize reçeteyle gelen hastalara şu soruları sormanız beklenir(4):

*Doktorunuz tedaviniz hakkında neler söyledi?*

- İlacın hangi sorun ya da semptomu gidermesi bekleniyor?
- İlacın etkisinin ne olması bekleniyor?

*Doktorunuz ilacın alınması konusunda neler söyledi?*

- Doktorunuz ilacı ne kadar süre kullanmanız gerektiğini söyledi?
- Doktorunuz ilacınızı ne kadar aralıkla almanızı söyledi?
- Ne kadar süredir bu ilacı kullanıyorsunuz?
- Doktorunuz doz atlayınca ne yapmanızı önerdi?
- "Günde 3 kez" sizin için ne anlam ifade ediyor?

*Doktorunuz ilaçtan ne beklemeniz gerektiğini söyledi?*

- Hangi olumlu etkileri bekliyorsunuz?
- Doktorunuz, hangi olumsuz etkilere karşı dikkatli olmanızı söyledi?
- Bu ilacı kullanırken ne gibi önlemler alınmalıdır?
- İlacın etki etmediğini nasıl bileceksiniz?
- İlaç etki etmiyorsa ne yapacaksınız?

*Son Doğrulama*

- Hiçbir şeyi atlamadığımızdan emin olmak için, bu ilacı nasıl kullanacağınızı tekrar anlatır mısınız?

## V.8. HASTA DANIŞMANLIĞINDA TEMEL BECERİLER HANGİLERİDİR?

*1. Nazik olmak/ iletişim kurmak*

- Hastalara uygun bir şekilde hitap edin
- Kendinizi tanıttın
- Uygun vücut dilini kullanın
- Hastanın ismini öğrenin
- Sizin ve eczanenizin görünüşü önemlidir
- Hastanın mahremiyetine özen gösterin

*2. Dinleyin:*

- Özetleyin
- Sessizliği kullanın
- Empatik cevaplar verin
- Uygun vücut dilini kullanın
- Göz teması, mimikleri kullanın
- Bedenin duruşu/ postür/ yakınlık
- Ses tonunuza dikkat edin
- Duyguları tanımlayın ve kabul edin
- Prematüre davranış, yargılayıcı davranış veya dikkat merkezini dağıtmak gibi davranışlardan kaçının

*3. İhtiyaçlara yanıt verin*

- Özel sorulara cevap verin
- Hastaların endişelerine cevap verin
- Uygun olan durumlarda ikna edin

*4. Anlaşılır konuşun*

- Özel dil kullanmaktan kaçının

*5. Açık uçlu sorular sorun**6. Özetleyin*

- Hastanın ne bildiğini ölçün
- Anladığından emin olun

*7. Hastaları soru sormak konusunda cesaretlendirin**8. Empati geliştirin*

- Hastanın nasıl hissettiğini anlamaya çalışın

**V.9. DANIŞMANLIKTA “PAR TEKNİĞİ” UYGULAMASI NEDİR?**

Zaman zaman zor insanlarla karşılaşmışsınız. Bu zor insanlar, etkili bir konsültasyondan önce iletişim için çözülmesi gereken engel teşkil ederler. Örneğin, bir hasta, reçetenin hazırlanması için gereken süre ile ilgili olarak sinirli olabilir, sağlığı ile ilgili endişeli olabilir, ofiste kötü bir gün geçirmiş olabilir, çocuğu hasta olabilir, doktor muayenehanesinde uzun bir süre beklemiş olabilir, vs. Bu zor insanlardan birisiyle karşılaşıldığı zaman, bir eczacı, gerilimi azaltacak şekilde cevap verebilir ve etkili bir iletişim sağlayabilir. Sık sık, defansif cevap

verir ve kendimize "Başka ne yapabilirdim?" gibi sorular sorar veya "Ona, hakkında ne düşündüğümü söylemekten başka çarem yoktu" şeklinde düşünebiliriz. Bu tarz düşünme, iletişim kurmamıza engel teşkil eder(4).

Bu sebepten dolayı, hastalarıyla, iletişim kanallarını açık tutmak isteyen eczacılar, konsültasyon sırasında ortaya çıkan zor durumlarda reaksiyon vermektten daha çok nasıl davranmaları gerektiğini öğrenmelidirler. PAR tekniği, zor durumlarda iletişimi sağlayabilen bir araçtır.

PAR= Prepare/Assess/Respond (Hazırlan/Değerlendir/Tepki ver)(4):

**Hazırlanma:** Hazırlıksız yakalanma tehlikesini en aza indirmek, problemlerin çıkabileceğine hazırlıklı olmaya çalışmak. En kötü durum, bir hasta tarafından gafil avlanmaktır.

*Hazırlanma için:*

Çevreyi inceleyin

Reçete ve hasta profilini kullanın

Hastayı tanıyın

**Değerlendirme:** Bir konsültasyon sırasında bir problem ortaya çıktığı takdirde, eczacı, bu problemi doğru bir şekilde değerlendirmelidir. Kişi aniden parlarsa ve nedenini bilmiyorsa, bu durumda iletişim kurmak oldukça zordur.

*Değerlendirme için:*

Muhtemel çevresel ve kişisel (eczacı) engelleri kontrol edin

Muhtemel duygusal ve fonksiyonel engelleri belirleyin

Potansiyel engeller olabilecek ipuçlarına dikkat edin.

**Tepki verme:** Konsültasyon sırasında ortaya çıkan problemi doğru olarak belirleyip değerlendirdikten sonra, durumun değerlendirilmesine göre hastaya uygun bir şekilde cevap vermek gereklidir.

*Tepki verme için:*

Empatik cevaplar kullanın

Hastaları konuşmaya cesaretlendirin

Uygun durumlarda hatanızı kabul edin

Gerekli olan yerlerde sınır koyun

Gözünüzü hedeften ayırmayın- etkili konsültasyon

Fonksiyonel engellerin üstesinden gelebilmek için spesifik davranışlar uygulayın.