

INTERPERSONAL COMMUNICATION AND SOCIAL EXCHANGE THEORY

Emel Poyraz^{1,a}

Marmara University, İstanbul, Turkey

**Corresponding Author:*
E-mail: emel.poyraz@marmara.edu.tr

(Received 8th February 2020; accepted 14th May 2020)

a:  <https://orcid.org/0000-0002-1420-7673>

ABSTRACT. The subject of interpersonal communication within the field of study of science branches such as sociology, psychology, social psychology and communication in the field of social sciences, the technology that is developed and which has become very complex correspond to a very special field in today's communication world. Being a social entity, people are both affected by the environment they are living in and affecting them with their feedback. From the discipline of communication, interpersonal communication encompasses all of human communications and addresses the social and physical environment in all processes interacting, developing and changing relationships, and the consequences of these relationships. The interpersonal communication process is also affected by the current social, political, cultural, economic and historical situation. Therefore, examining interpersonal communication taking these situations into consideration brings the theoretical ground offered by the system approach with it. Because the system approach is defined as a mechanism, the collection of ideas emotion and principles that operate according to a whole or some certain rules created by the parts that interacting with each other. Social shopping theory is based on the recognition of the situations and conditions that the parties are in each other in interpersonal communication and thereby realizing what they need. Social shopping theory operates in a sense according to the principle of reciprocity and exchange. The expression of the system, which can be used for both concrete and abstract assets, refers to a whole piece that operates in an accordance with certain rules, consists of parts and these parts are bonded within harmony and communication with each other. In this study, humans mentioned as social beings have a communication contains the holistic content and going from the idea of this is being the part of the system; interpersonal communication also has a holistic perspective that is addressed in system theory. Inspired by the emphasis of social exchange theory on interdisciplinary interaction from a holistic perspective; It is an experiment to contribute to the interpersonal communication field by making use of all alternative methods and practices without making new, ancient distinctions. Actually this theory is closely associated to interpersonal communication applications. Interpersonal Communication contributes into process that persons start to know each other, providing needs of persons are in a relation and the desire of responding other persons needs.

Keywords: *Interpersonal Communication, Social Exchange Theory, Communication, Interaction, Interrelation, Social Exchange*

KİŞİLERARASI İLETİŞİM ve SOSYAL ALIŞVERİŞ KURAMI

ÖZET. Sosyal bilimler alanında sosyoloji, psikoloji, sosyal psikoloji ve iletişim gibi bilim dallarının inceleme alanı içerisinde yer alan kişilerarası iletişim konusu, geliştirilen teknoloji ve iyice karmaşık bir hal alan günümüz iletişim dünyasında oldukça özel bir alana tekabül etmektedir. Sosyal bir varlık olan insan, içinde yaşadığı çevreden hem etkilenmekte hem de geri bildirimleriyle etkilenmektedir. İletişim disiplini perspektifinden kişilerarası iletişim, insan iletişimlerinin tümünü kapsamakta ve etkileşimde bulunan tüm süreçlerdeki başta sosyal, kültürel, psikolojik, fiziksel çevresi olmak üzere gelişen ve değişen ilişkilerini çeşitli yönleriyle ele almaktadır. Kişilerarası iletişim süreci de; içinde bulunan sosyal, siyasal, kültürel, ekonomik, tarihsel olmak üzere birçok bağlam ve durumlardan etkilenmektedir. Dolayısıyla kişilerarası iletişimi, bu durumları ve etkenleri dikkate alarak incelemek sosyal alışveriş kuramının sunduğu teorik zeminle ele almayı da beraberinde getirmektedir. Çünkü sosyal alışveriş yaklaşımı, karşılıklı etkileşim içerisinde

bulunan bireylerin meydana getirdiği belirli kurallara göre işleyen düşünce, duygu ve prensipler topluluğu, bir sosyal mekanizma olarak ilişkiyi, iletişimi ve etkileşimi tanımlar. Sosyal alışveriş teorisi, kişilerarası iletişimde tarafların birbirlerinin içinde bulunduğu durum ve koşulları tanıması ve buna bağlı olarak ihtiyacının ne olduğunu fark etmesine dayanır. Sosyal alışveriş teorisi, bir anlamda karşılıklılık ve takas ilkesine göre işlemektedir. Kişilerarası iletişim sürecinde taraflar, birbirlerini tanımalarına, düşünsel ve duygusal durumlarına bağlı olarak, karşı tarafın davranışlarını anlamakta, tahmin etmekte ve bu etkileşimle bir karşılık vermektedir. Bu da toplumsal bir sistem içerisinde meydana gelmektedir. Ayrıca sosyal alışveriş kuramının, disiplinler arası etkileşime yaptığı vurgudan esinlenerek; yeni, kadim ayrımı yapmadan, tüm alternatif yöntem ve uygulamalardan da yararlanarak kişilerarası iletişim alanına katkı sağlamaya yönelik bir deneme mahiyetindedir. Aslında bu teori kişilerarası iletişim uygulamaları ile doğrudan ilgilidir. Kişilerarası ilişkilerde kişilerin birbirlerini tanıma süreci, kişilerin ilişki yoluyla birtakım ihtiyaçlarının karşılanması ve başka kişilerin ihtiyaçlarına cevap verme isteği duymalarına yönelik katkılar sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Kişilerarası İletişim, Sosyal Alışveriş Kuramı, Etkileşim, Karşılıklı İlişki, Sosyal Mücadele*

GİRİŞ

Tarihsel süreçte kişilerarası iletişim; sosyal bilimlerin pek çok alanında başta sosyoloji, psikoloji, sosyal psikoloji, felsefe ve iletişim olmak üzere kavramsal ve kuramsal olarak ele alınıp incelenmekle birlikte başlı başına bir disiplin haline gelmesi oldukça yenidir. İnsanoğlunun 19. ve 20.yüzyıllarda karşı karşıya kaldığı trajik, travmatik ve tüm ezberleri bozan başta her iki dünya savaşı, ekonomik krizler, sosyal ve siyasal olaylar olmak üzere, birçok toplumsal olgu ve süreçlerin yaşandığı bir döneme tekabül ettiğini biliyoruz. Bu tarihsel, sosyal, siyasal, kültürel, ekonomik ve psikolojik zemin üzerinde hareket eden olaylar, olgu ve süreçler eklettik bir biçimde değişim, dönüşüm ve gelişimleri de beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda sebep ve sonuçları itibarıyla birçok olayın, durum ve koşulların birbirini adeta domino etkisiyle tetiklemesi bugünkü sosyal bilimlerin pek çok alanının birer bilim dalı haline gelmesini sağlamış, yine başta sosyoloji, psikoloji ve iletişim olmak üzere pek çok alanda çeşitli bilimsel araştırmaların yapılmasını gerekli kılmıştır. Sosyolojik ve tarihsel ihtiyaçtan doğan bu bilimsel çalışmalar, saha araştırmaları, deneyler ve diğer bilimsel çalışmaların önü açılarak sosyal bilimlerin dünyasının da hareketlenmesine sebebiyet vermiştir. Böylece bu toplumsal, kültürel, sosyolojik ve psikolojik durum, ortaya çıkan bu olgu, olay ve süreçlere karşı mecburi bir ilgi ve merak uyandırmıştır. Birçok sosyal bilimin konumuz açısından özellikle psikoloji olmak üzere felsefeden bağımsız birer disiplin haline gelmelerine sahne olduğunu görmekteyiz.

Bu çerçevede iletişim ve etkileşim çağını yaşadığımız günümüz modern toplum yapılarında psikoloji bağlamında hem iletişim hem de kişilerarası iletişim disiplinine olan bilimsel merak ve araştırmalar hızlanarak devam etmektedir.

Son gelişmelerle birlikte zamanın ruhuna da uygun olarak bilim ve teknolojinin büyük bir ivme kazanıp insanoğlunun hayatında önemli bir yer kaplamasıyla birlikte yaşanan olağanüstü durumlar, genelde iletişim, sosyoloji ve psikoloji disiplinlerinin özelde de kişilerarası iletişimin ne kadar önemli birer çalışma alanları olduğu gerçeğini ortaya çıkarmış durumdadır.

AMAÇ VE YÖNTEM

Bireylerin günlük hayatlarını devam ettirebilmeleri ve gereksinimlerini karşılayabilmeleri için iletişim kurmaları kaçınılmazdır. Sosyal bir varlık olan insan çevresiyle iletişim kurma ihtiyacı duymakta, çeşitli etkileşim sistemleri ve ilişki ağları içerisine girmektedir. Hem somut hem soyut varlıklar için kullanılabilen sistem ifadesi bütün yaklaşımlarda, belirli

kurallara göre işleyen, parçalardan oluşan ve bu parçaların da birbirleriyle tutarlılık içinde ve iletişimde olduğu bir bütünü ifade eder. Derleme ve nitel bir araştırma şeklinde hazırlanan çalışmada bu çalışmada, sosyal bir varlık olan insanın iletişim ve etkileşiminin aslında bir bütünlük içerdiği ve bunun bir sosyal sistemin parçası olduğu düşüncesinden yola çıkılarak; kişilerarası iletişimde bütüncül bir bakış açısına sahip olan sosyal alışveriş kuramı birçok ulusal ve uluslararası bilimsel araştırma incelenmiş, farklı disiplinlerin paradigmatları ve parametreleri ekseninde yapılan çalışmalar ele alınarak titizlikle değerlendirilmiştir. Bu da kişilerarası iletişim ve ilişki sistematığının hayatımızda çok merkezi bir yerde konumlanması bağlamında çok özel bir yeri işgal ettiğinin adeta bir göstergesi gibidir. Neticede çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış, konu ile alakalı literatür taraması yapılarak veriler toplanmış ve bu verileri derleyerek karşılaştırmalı bir çalışma ortaya konulmuştur. Başta psikoloji, sosyoloji, siyaset bilimi ve iletişim alanında konuyla alakalı yapılan bilimsel çalışmalar literatür taramasıyla incelenmiş ve betimleyici yöntemle; kişilerarası iletişim ve sosyal alışveriş kuramının ne olduğu açıklanmaya çalışılmıştır.

TEORİK BOYUT

Sosyal bir varlık olan insan içinde yaşadığı toplumdan, fiziksel, kültürel ve sosyal çevresinden hem etkilenmekte hem de etkilemektedir. Her ne kadar kişilerarası iletişimi de ilgilendiren ilk bilimsel araştırmalar ve deneyler sosyal çevreden soyutlanmış bir biçimde yapılmışsa da zaman içerisinde bu eksiklik fark edilmiş ve bu durum yeni çalışmalar, kuram ve yaklaşımlarla giderilmeye çalışılmıştır. Kişilerarası iletişim aslında iletişimin de temeli olduğu için birçok bilim dalı tarafından inceleme ve araştırma konusu olmuştur (Lazar, 2001).

Kişilerarası iletişimle ilgili yapılan ilk çalışmaların kavramsal ve kuramsal temelde öncelikle inceleme ve araştırma konusu olduğu sosyoloji disiplini perspektifinden; sosyal kurallar, normlar, roller, sosyal uyum, itaat, otorite, sosyalleşme bağlamında ele alındığı görülmektedir.

Diğer taraftan kişilerarası iletişimin teorik zeminine büyük katkılar sunan psikoloji alanı ise; kişilerarası iletişimde bulunan kişilerin psikolojik özellikleri, kişilik yapıları, sağlık ve esenlik durumları, davranışsal, yapısal, bilişsel ve duygusal durumları üzerinde odaklanan inceleme ve araştırmaların da yer aldığı çalışmalar dikkat çekmektedir (Gürüz & Eğinli, 2011).

Her ne kadar kişilerarası iletişim, Batı kültüründe 2400 yıl önce incelenmeye başlamışsa da bir bilim dalı haline gelmesi de bir o kadar yenidir. Antik Yunan'da Aristoteles'in Retorik ve Şiirleri (*Rhetorik and Poetics*) adlı eseri hümanistik bir bakış açısıyla bu alandaki çalışmalara ışık tutmaktadır. Nitekim davranışçı yaklaşımın dayandığı temel görüşler de Epiktetos'a kadar uzanmaktadır. Antik Yunan'dan sonraki dönemlerde Roma Konuşma Sanatı Teorisi (*Roman Rhetorical Theory*) ile İngiltere'de ve iki yüzyıldan fazla bir zamandır Amerika'da sosyoloji, sosyal psikoloji ve iletişim disiplini içerisinde kişilerarası iletişim alanı da yer bularak gelişmeye devam etmektedir (Gürüz & Eğinli, 2011).

Bilindiği gibi insanların bireysel, toplumsal ve grup ilişkileri belli nedenlere ve ihtiyaçlara dayanır ve bunlar insanların amaçlarını, motivasyonunu, duygu ve düşüncelerini etkileyerek davranışlarını yönlendirir. Bireylerin olayları ve ilişkileri yorumlama biçimleri, düşünce sistemleri ve onlara yükledikleri anlamlar duygusal durumlarını ve davranışlarını da belirler. Dolayısıyla insan düşüncesinin onun duygu ve davranışları üzerindeki etkisinin fark edilmesi çok daha eskilere ve kadim kültürlere dayanmasına rağmen yine kuramsal ve kavramsal açıdan davranışçılık ekolu, 18. yüzyılın sonlarına doğru insan davranışlarını ve arkasındaki motivasyonu ele almaya başlamıştır. Diğer taraftan iletişimin öneminin

anlaşılması ve iletişimin aslında bir anlama, yorumlama ve algılama yönetimi olduğu da önem taşımaktadır. Ortak paydalar ve diyalog oluşturmak için iletişim kuran insanlar, bu sürecin içinde duygu, düşünce ve bilgilerini paylaşırlar (Poyraz, İkna Edici İletişim ve Siyasal İkna Sürecinde Sözsüz İletişimin Yeri ve Önemi Üzerine Kuramsal Bir Çalışma, 2018).

Dikkatlerden kaçmaması gereken önemli bir hususta; Batı düşünce geleneğinde insanı hayvan üzerinden okuma geleneğinin olmasıdır. Nitekim Sokrates'in "*İnsan, sorgulayan bir hayvandır*" sözüyle başlayıp Aristo'nun "*insan sosyal bir hayvandır*" "*insan siyasal bir hayvandır*" sözleri, Platon'un "*İnsan, toplumsal bir hayvandır*", Thales'in: "*İnsan, araştıran bir hayvandır*" ile devam eden John Locke'un "*insan düşünen bir hayvandır*" sözleri ilk akla gelenlerindedir. Yani Batılı filozoflar insanın ne olduğunu açıklarken ve insanın tarifini yaparken, hayvani tarafına vurgu yapmışlar, farklı yönleriyle siyasal, sosyal, sorgulayan, düşünen, araştıran...vb de olsa insanı hayvanlıkla özdeşleştirmişlerdir. Hatta bu filozofların, din adamları ve düşünürlerin insanın hayvani tarafıyla bu kadar ilgilenmeleri ve yorumlamalarını acaba sadece insanın o tarafını mı görebilmişler diye soruları aklımıza getirip sorgulamamıza kapı aralamaktadır. Her ne kadar batılı düşünürler insanı, hayvani tarafından analiz etmeye çalışmışlarsa da, *insanın sosyal bir varlık olduğu*, başka insanlarla iletişim ve etkileşim içinde var olabileceğini vurgulamışlardır. İnsanların hayatlarını sürdürebilmek için toplum içinde yaşamak zorunda olduğu gerçeğinin altını ısrarla çizmiş ve insanı toplumsal bir varlık olarak tasavvur etmişlerdir. Dolayısıyla insanoğlunun toplu halde yaşama ve ihtiyaçlarını toplu halde birlikte giderme zorunluluğu da sosyal ilişkileri kaçınılmaz kılmaktadır. Bir ilişkiler ve etkileşim sistemi olan insan toplumlarının, hayatta kalabilmeleri için belli kural ve kaidelere uyulması zorunluluğunu da beraberinde getirmektedir. İşte insanlardan hayatlarını da söz konusu toplumsal kurallara uygun sürdürmelerini sağlayan inanç, tutum, değer ve davranışları öğrenip içselleştirmeleri, bu kural ve kaidelere uymaları beklenmektedir (Strauss, 2014).

Kişilerarası ilişkiler sosyal, kültürel ve fiziki çevreden etkilenmekte, birey iletişim ve etkileşimle etraftan ve diğerlerinden etkilendiği gibi çevresindeki diğer insanları da etkilemektedir. Hatta bu ikili ilişkiler kişilerin diğer ilişkilerini ve etkileşimlerini de beraberinde etkilemektedir. Böylece kişilerarası iletişim kişisel, fiziksel, kültürel, toplumsal, algı ve semantik faktörlerden oldukça fazla etkilendiği için birçok disiplinin çalışma alanı içine girebilmektedir (Hartley, 2014).

Sosyal psikolojik süreçlerin pek çoğunu ikili ilişki temelinde incelemek mümkündür. Çünkü insan davranışlarının büyük çoğunluğu, genelde kişilerarası, özelde de ikili ilişkiler yoluyla inşa edilip şekillenmekte, sürdürülmekte ve değişebilmektedir. Bu ilişkiler de sosyal psikolojinin inceleme konularından önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Sosyal psikolojik kuramlar aslında bu ilişkileri ve dinamikleri açıklamaktadır. İnsanın var olduğu her alanda karşılıklı ilişki, etkileşim ve iletişim kaçınılmazdır. Bu faaliyetler insanların içinde bulunduğu toplumu oluşturan yapıtaşları olmakla birlikte aynı zamanda toplumsal olaylarla birlikte gerçekleşmektedir. İnsan etkinliklerinin sonucu olarak iletişim içinde bulunduğu toplumu ve kendini devamlı olarak kurmakta, hatta bozup yeniden kurmakta, yenilmekte, dönüştürmekte ve böylece canlı tutmaktadır. Toplum içinde bir birey olarak var olan insan da doğal olarak içinde bulunduğu sosyal, kültürel ve ekonomik koşulların etkisi altında yaşamını sürdürmektedir. Psiko-sosyal bir varlık olan insan, karşılıklı olarak devamlı bir alıp verme, kurup yapma, bozup düzeltme, yapıp bozma vb. gibi çok çeşitli alışveriş faaliyeti içindedir. Egoizm-alturizm ekseninde sosyalleşen birey, önce en temel ihtiyaçlarını karşılamak üzere başlattığı alış-veriş faaliyeti daha sonra insanın sosyal bir varlık olarak toplumu oluşturma becerisi ile birlikte sürüp gitmektedir. Bireyin en temel ihtiyaçlarını karşılamak üzere başlattığı alış-veriş faaliyeti daha sonra insanın sosyal bir varlık olarak

toplumu oluşturma becerisi ile birlikte birbirleri ile olan iletişimi de biçimlendirmeye ve ona yön vermeye başlamıştır. Günümüzde bireyin tek başına yaşayamayacağı , kendini ancak bir grup içinde var edebileceği gerçeği grup içindeki diğer bireylerle yaptığı ekonomik, sosyal, kültürel paylaşımları da beraberinde getirmektedir. Bu paylaşımlar ve alışverişler zamanla kabul görme, sempati gibi toplumsal etkileşim unsurlarını oluşturmaktadır. Bireylerin etkileşim içinde olduğu yerde aynı zamanda fiziksel ve fiziksel olmayan bir alışveriş söz konusu olup paylaşılan ve karşılığını bekleyen bireyler de birlikte toplumu oluşturmaktadır (Poyraz, 2016).

Kişilerarası iletişim teorilerinin içinde yer alan sosyal alışveriş teorisinin kuramcıları sosyal etkileşimin ekonomik alışverişe benzer özellikler gösterdiğini ve insanın içinde bulunduğu sosyal hayatta da bu kuralın geçerli olduğunu öne sürmektedir. Tarihsel gelişim ve sosyalleşme sürecinde insanoğlunun en eski çağlardan itibaren avcı-toplayıcı ve kabile dönemlerinden beri mal değiş tokuşu ve takas ile başlayan, kabilenin kadınlarının değiş tokuşuyla akrabalık bağları kurulan, daha sonra ticaretin gelişmesi ile birlikte maddi ve ekonomik alışverişlerle süregelen bir süreçle karşılaşmaktayız. Bu tarihsel arka planda insanoğlu, daha da sosyalleşerek kişilerarası ilişkileri ve iletişiminde farklı boyutlarda gelişimini beraberinde getirmiştir. Sosyal alışveriş bu çalışmada toplum birey ekseninde etrafında bireyin sosyalleşmesi üzerinde değerlendirilmiş, ekonomik ve ticari ilişkilerdeki alışveriş olgusunun iletişimin genel yapısı içinde kişilerarası iletişimi de benzer şekilde nasıl etkilediği açıklanmaya çalışılmıştır. Böylece toplum, birey, sosyalleşme, sosyal mübadele, sosyal alışveriş kavramlarının tanımı yapılmıştır.

Bu bağlamda kişilerarası iletişim sözlü, sözsüz ve yazılı olmak üzere kabaca üçe ayrılır. Sözlü iletişim, toplumsal ortaklık sağlayan simgelerin, anlamlı bir bütün oluşturacak biçimde dizilmesiyle sağlanan iletişimdir. Sözsüz iletişim ise, insanlar arasında konuşma dışındaki araçlarla gerçekleşen iletişim türüdür (Ekman, 2016).Örneğin jestler, yüz ifadeleri, giyiniş, duruş ve ses tonu ile anlatım veya anlam çıkarmadır. Yazılı iletişim ise bilgi, duygu ve düşüncelerin yazılı semboller aracılığıyla aktarımına dayanmaktadır. Aslında iletişim hem var olan hem de var edilecek olanı konu edinmesinden dolayı diğer tüm disiplinlerden ayrılmakta ve özel bir alana tekabül etmektedir. Bu noktada medyatik mekanizmalar ile süreç tasarlanmaktadır. Sesli ve sessiz dilin en önemli parçasını oluşturduğu göstergesel sistem, insan tarafından tasarlanmış medyatik mekanizmalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Böylece, birer iletişim aracı olan medyatik mekanizmalar, yani sesli ve sessiz dil ile, medyatik aygıtlar, iletişim olgusunun kendisinden daha fazla, iletişim biliminin inceleme parametresi haline gelmiştir

Birey- Toplum İlişkisi

Bireyin içinde yaşadığı toplumun normlarını, değerlerini, kendisinden beklenen rolleri, tutumları ve davranış yapılarını, toplumsal etkileşim için gerekli becerileri, benlik, kişilik ve kimlik duygusunu kazanma, içinde yaşadığı kültürü içselleştirme sürecine sosyalleşme olarak (Kağıtçıbaşı & Cemalcılar, 2017) tanımlamaktayız. Toplumu ise kabaca; “ *belirli bir coğrafi bölge üzerinde temel ihtiyaçlarını karşılamak için örgütlenmiş aralarındaki etkileşim ve iletişimi düzenleyen kuralları ve kurumsal ilişkileri olan görece büyük insan topluluğudur*” (Özer, 2019) şeklinde tanımlayabiliriz. Birey-toplum ilişkisinin fikri ve felsefi zeminlerini Platon’a kadar giden uzun bir tarihsel arka planda inceleyebiliriz. İnsan-toplum ilişkilerini inceleyen Platon’a göre, devlet bireylerin sosyal bir varlık olup ihtiyaçlarını tek başına karşılayamamasından bir ihtiyaç olarak doğmuştur. Toplumlar devlet, halk, koruyucular, askerler ve memurlardan oluşur. Toplumun adil olması ancak herkesin üzerine düşeni yapmasına ve adalete yardımcı olmasına bağlıdır diyerek toplum

halinde yaşamanın, kurallara ve normlara uymanın sosyal düzen için gerekli olduğu üzerinde durmuştur (Tutar, 2016).

Bu büyük insan toplulukları tarihsel gelişim süreci içerisinde belirli bir üretim-tüketim, davranış ve kültür biçimlerini temel alarak toplumsal bağlantılarını ve yapılarını şekillendirmişlerdir. Toplumu oluşturan başlıca temel yapıtaşları ise, sosyal ve kültürel formlar, yaşam tarzları, ekonomi ve politikadır. Bu bağlamda sosyal ve kültürel yapı toplumun değerlerini, gelenek ve görenekler ahlakı ve inanç sistemlerini, politik yapı sosyal yönetimi ve devleti oluştururken, ekonomik yapı da üretim ilişkileri, yatırım ve finansal kaynakları, oluşturmaktadır. Politik yapının elindeki güç, ekonomik yapının elindeki para ve sosyo-kültürel yapının elindeki değerler devamlı olarak birbirleri ile ilişki, etkileşim ve alışveriş içindedirler (Poyraz, 2019).

Hegel, Wundt ve Durkheim sosyal gerçeğe önem veren, toplumdaki bireylerin zihinlerinin ortak kolektif bir zihinde birleştiğini ve bu kolektif zihnin insan davranışlarını kısıtladığını ve denetlediğini ileri sürmüşlerdir. Birey üzerindeki bu baskıya Wundt “dil”, Durkheim “din” konusu üzerinden örnekler vererek açıklamışlardır. Wilhelm Wundt tarafından geliştirilen Völkerpsikoloji ve Le Bon’un Kitle Psikolojisi belirli bir sosyal gruba ait olan bireysel değil kolektif bir biçimde düşünme eğiliminde olduklarını ileri sürer. Bir toplumda genel olarak insanlar aynı görüş ve inançları taşır ve aynı değerleri paylaşırlar. Völkerpsikoloji insan davranışlarının içinde bulunan zaman ve sosyal bağlamın ürünü olarak ortaya çıktığı varsayımı üzerinde durur (Tutar, 2016).

Diğer taraftan G.H.Mead’in vurguladığı “kendilik” kavramı gibi toplumun da kendine özgü bir yapısı olduğu, durağan bir sistem olmadığı, kendini oluşturan bireylerin birbirleri ile olan etkileşiminin sonucunda oluşan dinamik ve canlı bir süreç olarak tanımlamıştır. Bu sürecin içinde, bireyler birbirleriyle ve toplumla etkileşime geçen aktörler olup bu etkileşim sonucunda da sosyal eylem meydana gelmektedir. Bireylerin toplumsallaşma süreci içinde ailelerinden, eğitim kurumlarından formel ve informal yapı ve sosyal sistemlerden aldıkları ve biriktirdikleri sosyal ve fiziki sermayelerine göre, toplumsal alanda aldıkları pozisyonları, konum ve rolleri ile şekillenmektedir. Birey sahip olduğu sosyal roller ve kimlikleri ile, içinde bulunduğu toplumsal yapı ve sistemlerle sürdürdüğü ilişki ve etkileşimlerinin sonucunda sosyalleşmekte ve o sistemlere eklenmektedir.

Bu bağlamda, fonksiyonel faktörler olarak kişinin ihtiyaçları, beklentileri, içinde bulunduğu ruh hali, geçmiş yaşantısı ve hafızasıdır. Bir olayın veya nesnenin kişinin zihnindeki değeri, beklentisi veya ihtiyacı ne kadar büyükse o kadar fonksiyonel yapıya dahil olacaktır. İşte böylece, bireyin duyguları, düşünceleri, tutum ve beklentileri, deneyimleri, içinde bulunduğu psikoloji veya anlık hissi durumu ve sosyal çevresinin etkilediği bilişsel yönelimleri onun algılamasını doğrudan veya dolaylı etkilemektedir. Algılamının ve anlamlandırılmaların büyük bir çoğunluğu algısal beklentilerin etkisi altındadır (Poyraz, 2019). Yaşantıya ve deneyimlere bağlı olarak hem nesnel, hem sosyal çevreyle bağlantılı çeşitli beklentiler, geliştirilmekte ve bu beklentiler de daha sonraki algılamaları sürekli etkilemektedir.

Bu şartlar altındaki ilişkilerin sonucunda, sosyal konumları belirlenmekte ve sosyal hayatın bir aktörü veya bir öznesi olmaya devam etmektedir. Böylece sürekli devam eden ve sürekli kendini yenileyen sosyal eylemler neticesinde oluşan toplumsal döngü içinde bireylerin elindeki en önemli sermaye sosyal sermaye olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda bireylerin etkileşim ve iletişim içinde olduğu her alanda bir toplumsal yapıdan söz edilebilir. Bireylerin sahip oldukları sosyal sermayeleri ve amaç birliği toplumda bir araya gelmelerini sağlamakta ve ilişkilerini sürdürmelerinde adeta bir katalizör görevi görmektedir. Bireylerin bir araya gelerek oluşturdukları sosyal yapı ve sistemlerde daha fazla özümsemiş ve kabul görmüş bir ilişkiler yumağı oluşmaktadır (Cohen, 1985). Ortaya

çıkan bu sosyal/toplumsal ilişkiler, iletişim ve etkileşim sonucu meydana gelen sosyal eylemler de toplumun ve sistemlerin oluşumunu sağlayarak toplumun devamına ve sürdürülebilirliğine katkı sunmaktadır. Bu bağlamda toplumsal yapı ve sistemlerin değişime ve dönüşüme açık, sürekli olarak bir evrimleşme süreci içinde olduğu bile söylenebilir. Doğal olarak bu değişimler de beraberinde sosyal yapılarda birbirini etkileyen ve tetikleyen, birbirini değişime ve uyuma zorlayan reaksiyonlar zincirini meydana getirecektir. Bu reaksiyonlar sonucunda da insan ilişkileri şekillenmekte ve bu ilişkilerde toplumsal olguları ve biçimleri oluşturmaktadır (Özer, 2019).

Sosyal Alışveriş Teorisi/Kuramı

Sosyal alışveriş teorisi; iktisat, siyaset bilimi ve uluslararası ilişkiler gibi disiplinlerin kullandıkları karşılıklılık ilkesini, iletişime uyarlamış ve kişilerarası iletişimi de karşılıklar ilkesine göre işletmiş bir kuram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kurama göre, birey karşısındaki kişinin davranışlarını anlayıp yorumlamakta, koşul ve şartlara göre karşılık vermektedir. Bu bağlamda sosyal alışveriş teorisi de ihtiyaçların karşılıklı karşılanması sürecinin kişilerarası iletişim boyutu üzerinden ele alınarak incelenmesi üzerine kurulmuştur. Sosyal alışveriş teorisi, 1952 yılında J.W. Thiboult ve H.H Kelley'in "*The Social Psychology of Groups*" adlı eseri ile ortaya çıkmıştır. Bu teori kişilerarası iletişimin kurulup geliştirilmesini, iktisat biliminin mantığıyla sosyal alışveriş üzerinden açıklamaktadır. İlk defa George Homans tarafından ele alınan bu kuramda *takas* kavramı üzerinde durulmuş, *takasın* kişilerarası iletişim sürecini başlattığının altı kalın çizgilerle çizilmiştir. Homans'a göre; sosyal alışveriş teorisi karşılıklı fayda ve takas prensibinde çalışmaktadır. Yani; kişilerin karşılıklı çıkarları bu alışveriş sürecinde bir fayda elde edecekleri zaman, ilişkiye ve etkileşime dönüşüp devam ettireceklerini, bireylerin yaptıkları bu işin *sosyal ve ekonomik bir aktivite* olduğuna vurgu yapar. Eğer karşılıklı bir fayda yok ise, takas eyleminin gerçekleşmeyeceğini ve kişiler bu alışveriş sürecinde bir yarar elde edemiyorlarsa iktisat bilimini mantığıyla takastan vazgeçeceklerini düşünür. Thiboult ve Kelley'de sosyal alışveriş teorisini, yine Homans'ın takas ilkesi ile aynı çerçevede ele almaktadırlar. Teoride, temel olarak kişilerarasında bir iş ilişkisinde olduğu gibi sonucunda bir kaynağa sahip olmanın amaçlandığı ifade edilmektedir. Yani insanların bir ilişkiden çeşitli çıkarlar ya da kaynaklar elde etmeyeceklerse, o ilişki için zaman ve çaba harcamaktan kaçınacakları iddia edilmektedir. Kişilerin tüm ilişkilerinde somut değerlere(zaman, terfi, ücret vb.) ve soyut değerlere(tanınma,güvenlik, minnettarlık vb.) yönelik beklentileri bulunmaktadır. Buna bağlı olarak da, belirli bir davranışı ödüllendirilen kişi bu davranışını gerçekleştirmeye devam edecektir, buna *ödülün değeri ilkesi* adı verilmektedir (Gürüz & Eğinli, 2011).

Bir dizi önermeden oluşan Homans'ın sosyal alışveriş kuramı, ortaya attığı bu önermelerden dolayı kişilerarası iletişim kuramları içinde sayılmaktadır. Şöyle ki; *sosyal alışveriş kuramına* göre kişilerarası iletişim en az *iki kişi arasındaki ilişkiden* ve aralarındaki *etkileşimlerden* doğmakta olduğu ve *takas* gibi farklı bir disipline ait kavramı kişilerarası iletişime entegre edip kavramsallaştırdığı için önem arz etmektedir. Homans'ın önermeleri özellikle bireylerle ilgilendiği, psikologlar tarafından geliştirildiği ve ampirik olarak test edildikleri için psikolojik ilkelere dayanır ve psikolojiktir. Bundan dolayı literatürde psikolojik belirlenimci/determinist olarak adlandırılan Homans, temel psikolojik ilkeleri kabul ederken insanın toplumsal bir varlık olduğu gerçeğini de asla inkar etmemiştir. Yani insanlar zamanlarının büyük bir kısmını birlikte iletişim ve etkileşim içinde buldukları insanlarla toplumsal/sosyal alışverişin olduğu bir yapının içinde geçirmektedirler.

Homans'a göre toplumsal davranış en az iki kişi arasındaki somut ya da soyut az veya çok ödüllendirici veya maliyetli bir *etkinlik alışverişidir*. Homans, sosyal alışveriş kuramında

temel toplumsal davranışı ödüller ve maliyetler açısından açıklamaya çalışmıştır. Sistem kuramcısı olarak bilinen Talcott Parsons'un yapısal işlevselciliğinden etkilendiğini söylemek de gerekmektedir. Bir sosyal bilimci olarak Homans ve takipçileri bilimsel sosyolojinin bu tür kategorilere ihtiyaç duyduğunu ancak sosyolojinin aynı zamanda kategoriler arasındaki ilişkiler hakkında bir dizi önerme, paradigma ve yaklaşımlara da ihtiyacı olduğunu düşünmektedirler. Başka disiplinleri de ilgilendiren bu tür önermeler olmadan bazı sosyal/toplumsal olayları açıklamanın imkansız olduğunu kabul ederler. Homans, psikolojik düzeyde birey davranışlarına odaklanarak kişilerarası iletişim disiplinini de ilgilendiren bu önermeleri geliştirmiş, *takas ve sosyal alışveriş* kavramlarını kuramının temeline oturtmuştur.

Sosyal ilişkileri duygular üzerinden yorumlayan Homans, insanların görünen davranışlarına yönelmekle birlikte içsel psikolojik dinamiklerinin ve duygularının da davranışlarının arkasındaki itici motivasyon olduğuna ısrarla vurgu yapmaktadır. Kişilerarası etkileşimin teorik çerçevesini çizdiği çalışmasında özellikle bireyler arasındaki ilişkiler sonucu oluşan etkileşimin duyguların daha fazla paylaşılmasına neden olduğunu ve paylaşımın artmasıyla da türdeşliğin meydana gelerek sosyal ilişkilerin etkileşim tarafından şekillendiğini belirtmiştir (İnci, 2019).

Bireylerin karşılıklı ilişki içerisinde oldukları süreç içinde çıkar ve fayda üzerine anlaştıkları bunlar gerçekleşmezse zaman ve para harcamak istemeyecekleri belirtilmektedir. Bireyler beklentilerine göre davranışları ödüllendirildiği sürece o davranışı sürdürmeye devam etmektedir. Eğer davranışı ödüllendirilmezse birey olumsuz tavırlar sergileyecek ve bu davranışı yapmaktan vazgeçecektir. Kişinin gerçekleştirdiği davranış istenen bir ödülle değerlendirilmediğinde ya da kişinin hiç istemediği bir ceza ile karşılaştığında, davranışın maliyeti fazla olduğu için kişi saldırgan davranışlar sergileyecektir. Çoğu zaman da kişi bir davranışından dolayı bir ödül beklemiyorsa ve bu durumda davranışı ödüllendirilmiş ise bu durumda elde ettiği sonuç çok fazla değerli olur ve buna "adaletin dağıtım ilkesi" adı verilir (Adler & Rodman, 1982).

Sosyal alışveriş kuramını, ağırlıklı olarak üzerinde şekillenen ve arzu edilen durum insanların toplum içinde diğer insanlarla sürekli kendini yenileyen ilişkiler içinde oldukları ve bu sosyal ilişkiler sonucunda da maddi veya manevi ödüllendirilecekleri inancıdır. Sosyal ortam içinde ilişkilerini devam ettiren birey, ilişki ve iletişimin bu soyut ya da somut, maddi ya da manevi ödüllendirici özelliğinde haz duymaktadır. Sosyal çevresinden, ailesinden veya yakın ilişkilerinden ya da iş ortamından kişilerle kurduğu ilişkiler neticesinde kazandığı manevi tatmin ve mutluluk da bireyde bir ödül olarak algılanmaktadır. Böylece sosyal yaşam içindeki iletişimleriyle ile insan ilişkileri biçimlenmekte, kişilerarası duygu ve düşüncelerin alışverişine karşılıklı o ortam sağlamaktadır (Adler & Rodman, 1982). İşte bu ortam sayesinde insanlar sosyal ilişkilerinde ödüllendirilmektedir.

Alışveriş kuramı kendi içerisinde de bazı farklılıkları barındırmakla birlikte temelde bireysel davranışları, ekonomi ve sosyoloji ikilisi ile birlikte açıklamaya çalışan George Homans'ın önermeleri üzerinde şekillenmektedir. Her ne kadar, Peter Blau gibi kuramcılar onu psikolojik indergemecilikle eleştirmekteyse de büyük ölçüde iddialarını kabul eder (Druckman, 1998). Blau mikro ölçekli çalışmalardan büyük ölçekli karmaşık yapıların açıklanamayacağını bu kuramın temelinde yatan varsayımın bireyler arasında kurulan sosyal ilişkilerin ödül beklentisi gerçeği nedeni ile kurulduğunu, bu ilişkinin normatif ihtiyaçtan değil ödül ihtiyacı beklentisi üzerine inşa edildiğinden dolayı eleştirmektedir. Birey kuracağı ilişkide ödüllendirileceğine inanıyor ise bu ödülü almak için etkileşime ve iletişime girecektir. Burada bireyin beklediği ödüllere kavuşabilmesi için etkileşimde bulunduğu diğer bireyler üzerinde iyi bir izlenim bırakması gerekmektedir. Bireyler birbirlerine iyilik yaparken başlangıçta bir geri dönüş beklemezler ama bu ilişkiden bir fayda sağlanmışsa o

zaman bu iyiliğe karşılık verme ihtiyacı adeta bir borç ya da karşılıklılık ilkesini doğurmaktadır (Druckman, 1998). Burada Blau bireylerin ilişkiye, iletişim ve etkileşime girme sebeplerini onların maddi ve manevi ödüllere ulaşabilme istek ve arzuları olarak açıklamaktadır. Homans ve Blau'ya göre karşılıklı yükümlülüklerin yerine getirilmesi ve karşılıklı fayda elde edilmesiyle birlikte güven mekanizması oluşarak sosyal alışverişin en önemli çıktısı ve ürünü olan sosyal bağı kuvvetlendirecektir. Böylece bu sosyal alışverişin sonucunda dostluk, arkadaşlık, karşılıklı güven, değer üretme gibi toplumu bir arada tutan unsurlar da toplumsal bütünleşmeye ve işbirliğine ivme kazandıracaktır. Sosyal alışveriş kuramı ekonomik mübadeleden çok daha geniş bir anlam alanına tekabül etmekte, sosyal ilişkilerde bireyler arasındaki alışverişi anlatmaktadır. İşte bu sosyal kaynak alışverişi toplumda bireyler arasındaki ilişkileri daha da güçlendirdiğine inanan kuramın öncüleri George Homans ve Peter Blau, farklı açılardan konuyu ele alsalar da sonuçta aynı yere ulaşmaktadırlar. Şöyle ki; Homans sosyal alışveriş/mübadele teorisini mikro olarak birey düzeyinde ele alırken; Blau ise makro olarak toplum düzeyinde incelemiştir. Kuram, temelde bireyler arasındaki ilişkileri adeta bir tür kaynak mübadelesi/alışverişi ya da takası ele almaktadır. Böylece bireylerin toplum içinde sosyal alışveriş/mübadele ya da takas odaklı bir iletişim kurarak hayatlarını sürdürdüklerini düşünmektedirler. Bu alışverişte bireyler; değer verme, onaylanma, takdir edilme, saygı duyma, onur, dikkate alınma gibi ihtiyaçlarını da karşılamakta ve toplum içindeki davranışlarını da buna uygun bir şekilde sürdürmektedirler. Bu davranışlar bireyler tarafından adeta birer ödül olarak anlam kazanmaktadır. Eğer aksi bir durumla karşılaşılırsa, bu davranışların oluşmaması durumunda ise ilişkilerin maliyeti artacaktır. Burada kişilerin hesapladıkları fayda ve maliyet arasındaki seviye, ilişkinin de yoğunluğu ve süresini etkileyecektir (Devito, 1995). Sosyal alışveriş ekonomik davranışlarla sosyal etkileşimin sonucu oluşan davranışların benzerlikler gösterdiğini, mal ve hizmet değiş tokuşunda olduğu gibi fayda üzerinde ödüllerin koşulsuz belirlendiğini anlatmaktadır. Aynı zamanda ekonomideki azalan marjinal fayda kuralı sosyal alışveriş içinde geçerlidir. Mesela, arkadaşından uzmanlık gerektiren bir konuda tavsiye alan bir kişi için bu tavsiye başlangıçta çok değerlidir. Tavsiye alındıktan sonra işini çözen kişi için bundan sonra alacağı tavsiyeler değersiz kalmakta, birbirleri ile olan ilişki bir süre sonra değerini kaybetmeye yüz tutacaktır. Ekonomik alışveriş ile sosyal alışveriş ayıran temel nokta ekonomik işlemlerde tarafların karşılıklı uymak zorunda oldukları kurallar olması iken sosyal alışveriş de ise bu kuralların içinde bulunulan sosyal ve psikolojik bağlama göre, zamanının ve kurallarının belirli olmaması, sınırların net ve kesin olmamasıdır. Örneğin, mal veya hizmetin belirlenen bir fiyatı vardır, anlaşmaya varıldıktan sonra ise el değiştirme işlemi yapılmaktadır. Sosyal alışveriş de ise taraflardan biri karşılık beklemeden bir fayda sağlayabilir veya karşılık belirsiz bir zamanda tecelli edebilir. İşte bu karşılığın belirsiz olması, kesin, keskin ve net olmaması yani ne olacağını bilinmemesi sosyal anlamın ve sosyal paylaşımın kendisi olabilir. Aksi durumda ise bu durum ekonomik bir işlem olacaktır (Albayrak & Kırova, 2019). Burada karşılık beklemeden kişi lütufta bulunabilmekte ve pazarlık etmemektedir. Kişi sağladığı faydanın karşılığının ne olacağını ve zamanını belirlese bu lütuf olmaktan çıkıp pazarlık konusu olmakta fayda alan kişi pazarlığı kabul ettiği takdirde de sosyal bir paylaşım girmeyi kabul etmemiş olmaktadır.

Homans ve Toplumsal Alışveriş Süreci

Skinner'ın insan davranışlarını anlamak ve açıklamak için kullandığı hayvan deneylerinden çıkan sonuçlara göre yapılandırdığı kuramsal yaklaşımından yola çıkarak, Homans farklı bir bakış açısıyla insan davranışlarını açıklamaya çalışmıştır. Homans insan davranışlarının arkasında yatan temel psikolojik yasalara yönelerek bu durumu ele almış ve hayvanlarda gözlemlenen ödüller ile doğru yönelimin, cezalar ile de aksine bir davranış

oluşturduğu gerçeğinden hareketle, insanların da buna benzer davranışlar gösterebileceğini varsaymıştır. Homans *toplumsal alışveriş sürecini* birbirleri ile bağlantılı beş önerme ile belirlemiş ve bu önermelerle toplumsal davranışı açıklamıştır. Bu önermeler ise; başarı, uyaran, değer, yoksunluk-doyumluluk ve saldırganlık-onaylama önermeleridir (Albayrak & Kırova, 2019): 1.)Başarı önermesi, en fazla ve sıklıkla ödüllendirilen eylemlerin seçilerek tekrarlanma sayılarının aynı oranda olacağı bunun sonucunda haz ve memnuniyetin sürekli oluşacağını anlatmaktadır. 2.)Uyaran önermesi, geçmişteki bir davranışta belli bir uyaran ya da uyaranlar bu davranışın ödüllendirilmesine neden olmuşsa ve bu uyarıcı yeni bir davranıştaki uyarıcı ile benzeşiyorsa, benzer bir davranışın yapılma olasılığı o kadar fazladır. 3.)Değer önermesi, davranışın sonucu ne kadar değerli ve faydalı ise o davranışın tekrarlanma olasılığı fazla olacaktır. 4.)Yoksunluk-doyumluluk önermesi ise, iktisattaki azalan marjinal fayda ilkesinde olduğu gibi ödül ne kadar çok sıklıkla elde edilirse bir süre sonra o ödülü elde etme isteği azalacaktır.5.)Saldırganlık-onaylama önermesi, bir kişi davranışları sonucunda beklemediği ödül ya da beklemediği ceza ile karşılaşır ve bu durumda saldırgan davranma eğilimine girerse bu şekilde davranmasının sonuçları onun için daha değerli olacaktır.

Homans toplumsal alışverişin ilk üç önermesinde bireylerin rasyonel ya da akılcı davrandıklarını, birey için en mantıklı gelen davranışın kendisine en fazla ödül getiren davranış olduğunu anlatmaktadır. Yoksunluk-doyumluluk önermesinde artık karşılıklı bir alışverişin yaşanmadığı, benzer ödüllerin sıradan hale gelmesi ile birlikte ödülün değerinin birey için anlam ifade etmediği anlatılmaktadır.

Saldırganlık-onaylama önermesinde ise beklentileri karşılanmayan bireyin ödül elde etmek için normlara ve adetlere hatta ahlaka karşı eylemlerde bulunabileceğini ve bunun sonucunda da bir ödül elde edebildiklerini açıklamaktadır. Saldırganlık-onaylama önermesinin üzerinde durduğu bir diğer konu da toplumsal onaylamanın toplum içindeki rolü ve işlevidir. Toplumsal onaylama, sayılarla ifade dilemeyen, ölçülemeyen ödünç verilemeyen bir olgu olup aynı zaman da toplumda bireyler tarafından arzu edilen ve mal yerine ikame edilebilen bir işleve sahiptir. Homans, toplumsal uyumun gerçekleşmesinde bireylerin birbirlerini onaylamasının önemli olduğunu onaylanmak ve saygı görmek isteyen bireylerin topluluktaki diğer üyelerin isteklerine uygun bir şekilde hareket edeceklerini savunmaktadır (İnci, 2019).

Aslında buradaki her bir önerme insan davranışının sadece bir bölümünü açıklayan evrensel ilkelerdir. Homans toplumsal alışverişi ile ilgili düşüncelerini açıklarken Emerson, Cook, Lawler ve diğerlerinin deneysel araştırmalarından etkilenmiştir. Bu araştırmalar toplum içinde sıklıkla alışveriş davranışı gösteren bireylerin karşılıklı duygu paylaşımlarının da arttığını göstermiştir. Olumlu duygu paylaşımı artan bireyler daha fazla alışveriş ilişkisine girmek isteyeceklerdir. Bu durum birbirlerine hediyeler verme ve yeni bir ortak paylaşım katıda bulunma imkanı sağlamakta ve bireylerin kendi aralarında kurdukları bu ilişkisel bağ üzerinden olumlu duygusal iletişim yaşamalarına neden olmaktadır (Poyraz, 2019) .

“Thibaut ve Kelley, karşılaştırma düzeyini çalışarak yakın ilişkilerde seçenekler için karşılaştırma düzeyinin önemine ya da bir kişinin şimdiki ilişkisi dışında başka biriyle yeni bir ilişki seçeneklerine ilişkin değerlendirmelerine işaret etmektedir. Thibaut ve Kelley, ayrıca bir ilişki süresince karşılaştırma düzeylerindeki artış ve düşüşlerin önemini de vurgulamaktadır. Karşılaştırma düzeylerini ve seçenekleri ilişkisel deyimlerle kavrayabilmek için aşağıdaki örneklere bakınız.

Karşılaştırma düzeyi	Arkadaşımdan bazı davranışları beklerim ve buna hakkım vardır.
Karşılaştırma düzeyi artış	Arkadaşımın zamanla daha iyi biri olursa, ondan daha da iyi biri olmasını beklerim.
Karşılaştırma düzeyinde düşüş	Arkadaşımın verdikleri azaldıkça, ondan daha da azını bekler duruma gelirim
Seçenekler için karşılaştırma düzeyi	Başka biri daha iyi bir arkadaş olabilir mi?

Pek çok araştırma ve kuramlaştırma çalışması, toplumsal değişim kuramına ayırtkanlık kazandırmıştır. Kelley (1979), yakın ilişkilerin, partnerlerin bireyler olarak ödül ve bedelleri kadar ortak ödül ve bedelleri açısından da değerlendirilmesi ve çıktılarının matematiksel olarak hesaplanması gerektiğini öne sürmüştür. Foa ve Foa (ör., Foa, Converse, Törnblom ve Foa, 1993), ilişki partnerlerinin mal, aşk, bilgi, para, hizmet ve konum gibi bir dizi kaynağı aralarında değiştiklerine işaret ederek değişime ilişkin *kaynak kuramını* geliştirmişlerdir. Rusbult'un yatırım modeli ve *karşılıklı bağımlılık kuramı* (ör., Rusbult ve ark., 1999), üzerindeki çalışmaları değişim temelli kuramlara diğer bir örnektir.”(Hendrick, 2016)

Toplumsal İletişim ve Sosyal Alışveriş

“G.C. Homans toplumsal etkileşimin teorik temellerini anlattığı “The Human Group” adlı çalışmasında etkileşim, duygu ve aktivite arasında karşılıklılığın ve pozitif bir ilişkinin varlığından bahsetmiş, bireylerin daha fazla etkileşim içerisine girdikçe duygularını daha fazla paylaştıklarını ve daha fazla kolektif hareket içerisinde yer alacaklarını belirtmiştir. Bu çalışmada Homans etkileşimin paylaşılan duygulara bağlı olduğunu, paylaşılan duygular arttıkça türdeşliğin (homophily) ortaya çıktığını ve sosyal ilişkilerin etkileşim tarafından şekillendiğini belirtmiştir” [14]: Toplum içinde faal olan gruplar, kendilerine özel yapıları, işleyişleri ve işlevleri itibari ile bireylerin birbirleriyle devamlı iletişim kurdukları ve etkileşim içinde toplumu oluşturan insan toplulukları olarak karşımıza çıkmaktadır. Duverger’e göre bir yana bireyleri, diğer yana da onların toplamı olan toplumu koyarak toplumsal varlığı incelemek sosyal araştırmanın yönünü saptırmaktadır. Zira toplum, bireylerin toplamı değil, bir etkileşim sistemidir (Duvarger, 1982).

Toplum içinde günlük hayatta iletişim farklı anlamlara bürünmektedir. “İletişimin var olabilmesi için uylaşma ve uzlaşma sonucun tezahür etmesi ve bu tezahürün taraflar arasında bir ortaklaşma -anlaşma tesis etmesi gerekmektedir...uylaşma ve uzlaşmanın tesis edildiği toplumsal ilişkilerin tümüne iletişim diyebiliriz. Uylaşma ve uzlaşma henüz tesis edilmemiş ise bu aşamadaki ilişkiler etkileşim düzeyinde kalmıştır” (Anık, 2014).

Bu sosyal yapılar bireylerin yorumlama becerileri ve sosyal davranışları ile inşa edilmektedir. Aynı zamanda inşa edilen bu yapılar bireylerin eylemlerini de diyalektik olarak şekillendirmektedir. Sosyal yapılar farklı etkileşim sitemlerini de bünyelerinde barındırmaktadır. Bu sosyal sistemler içinde insanlar kendi davranışlarını ve ilişkide olduğu diğer insanların davranışlarını da kontrol etmekte, yönetmekte veya yönlendirebilmektedirler.

Alışveriş toplumsal hayatta birlikteliğin temelini oluşturmakta ve toplumsal bütünlüğü arttırmaktadır.

İletişimin toplumsal mahiyetini anlayabilmek için toplumu oluşturan unsurlar ve bu unsurlar arasındaki ilişkilere odaklanmak gerekmektedir. Toplum içinde yaşamını sürdüren birey hayatta kalabilmek için öncelikle maddi ihtiyaçlarını karşılamak için üretime öncelik vermiştir. Maddi ihtiyaçların üretimi, tüketimi ve mübadelesini gerçekleştirebilmek için ise insanlar bu aktivitelerine ahlaki, toplumsal, duygusal ve insani boyutlar katarak birbirleri ile dayanışma ve paylaşım içinde olmuşlardır. Böylece insanoğlu hayatta kalabilmek, varlığını ve yaşamlarını sürdürebilmek için sosyalleşmiştir. Bu toplumsal yaşamlarına insana ait özellikler ve boyutlar katarak daha da zengin yaşam sahaları ve aktiviteleri geliştirmişlerdir. İletişimin toplumsal mahiyetini oluşturan unsurlar kültürlenme ile birlikte, birkaç insanın birlikte yaşamaya başladığı ve kendileri için bazı totemler, tabular belirledikleri, mitolojik metinler ürettikleri andan itibaren belirli kültürel formlar ve kodifikasyonlar yaratmışlardır (Albayrak & Kırova, 2019). Daha sonra bu üretilenlerin medyatik mekanizma olarak devreye sokulup, topluluk etkileşim ve iletişimin sistematize edildiğini ve değiş tokuşunun yapıldığını görmekteyiz. İşte bu topluluk için tasarlanan temayüllerin, topluluğun bütünleştirilmesi, sevk ve idaresi için birer işlemci olarak kullanıldığına tarihsel süreç içinde geliştirilerek günümüze kadar getirildiğine şahitlik etmekteyiz. İşte bu süreç içinde toplumsal yaşamda üretilen, tüketilen ve mübadele edilen tüm unsurlara uyarlanan davranışların ve etkileşimlerin kişilerarası ilişkilere dönüştüğü özel bir alana dönüştürülüp sürdürüldüğünü görmüş oluyoruz. Toplumsal alan içinde yaşayan insanın ticari faaliyetleri ve ekonomik ilişkileri Antik Yunan agoralarında ve Roma dönemindeki forumlarda olduğu gibi günümüz modern kentlerinde de sosyal, kültürel, ekonomik ve politik pek çok öge ile sentezlenip insanoğlunun önüne getirildiğini görmekteyiz. Her bir toplumsal unsurun muhakkak bir iletişim değeri olduğu bulunmaktadır. Simmel ve Parsons bu konuda bize oldukça kullanışlı bir kuramsal zemin bırakmışlardır. Diğer yandan, etkileşim ve iletişimin sosyal alışveriş veya sosyal mübadele yoluyla bireylere oldukça geniş bir hareket sahası sundukları da şüphesizdir. Kültürel, sosyal ve kişilik sistemleriyle, davranışsal durumlardan oluşan bir etkileşim sistemi olan toplum, bireysel aktivitelerin tümüyle toplumsal ve bireysel yaptırımlarla belirlenmektedir.

SONUÇ ve GENEL DEĞERLENDİRME

Sosyal alışveriş kuramı ya da sosyal mübadele; en temel anlatımıyla ekonomik alışveriş ile benzerlikler göstermekte, ilişkilerde de hem vermeyi hem de almayı vurgulamaktadır. Ekonomik alışverişte bireyler arasındaki mal ve hizmet değiş tokuş sonucunda bireyler fayda ve değer elde etmektedirler. Ödül, bedel, kazanç ve karşılaştırma düzeyleri gibi literatüre kazandırdı kavramları vardır. Hem arkadaşlıklara hem de romantik ilişkilere uygulanabilir. Ödül, bir kişi için doyurucu bir pekiştirme iken, *bedel* ise cezadır fakat aynı zamanda yetiilememiş ya da kaçırılmış ödüller anlamına gelebilir. Çıktı, bir ödülün bedel çıkarıldıktan sonra geriye kalan ya da belirli bir etkileşimden veya durumdan geriye kalandır. Son olarak karşılaştırma düzeyi bir kişinin, ülküsel ya da olası çıktılar olarak kestirdikleri temelinde belirli bir etkileşim ya da durumdan belediklerine verilen addır. Sosyal davranış üzerine odaklanan ilk sistematik kuramı geliştiren Homans sosyal davranışı en az iki kişi arasında gerçekleşen ödüllendirici ve değer yaratan sosyal/toplumsal bir faaliyet olarak tanımlamıştır. Homans'dan önce de bazı antropologlar basit toplumlardaki mal ve hizmet değiş tokuşunun önemini açıklayan analizler yapmışlardır. Toplumsal yaşamın olduğu her yerde sosyal alışveriş de mutlaka vardır. Aristo "Nicomachean Ethics" adlı eserinde sosyal alışverişin aynı zamanda bir ekonomik alışveriş de olduğu gibi önceden belli koşullara dayanmadığı sadece bir hediye, hizmet gibi karşıdaki kişiye sunulduğunu anlatmaktadır. Bunun sonucunda da hediye veren tarafta da hediyesine eşit veya daha büyük bir beklenti

oluşturmaktadır. Sosyal alışverişte bu oldukça basit sürece benzer şekilde gerçekleşmektedir. Sosyal alışveriş kuramı ekonomi, antropoloji ve psikoloji ile yakından ilgili olup bireyin toplum içinde sürdürdüğü sosyal ilişkileri karşılıklı fayda üzerinde şekillendirmektedir. Her yeni sosyal ilişkide bireyin somut veya soyut bir ödül beklentisi içinde olduğunu savunmaktadır. Bireyin toplum içinde sosyal etkileşimleri beraberinde alışveriş/mücadele/takas şekillerini de değiştirmektedir. Bu alışveriş karşılıklı ödül ve ceza üzerinde oluşmakta birey ödüllendirici ilişkileri devam ettirip ödül getirmeyen ilişkileri ise sürdürmeme davranışı göstermektedir. Birey ödül, haz ve tatmin duygusu elde etme nedeni ile toplum içinde ilişkilerini devam ettirmekte ve sürekli yenilemektedir. Ayrıca sosyal alışveriş sonucunda elde edilen ödülün diğeri üzerinde üstünlük kurma aracı olma durumu da oluşmaktadır. Ödül aynı zamanda ödül alan bireyi minnet altında bırakıp borçluluk hissi de yaratabilmekte diğeri bireyde üstünlük statüsünü ortaya çıkarabilmektedir. Bu durumda ödül alan bu ödülün aynı değerinde karşılığını verebilirse diğeri bireyin üstünlük statüsünü de ortadan kaldırmaktadır. Bu durumda sosyal alışveriş sonucu üretilen ödül bir güç olarak ortaya çıkabilmekte ve toplum içinde sınıflar arası farklılıkları da yaratabilmektedir. Bireylerin sosyal alışveriş sürecinde sorumluluklarını eksiksiz yerine getirmeleri toplum içinde güven mekanizmasının doğru çalışmasını sağlamakta bunun sonucunda da sosyal bağlar daha kuvvetli hale gelmektedir. Bu sosyal alışverişin toplum içinde ilişkileri birleştirici olduğu iddia edilmekte ve yeni ilişkiler yaratabilme kapasitesini de göstermektedir. Birey toplum içindeki konumu, sosyal statüsü, toplumsal rolleri ilişki içinde olduğu formal veya informal gruplar özelinde bir aktör olarak, ekonomik, sosyal, kültürel ilişkilerinde doğrudan ya da dolaylı olarak farklı alışveriş türleri ve şekilleri ile toplumsal yaşam içerisinde var olmaktadır. Böylece toplum her zaman topyekün bütün içinde birbirlerini sınırlandıran, alışveriş içinde olan, bazen birbirleriyle mücadele eden, dengeleşen, bileşen ve kendi aralarında belirli bir hiyerarşi oluşturan bir gruplaşmalar mikrokozmosu durumundadır. Böylece toplumsal yapı bitmeyen bir süreç olarak kesiksiz bir yapılaşma ve yeniden yapılaşma hareketi içindedir. Dolayısıyla sürekli yıkılan ve sürekli yeniden kurulan kararsız bir denge hali olarak topluma bu canlılığı veren toplumun unsurları ve bireyleri arasındaki etkileşimdir. Sosyal alışveriş kuramı da bu dinamikliğin, bireyler arasındaki mücadele takas yoluyla gerçekleştiğini savunmaktadır.

KAYNAKLAR

- Adler, R. B., & Rodman, G. (1982). *Understanding Human Communication*. Oxford University Press, 138-141.
- Albayrak, A., & Kırova, S. (2019). Sosyal Mücadele Teorisi Kapsamında Sosyal Taşıma Kapasitesi. *Anadolu Üniversitesi Yayınları*, 87-98.
- Anık, C. (2014). *İletişim Sosyolojisi Kuramsal Temeller*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Cohen, A. P. (1985). *Topluluğun Simgesel Kuruluşu*. (M. Küçük, Çev.) Ankara: Dost Kitabevi.
- Devito, J. A. (1995). *The Interpersonal Communication Book*. New York: Harper Colins Collage Publishers .
- Druckman, D. (1998). Social Exchange: Premises and Prospects. *International Negotiation*(3), 254-258.
- Duvarger, M. (1982). *Siyaset Sosyolojisi*. (Ş. Tekeli, Çev.) Ankara: Varlık Yayınları.
- Ekman, P. (2016). *Yalan Söylediğimi Nasıl Anladın?* (6 b.). (E. İ. Akter, Çev.) İstanbul: Okuyan US Yayınları.
- Gürüz, D., & Eğinli, A. T. (2011). *Kişilerarası İletişim-Bilgiler-Etkiler-Engeller*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Hartley, P. (2014). *Kişilerarası İletişim* (2 b.). (Ü. Doğanay, & v.d., Çev.) Ankara: İmge Kitabevi.

- Hendrick, S.S(2016). *Yakın İlişkiler Psikolojisi*(7 b.).(A.Dönmez, &A.B. Sunal, Çev.) Ankara:Nobel Akademik Yayıncılık
- İnci, M. (2019). Toplumsal Mübadele Kuramından Sosyal Sermaya Kavramsallaştırmasına: Rasyonel Seçim Kuramı. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 11(2).
- Kağıtçıbaşı, Ç., & Cemalcılar, Z. (2017). *Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar Sosyal Psikolojiye Giriş* (20 b.). İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Lazar, J. (2001). *İletişim Bilimi*. (C. Anık, Çev.) Ankara: Vadi Yayınları.
- Özer, N. P. (2019). *Bilgi Sosyolojisi ve İletişim*. İstanbul: Çizgi Kitabevi .
- Poyraz, E. (2016). Sistem Kuramı Bağlamında Sosyal Medyanın İletişim Sürecine Etkisi. *Sosyal Medya Araştırmaları III* (s. 61-91). içinde İSTANBUL: Çizgi Kitabevi.
- Poyraz, E. (2018). İkna Edici İletişim ve Siyasal İkna Sürecinde Sözsüz İletişimin Yeri ve Önemi Üzerine Kuramsal Bir Çalışma. S. Ulağlı (Dü.) içinde, *Kişilerarası İletişim Güncel Yaklaşımlar ve Kuramsal Temeller* (s. 29-65). İstanbul: Motto.
- Poyraz, E. (2019). Kitle İletişiminde Algı Organizasyonu. S. Ulağlı (Dü.) içinde, *Toplumsal İletişim Dili Olarak Kimlikler* (s. 4-29). İstanbul: Motto Yayınları.
- Strauss, C. L. (2014). *Modern Dünyanın Sorunları Karşısında Antropoloji* (2. Baskı b.). (A. Terzi, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Tutar, H. (2016). *Sosyal Psikoloji Kavramlar ve Kuramlar* (3 b.). Ankara: Seçkin Yayınları.