

Öğretim Üyelerinin Dış Görünümlerinin Öğrenciler Tarafından Algılanma Biçiminin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma

A Study to Investigate the Perception of Students about the Appearance of the Academicians

Belma KEKLİK

Yrd. Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, (belmakeklik@sdu.edu.tr)

ÖZET

İmaj, dış görünüm, günlük hayatta ve özellikle iş hayatındaki insan ilişkilerinde etkili olan önemli faktörlerdendir. Sözsüz iletişim elemanlarından olarak nitelendirilen giyim ve dış görünüm bu çalışmanın temelini oluşturmaktadır. İnsanlar hakkında karar verirken veya yorum yaparken dış görünümlerinin ne kadar etkisinde kaldığını tespit etmek amacıyla bir araştırma yapılmıştır. Örneklem olarak Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencileri alınmış, kendilerine öğretim üyelerinin dış görünümleri ile ilgili sorular sorulmuştur. Öğretim üyelerinin dış görünümlerinin öğrencilerin derse ve öğretim üyesine karşı yargılarını değiştirip değiştirmediği analiz edilmiştir. Öğrencilerin cinsiyeti, okudukları sınıf ve fakültenin öğretim üyesini dış görünüme göre değerlendirirken etkili olup olmadığını test etmek amacıyla istatistiksel analizler kullanılmıştır. Buna göre erkek öğrencilerin dış görünüme daha fazla dikkat ettiği, resmi giyinen hocalara daha çok güvendiği ortaya çıkmıştır. Fakülteler arasında da öğrencilerin öğretim üyesini değerlendirmesinde istatistiksel olarak anlamlı farklar çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler:

İmaj, Dış Görünüm, Giyim

ABSTRACT

In daily life and working life image, appearance is one of the important factors for communication. Dressing and appearance which are the parts of nonverbal communication are the main subjects of this study. A study is prepared to determine how much people are affected from the appearance to comment or to decide about the people. Sample of the study is students of Suleyman Demirel University, and they are questioned about the appearance of the academicians. It is analyzed that whether the judgment of students change about the lesson and the academician according to academician's appearance. Statistical analysis is used to test effectiveness of appearance according to students' gender, class and the faculty. So, male students are more attentive than female students and they trust formal dressed academicians. Also it is found that there are statistically significant differences between the students according to faculty about the appearance of academicians.

Keywords:

Image, Appearance, Dressing

1.GİRİŞ

İnsan ilişkilerinde en önemli nokta iletişimidir. Sözlü ve sözsüz iletişim olarak sınıflandırabileceğimiz bu kavram insanlar üzerinde bıraktığımız etkinin en önemli belirleyicisidir. İnsanlar gördüklerine ve duyduklarına inanırlar, sezgileriyle bunları anlamlandırır. Algılama hatalarının olmaması için sözlü ve sözsüz iletişimin kodlarının alıcı tarafından doğru çözümlenmesi gerekir.

Dış görünüş, giyim kuşam, davranış ve tavırlar sözsüz iletişimin parçalarıdır. “İnsanlar kıyafetleriyle karşılanır, fikirleriyle uğurlanır” deyimini de ilk izlenimin önemini ortaya koyan deyimlerimizdendir. İlk defa gördüğümüz insanlar hakkında fikirlerimiz saniyeler içinde oluşmaktadır. İlk intibayı olumlu ve doğru oluşturabilmek bu bağlamda önemlidir. Hele ki karşı tarafa kendimizi anlatmak için çok uzun saatlerimiz yoksa bu fırsatı iyi değerlendirmek gerektiği açıktır.

Sözsüz iletişim; beden dili, dış görünüm, giysiler, renkler, mekan ve zaman kullanımı, çevre ve aksesuarların kullanımı gibi pek çok öğeden oluşur. İnsanlar birbiriyle konuşmadan, sözsüz iletişimin bu öğelerinden yararlanarak onların, ekonomik durumları, eğitim ve kültür düzeyleri, ruh halleri, özgüvenleri, statüleri vb. hakkında fikir sahibi olabilirler. Publius Syrus, “güzel bir dış görünüş, sessiz bir tavsiye mektubudur” (Çakır, 2011: 38).

Özellikle çalışma hayatında, iş ortamında pek çok farklı insanla muhatap olmanın getirdiği belirsizlik dış görünüm konusunda daha dikkatli olmayı gerektirmektedir. İnsanlar ilk izlenimlerine ve algıladıkları imaja göre karşı taraf hakkında yargıya vardığı için olumlu bir etki yaratmanın ilk ve en etkili yollarından biri dış görünüme önem vermektir. Her gün yüzlerce öğrenci ile yüz yüze olan, derse giren öğretim üyelerinin dış görünümleri hakkında öğrencilerin ne düşündüğü bu

anlamda büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmada öğrencilerin cinsiyetine, okudukları sınıfa ve fakülteye göre öğretim üyesinin dış görünüşünü algılamalarında bir değişiklik olup olmadığı incelenmiştir.

2. İMAJ YÖNETİMİ

İmaj, bir kişi veya kurumun, diğer kişi ve kurumların zihinlerinde bilinçli yada bilinçsiz olarak bırakmış olduğu anlayış ve değerlerdir. İmaj, bilgilenme düzeyi, sahip olunan yargılar, sunulan olanak ve hizmetler gibi öğelerin bireyin zihninde etkileşimi sonucu yavaş yavaş oluşan bir imgedir. Kişisel(profesyonel)imaj kimilerine göre kişinin nasıl giyindiği veya gönderdiği sözsüz mesajlar, kimilerine göre ise, kişinin nasıl konuştuğu ve ses tonudur. Bazıları ise kişisel imajı “biriyle ilk karşılaştığında hissettikleri” olarak tanımlamaktadır. Sonuç olarak kişisel imajın bir iletişim aracı olduğu söylenebilir (Dinçer 1998: 2).

İmaj yönetimi, bireylerin başkaları üzerinde bıraktıkları izlenimleri etkilemeye çalıştıkları bir süreçtir. İmaj yönetimi bireyin kendi kendini yönetmesidir. Bireyin kendini nasıl gördüğü, nasıl görmek istediğinin yönetimidir. Esas olan bireyin kendini ve kişiliğini tanımasıdır. İmaj yönetimi aynı zamanda başkalarının bireyi nasıl gördüğü ve nasıl görmek istediğinin yönetimidir (Saygın, 2006).

Şirketler kişisel imaja önem vermekte ve yönetim tarzının bir parçası olarak görmektedirler. Kariyer geliştirmede imaj ve göze çarparlık beceriden dokuz kat daha fazla iş görmektedir denilmektedir. Birçok işin içeriği %75 görev ve sorumluluk, %25'i de kişisel tarzdan oluşmaktadır diye düşünülmektedir. Herkesin yoğun bir performans gösterdiği bir işletmede kişisel imaj daha belirleyici olabilmekte, bireyselliği dışa vurabilmek, yaratıcılık ve önderlik niteliklerini karşı tarafa iletebilmek gerekmektedir. Kariyer hedefi konusunda karar verici konumunda olanlar için kişisel imaj önemli bir etkiye sahiptir (Dinçer 1998,5-8). Günümüzde terfi edilmeye veya liderliğe uygunluk kararları verilirken kişilerin imajı ve dış görünüşleri belirleyici faktör olmaktadır (Harmancı, 2009: 33).

İşe alımlarda, bir işi elde etmekte veya işte ilerleme ve yükselmeye profesyonel imaj son derece önemlidir. Aynı zamanda iş arkadaşlarının veya müşterilerin kişiye olan davranışlarında da önemli bir etkendir. Profesyonel imaj, giyim kuşam, tutum ve davranışlar sektöre, organizasyona, işe ve duruma göre değişir. İş hayatında profesyonel imaj kişilik özellikleri ile de oluşur. Ancak, ilk karşılaşılan birine kişiliği tam ve doğru olarak anlatmak mümkün olmadığı için, bunun en kestirme yolu giyim kuşam ve beden dili ile oluşturulan imajdır (Barutçugil, 2002: 65).

Giyim, makyaj, renk, koku ve fiziksel görünüm hem beden dilinin bir parçası hem de imajın sözsüz öğeleri olarak değerlendirilebilmektedir. Beden dili ile ilgili yapılan yanlış yorumlar yanlış anlaşılmalara neden olabilmektedir. Karşıdaki kişiye olan samimiyet ve inancı yitirmemek için sadece kişisel çıkarımlara ve yorumlara bağlı kalmamak gerekir. Beden dilinin yani sözsüz iletişim sinyallerinin değerlendirilmesi tekniğine “kalibrasyon” denir. Kalibrasyon, insanları anlamak ve algılamak ile ilgilidir. Kalibrasyonun kullanımı bireyin zihinsel süreçleri ve algılamasına ilişkin çok önemli ipuçları verir. Kişilerin gizli söylemleri, bastırılan düşünceleri beden dili tarafından mutlaka kendini ele verir (Tat, 2007: 172).

Kişisel imaj adeta bir fotoğrafıdır (Barutçugil, 2002: 62). Kişinin kendisini dış dünyaya sunma biçimi bir nevi kendisinin kişisel reklamıdır. Dış görünüş, konuşma biçimi, tavır ve davranışlar, kişinin neler yapabileceğinin dış göstergeleridir. Bunların yanında beden dili, iletişim tarzı, yazım tarzı, dinleme tarzı, düşünme tarzı, sunum tarzı kişisel imajın öğeleri arasındadır. İyi görünmek kişiyi iyi kılar, özgüvenini artırır, ilişkileri geliştirir, performansı ve başarıyı yükseltir (Sampson, 1995; http://yuksekhedef.com/kozet/is/imaj_faktoru.htm).

Kişinin yetenekleri, zekası, sofistikeliği, seçeresi ve performansı hakkındaki varsayımlar, karşı tarafa sunulan imaj temel alınarak yapılabilir (Vega, 2010: 3).

2.1. İmaj Kırıcılar

Olumsuz izlenim bırakan ve olumsuz algı oluşturan unsurlar “imaj kırıcılar” olarak nitelendirilmektedir. İmaj kırıcılar, birey hakkında negatif düşünceler oluşmasına neden olmaktadır. Negatif düşünceler, negatif duyguların ve davranışların temellerini oluşturmaktadır. Olumlu bir izlenim bırakmak ve olumlu algılanmak için imaj kırıcı davranışlardan kaçınmak gerekmektedir. Olumlu imaj kariyer basamaklarında ilerlemenin önünü açarken, olumsuz imaj kariyerin duraklamasına hatta bitmesine neden olabilmektedir. Sigara içmek, el cepte dolaşmak, çiklet çiğnemek, ağız kapamadan esnemek, gerinmek, geçirmek vb. imajı olumsuz etkileyen imaj kırıcılara örnek olabilir. Bayan ve erkekler için imaj kırıcı unsurlar farklı olabilmektedir (Özkan, 2009; Harmancı, 2009; Çakır, 2004).

Erkekler için; bakımsız kirli saç ve sakal; bakımsız, sararmış dişler ve ağız kokusu; yırtık, rengi atmış veya kirli giysiler; ağır kokulu parfüm, iş ayakkabıları ile giyilen beyaz çorap; kravat kullanılmadığı zamanlarda gömlek yakasından göğüs kıllarının görünmesi; iş kıyafetleri ile kullanılan postal, spor ayakkabı, sandalet, sabo, boyasız ve bakımsız ayakkabılar; yazılı, karikatürlü, çizgi film karakterli temalı kravatlar; kemere takılan çağrı cihazları ve cep telefonları; görünen yerde dövme, küpe, zincir; imaj kırıcı unsurlar olarak sayılabilir (Harmancı, 2009: 66; Çakır, 2004: 96).

Bayanlar için ise; kirli, bakımsız, dağınık, gelişigüzel toplanmış saçlar; abartılı saç modelleri ve saç aksesuarları; aşırı makyaj veya makyajsız olmak; uzun, bakımsız, ojesi yarı çıkmış tırnaklar; sararmış dişler ve ağız kokusu; ter kokusu; ağır, abartılı parfüm veya deodorant; yırtık, yıpranmış, rengi atmış ve kirli giysiler; görünen yerde dövme ve hızma, halhal gibi aksesuarlar; mini etekler, dekolte kıyafetler, şeffaf giysiler, leopar desen, dantel, file çoraplar; iş kıyafetleriyle birlikte

giyilen terlik, sandalet, spor ayakkabı; boyasız ve bakımsız ayakkabılar; açık renkli giysiler içine koyu renk iç çamaşırı giymek ve iç çamaşırlarının giysilerden görünmesi; imaj kırıcı faktörlerdendir (Özkan, 2009; Harmancı, 2009: 66; Çakır, 2004: 97).

3. İLK İZLENİM

İlk izlenim, insanların kendileri hakkında karmaşık bilgileri, kimlikleri, neyi temsil ettikleri, alınıp verilen karşılıklı etkileşimlerle oluşturulur. İlk etki, söylenenlerle olduğu kadar, görüntünün nasıl olduğu, hareketler ve konuşma tarzıyla yaratılır. Güçlü bir etki saniyeler içinde oluşur ve kalıcı bir düşünce yarım dakikadan dört dakikaya kadar olan bir süre içinde görünüş, ses ve hareketler üzerine kurulur. Araştırmalar, ilk karşılaşmada karşı taraf üzerinde etki bırakmak için dört dakikadan az bir süre olduğunu göstermiştir. Yaş, cinsiyet, ırk gibi fiziksel özellikler, boy, kilo, renk ve yüz hatları ile görsel ve hızlı bir şekilde karşı tarafa aktarılır. Ancak, zeka, yetenekler, güvenilirlik, sosyal sınıf, çekicilik, parasal durum vb. sonradan anlaşılır ve her zaman kesin doğru olmaz. İnsanların bazıları sezgilerini kullanır, gördükleri gerçeklere güvenir ve tartar, bazıları ise sözlü olmayan ipuçlarını değerlendirmekte zorlanır. Karşı tarafın kişi hakkında ne kadar sürede ve nasıl yargıya varacağı bilinemediği için ilk seferde iyi bir izlenim yaratmak gerekmektedir (Sampson, 1999: 11-12)

İnsanlar gördüklerine inanırlar ve ilk izlenimlerine güvenirlere. İnsanların kariyerlerini geliştirememelerinin en önemli sebeplerinden biri, kişisel imajlarının karşıdakiler üzerinde yeterli etki bırakamaması ve bu konuda bilinçli olmamalarıdır. Yoğun iş temposunda önemli olan göze çarpan, ilk görünüş, ilk izlenimdir. Kişiler hiç konuşmadan kıyafetleri, duruşları, aksesuarları vb. dış özellikleri ile karşıdakilere kendileri hakkında mesajlar vermektedirler (Dinçer 1998: 5-8).

İşletmeler, çalışanların şirketi temsil ettiği varsayımından yola çıkarak giyim konusunda azami özeni göstermektedirler. İşletmelerde ilk göze çarpan nokta çalışanların dış görünüşleridir ve ilk izlenim, ilk imaj olması açısından önemlidir. Müşterilere, iş ortaklarına iyi bir imaj oluşturmak gerekmektedir. Bu yüzden, bir çalışanın imajını oluşturan kıyafet seçimi şirket imajını da etkilemektedir. Şirket imajı, kurum kültürü çerçevesinde çalışanlarıyla beraber bir bütün olarak oluşturulmaktadır (Gözler, 2006).

4. DIŞ KONUŞMA (SURFACE LANGUAGE)

Dış konuşma, dış görünümle ilgili olarak, görme ile anında gerçekleşen izlenimlerden oluşan patern olarak tanımlanmaktadır. İnsanlar hakkında gerçeklerin, varsayımların, önyargıların değerlendirilmeleri sonucu izlenimler oluşmaktadır. Kişilerin izlenimlerinin çıkış noktasında olan önyargıların çoğu “dış konuşma” yani görüntüye dayanmaktadır. Giyim tarzı, saç modeli, aksesuarlar, koku hepsi birlikte yaratılmak istenen imajla doğrudan ilgilidir. İmaj konusunda çalışan birçok uzman için işlerinin önemli bir bölümünü giyim tarzı oluşturmaktadır. İlk defa karşılaşılan, birbirini tanımayan insanların bulunduğu bir ortamda karşıdaki kişiler sadece kişinin giyimine bakarak hakkında en az şu 10 çıkarımı yapabilirler (Dinçer, 1998: 16-17).

1. Ekonomik durum
2. Eğitim düzeyi
3. Güvenilirlik
4. Sosyal konum
5. Sofistikelik düzeyi
6. Ekonomik geçmiş
7. Sosyal geçmiş
8. Kültürel temel
9. Başarı
10. Ahlaki değerler açısından karakter

Kılık kıyafet ile, ekonomik durum, moda, kültür ve zevk arasında güçlü bir ilişki vardır (Naskali, 2007: 57). İş ortamı yada sosyal alan, resmi yada sıradan herhangi bir durum için seçilen en başarılı giysi istenilen imajın verilmesi yanında, beğenilen, rahat, güven verici, kişiliği ve toplumsal sınıfı yansıttığı, verilen mesajı destekleyici olacaktır (Sampson, 1999: 50).

Fiziksel görünüm, kişinin vücut orantısı, vücut şekli, hatları, kilosunu, kıyafetinin kumaşı, deseni, rengi vb. kapsar (Vega, 2010: 13). Kişisel görünüm bir bütündür ve bütün insanlar güzel görünmek isterler. Önemli olan sadece güzel giyinmek değil aynı zamanda iyi bir kişisel bakım yani tepeden tırnağa sağlıklı, düzenli ve temiz görünmektir. Kişisel görünümü etkileyen bazı özellikler ise; sağlıklı olmak; temiz ve canlı bir cilt; bakımlı parlak saçlar; parlak canlı gözler; temiz beyaz

KEKLİK

dişler; bakımlı eller ve ayaklar; iyi giyim; ses tonu; doğal ve düzenli duruş; düzenli ve uyumlu yürüyüş; doğru oturuş biçimi vb.dir (Kırzioğlu, 1992: 16).

Davis (1997: 13) kitabında Oscar Wilde'nin şu sözüne yer vermektedir. "Dış görünüme göre karar vermeyenler, olsa olsa sığ insanlardır. Dünyanın gerçek gizemi, görünmeyende değil, görünür olandadır." İnsanlar başkalarıyla ilk karşılaşmalarında kılık kıyafet gibi kolay gözlenebilen, fiziksel, sözlü olmayan bilgilere dikkat etmektedirler. Birey ile iletişim ilerledikçe, insanlar hakkında daha fazla bilgiye sahip oldukça, izlenimlere daha ayrıntılı betimleyici özellikler eklenmektedir. Ancak, dış görünüş kişilere karşı olan ilk tutumları olumlu etkilese bile uzun vadeli ilişkilerde bu özelliği sınırlı kalmaktadır ve aldatici olabilmektedir (Kağıtçıbaşı, 1999: 222).

İnsanların kişilikleri hakkında beklentileri biçimlendiren özelliklerden biri fiziksel görünümdür. Gözlük takan öğrencilerin çalışkan olduğunun düşünülmesi, saçlarını aykırı renklere boyayanların asi olduğuna inanılması, temiz yüzlü insanların güven uyandırması fiziksel görünümünden yola çıkarak ulaşılan yargılara örnek olarak gösterilebilir. Yapılan araştırmalara göre, fiziksel güzellik beraberinde birçok olumlu beklentiyi de getirmektedir. Güzel olarak nitelendirilen kişilerin aynı zamanda sıcakkanlı, ilginç, yetenekli ve dürüst oldukları varsayılmaktadır. Eagly ve Makhijani (1991) ve Feingold (1992) yaptıkları araştırmalarda deneklerin, güzel kişileri güzel olmayanlara göre daha ilginç, sıcakkanlı, dışa dönük ve sosyal bulduklarını belirtmişlerdir. Yardım davranışında bulunmak için yardıma ihtiyaç duyan kişinin fiziksel özelliklerinin göz önüne alındığı görülmüştür. Benson ve arkadaşları (1976), güzel olan yardıma muhtaç kişilere daha çok ve daha çabuk yardım edildiğini tespit etmişlerdir (Kağıtçıbaşı, 1999: 220).

5. GİYİM

Giysiler çevredekilerin kişiye baktığında ilk gördüğü iletişim aracıdır. İnsanlar kıyafetlere bakarak kişiler hakkında pek çok konuda yargıya varırlar. Kıyafetlerin kişiliğin bir yansıması olduğunu düşünürler. Bunlar, bilinçli yaşanan bir süreç değildir. Tamamen geçmiş bilgi ve deneyimler doğrultusunda oluşmuş kalıplaşmış örnekler (stereotype), düşünce kalıplarıdır. Kıyafetler, kişinin değerleri, sosyal kimliği ve statüsü olmak üzere temelde 3 konuda iletişim kurar ve karşılık bilgilere verir. John T. Malloy (1988), kıyafetlerin hatta her bir parçasının bir anlamı olduğunu, insanlara bir mesaj verdiğini kanıtlamak için çeşitli araştırmalar ve uygulamalar yapmıştır. Yaptığı çalışmaların sonucunda, kıyafetlerin insanlar üzerinde yarattığı etkilerin, verdiği mesajların gerek iş hayatında gerekse sosyal hayatta başarı için kaçınılmaz olduğunu tespit etmiştir (Özşeker, 2008).

Kişinin iyi görüldüğünü düşünmesi, kendini iyi hissetmesini sağlar. Yerine göre uygun giyinilen ortamlarda dikkatler kişinin üzerinde toplanmaz. Böylece diğerleri de bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde "kendilerinden biri" olduğunu düşünür ve iletişim kolaylaşır (Condrill, Bough, 2005: 73). Kişinin iyi giyindiğini bilmesi, kendine duyduğu saygıyı ve güveni artırır. Eğer kişinin pantolonu sarkık, ayakkabıları boyasız, saçları dağınıksa, paltosunun cebinden kalemler çıkıyorsa, çantası şişkin ve çirkinse karşı taraf da kişinin kendine duyduğu kadar az saygı gösterecektir (Carnegie, 2010: 121).

Malloy (1988: 2-19), iki büyük davranış bilimci Skinner ve Pavlov'un iddalarının doğruluğundan, yani çevrenin insanları koşullandırdığından söz etmektedir. Giysiler de bu çevrenin ayrılmaz bir parçasıdır. Karşılaştığımız kişiler kıyafetlerimize göre hakkımızda değerlendirme yapmaktadır. Başarılı ve iyi eğitilmiş görünen kişiler, hemen hemen her sosyal ortamda ve iş çevresinde iyi muamale ile karşılaşmaktadır. Sadece kişiler değil, endüstriler, meslekler, özel işler, coğrafya ve iklim sağduyu yoluyla doğal bir giyim düzenini kişilere kabul ettirmektedir. Giyimle ilgili bilinçli ve bilinçsiz davranışlar ölçülebilir ve bu ölçümler kişilerin giyim tarzlarında doğru karar vermelerini sağlamaya yardımcı olabilir.

Giyim kimliğin kurulmasında önemli bir rol oynar. Giyim tercihleri, insanların belli bir zaman dilimine, çağa, topluma uygun görünümlere ilişkin güçlü normları barındırır. Giyim aynı zamanda, olağanüstü bir zenginlik barındıran kültürün bir biçimini kendi amaçları doğrultusunda nasıl yorumladıklarını incelemek için olanak sağlar. Toplumsal yapı içindeki konumların farklı çağlarda nasıl algılandığını, statü sınırlarının nasıl belirlendiğini gösterir. Giyim, toplumsal statünün ve cinsiyetin en belirgin göstergelerinden biridir ve sembolik sınırların korunmasında yada yıkılmasında etkilidir (Crane, 2003: 11). Örneğin, yüzyıllardır toplum tarafından saklanan, sakınılan, kullanılan kadınlar, bu yapıdan sıkılmış olarak moda giysileriyle varlıklarını severek ve isteyerek duyurmuşlardır (Şahin, 2006: 319).

İyi giyim, kişiye yakışan, giyenin fiziksel özelliklerine, boyuna ve rengine, işine ve yaşına uygun, ekonomik olan, güzel ve iyi görünüm sağlayan, zamana ve mekana göre seçilen giyimdir (Kırzioğlu, 1992: 7). İnsanlar kıyafetleri sayesinde birey olarak kendileri hakkında bir şeyler anlatırlar. Toplumdaki diğer insanlar da kolektif düzeyde simgesel olarak onları belli statü iddialarının geçerli olduğu bir dünyaya yerleştirir, hayat tarzlarına ilişkin belli çıkarımlar yaparlar (Davis, 1997: 16).

Kişinin fiziksel yapısı, kişilik özellikleri, mesleği, içinde bulunduğu toplum, kültürel durumu, sosyal hayatı, ekonomik durumu, dini inançları ve değerleri giyim seçiminde etkili faktörlerdir (Yurdakul ve Ural, 2008: 46).

Kıyafetler seçilirken uygunluk kavramı her zaman dikkate alınmalıdır. Yapılan işe, pozisyona ve hedeflere uygun kıyafetler giyilmelidir. Aynı zamanda kişinin vücuduna, yaşına, ten, saç ve göz rengine ve karşı tarafa vermek istediği mesaja uygun giyinmesi gerekir. Bununla birlikte girilecek ortama uygun kıyafetler seçilmesi, davet, protokol, konser gibi toplu ortamlarda giyilecek kıyafetlerin tercihi önemlidir. Mevsimlere uygun renk ve tarzda giyim de önem taşımaktadır (Çakır, 2009: 19).

Giyim tarzı birbirine benzeyen insanlar birbirlerini daha çok cezbederler. Aynı tarz giyinmiş iki insan birbiriyle ilk tanıştığında, birbirlerine benzeyen tavırları, inançları ve değerleri olduğu sonucu da ortaya çıkar. İyi anlaşılan insanlar genellikle ortak bir görüntü verirler. Benzerler birbirini çektiği için, birlikte iş yapmaya da daha elverişlidirler (Sampson, 1999: 49).

5.1 Giyinmenin Nedenleri

Giyinme ihtiyacı, insanların ilkel aile toplumları olarak yaşamaya başladıkları mağara devrinde korunma ihtiyacı ile ortaya çıkmıştır. İlk insanlar avlandıkları hayvanların postları yardımıyla kendilerini dış etkilerden korumanın yolunu bulmuşlardır. Utanma duygusunun gelişmesi ve kültür ve uygarlık seviyesi ile orantılı olarak değişmesi, giyinmeyi sosyal bir ihtiyaç haline getirmiştir. Günümüzde giyim, sadece vücudu dış etkilerden korumak amacıyla kullanılan bir araç değil, insan topluluklarının sosyal ihtiyaçlarını karşılayan, süslenme ve zarif görünme isteğini yerine getiren, maddi ve manevi varlığını tamamlayan bir ihtiyaçtır (Kırzioğlu, 1992: 73).

Flügel (1930) "Giysilerin Psikolojisi" isimli eserinde giyinmenin temel motiflerinden bazılarını şöyle açıklamıştır (Sampson, 1995).

*Sergileme: Pekçok sosyal durumda başkalarının eli ve yüzü dışında vücudunun fazla bir bölümü görülmez. Dolayısıyla vücutla değil, giysiler yoluyla yapılan sergilemeye karşılık verilir.

*Sosyal doğruluk: Kişi, sosyal bir kutlamada ne giymesi gerektiğini biliyorsa kuralları biliyor olmanın verdiği gururla üstünlük hisseder.

*Karşı cinsi çekebilme için giyinilir.

*İffet: Vücudun açıkta kalan bölümlerinin sosyal ve kültürel olarak utanç verici ve yakışsız durum oluşturmamasıdır.

*Cinsel kimlik: Kadınların ve erkeklerin kendilerini algılama biçimini belirler.

*Büyü ve ruhlardan korunmak için giyinilir.

*İyi şans için giyinilir.

*Dünyadaki dostça olmayan tavırlara karşı korunmak için: Kişinin üzerindeki kıyafete sıkıca sarılmasının verdiği rahatlama duygusu, fiziksel ve duygusal güvenlik hissi verir.

*Ahlaki tehlikeden korunmak için giyinilir.

*Doğa unsurlarından korunmak için giyinilir.

*Düşman çevreden korunmak için giyinilir.

*Grup kimliği oluşturmak için giyinilir.

*Ulusal kimlik için giyinilir.

*Moda veya antimoda olduğu için giyinilir.

*Meslek icabı giyinilir.

*Yasa gereği giyinilir.

*Statü ve refah için giyinilir.

Zaman, para ve emek harcayarak uyumlu, iyi ve şık giyinmek öğrenilebilir. Renk bilgisi uyumlu giyim için bireye yardımcı olabilir. Kumaşlarla ilgili basit ama önemli bilgiler en doğru kıyafetin seçimini sağlayabilir. Satın alınan kıyafetlerin farklı kıyafetlerle kombine edilmesi kişilerin giyim alternatiflerini artırmaktadır. Kişinin giysisini üzerinde düzgün bir şekilde taşıması bireyin kendine olan özgüvenini artırmaktadır. Bireyin vücut yapısına uygun kıyafetler seçmesi şık görünmenin anahtarlarından biridir (Harmancı, 2009).

Her bireyin bir giyim tarzı olduğu gibi her şirket de kültürünü yansıtan bir giyim tarzı benimsemektedir. Bu tarz işletmenin bulunduğu sektöre, yönetim anlayışına, yapılan işe, bölümlere, müşteri kitlesine, müşteri beklentisine, coğrafi konuma göre oluşmaktadır (Gözler, 2006).

Şirketler 90'lı yıllardan itibaren çalışanların daha verimli olabilmeleri için giyim konusunda uyguladıkları sıkı kurallardan vazgeçmiş ve kılık kıyafet konusunda yeni uygulamalara geçmişlerdir. Ancak bu uygulamalar aynı zamanda bazı çalışanlar için bakımsızlık ve özensizliği de beraberinde getirmiştir. Bunun sonucunda işletmeler imajlarının kötü etkileneceği endişesiyle kendi giyim kurallarını (Dress Code) oluşturmuşlardır. Amerika'da birçok şirket kurumsal giyime dönüş yapmış veya serbest giyim uygulaması olan şirketler de çalışanlarına bu konuda eğitim vererek serbest giyimden özensiz, bakımsız veya uygunsuz giyim olmadığını vurgulamışlardır. Türkiye'deki şirketlerin ise sektöre göre değişmekle birlikte, bazıları özgürlükçü yaklaşımı tercih ederken bazıları da giyim kurallarını detaylı bir biçimde çalışanlarına açıklamaktadır (Gözler, 2006).

6. RENKLER

Renk, ışığın nesnelere çarpmasından sonra yansımaları sonucu gözümüzde meydana gelen duyumlardır. Işık olmadığı yerde renk meydana gelmez. Siyah ve beyaz renk olarak kabul edilmezler. Kırmızı, mavi ve sarı ana renkler; turuncu, yeşil ve mor tamamlayıcı renklerdir. İki rengin karışımından olan ara renkler ise pembe, gri ve eflatundur (Türkoğlu, 2003: 279).

Renk seçimleri insanların kişiliğinin bir göstergesidir. Bazen otoriteyi, bazen güveni, bazen de enerjiyi anlatırlar. Kişi farkında olmasa bile ruh halini, içinde yetiştiği kültürü ve içinde bulunduğu sektörü hatta bazen mesleğini belli eder (Özşeker, 2008). Rengin kullanımı sadece estetik amaçlı değil aynı zamanda kimliği ortaya çıkaran psikolojik bir öğedir. (Sampson, 1995) (http://yuksekhedef.com/kozet/is/ima_j_faktoru.htm) Renklerin dili insan ilişkilerinin ve karakterlerin tahmininde kullanılmıştır (Saygın, 2007).

“Renk, tüketicilerin dikkatini çeken ilk unsurdur” (Keiser ve Garner, 2003: 105; Jackson, 2007:171, alıntılan Ertürk, 2011: 15). Çünkü renk doğrudan ürünün yüzeyini kaplamaktadır. Renk, sosyal ve kültürel bir göstergedir (Ertürk, 2011: 15).

Renk, giyimde önemli bir faktördür, giyenin görünüşünü etkiler. Zevkli ve uyumlu seçilmiş renkler giyimi güzelleştirir. Renk, kişilerin en önemli aksesuarıdır. Renkler, işitilen sözcüklerden daha iyi hatırlanır. Kıyafetlerde seçilen renkler, kişinin zevkini, renk uyumundaki becerikliliğini gösterir. Renklerle ilgili zevkler yaşa, zamana ve çevreye göre değişir. Renk özellikleri, renklerin birbirini etkilemeleri, kişinin saç, göz, cilt rengi gibi kişisel renk analizi yapabilmesi gibi konular bilgi ve deneyimle geliştirilebilir. Renk uyumu, bir veya birden fazla rengin ortaklaşa etkileridir ve renklerin birlikte kullanılmasında hoş giden bir görüntü yaratmaktadır. Renk uyumunun düzenlenmesinde katı ve değişmez kurallar olmamakla birlikte, belirli bir renk uyumunun seçilmesi, daha önce öğrenilmiş toplumsal ve kültürel etkenlere bağlıdır (Kırzioğlu, 1992: 97-101).

Renklerin psikolojik etkisi de hem teorik olarak hem de deneysel olarak birçok kez ispatlanmış ve akademik çalışmalara konu olmuştur. Uygun renkli giysiler, iş ortamında, okulda veya toplumsal hayatta kişinin etkin görünmesini sağlar. Doğru seçilmiş renkleri olan oto yollarda, fabrikalarda, okullarda kaza oranı düşmekte, hastane odalarında hastalar sağlıklarına daha çabuk kavuşmakta, fabrikalarda işçilerin üretimi artmaktadır. Kaliforniya şehir hapishanesinde bunalım içinde bulunan kadın ve erkekler soğuk mavi ve sıcak pembe renklere boyanmış hücrelere yerleştirilmişlerdir. Bir süre sonra pembe odada bulunan tutukluların sıkıntılarının önemli derecede arttığı, mavi odadakilere ise sükunet bulunduğu görülmüştür. Benzer şekilde, yarış atlarının koşudan hemen sonra mavi bölüme alınmaları halinde hemen rahatladıkları, kırmızı-turuncu bölüme alınan atların ise heyecan ve huzursuzluklarının koşudan bir süre sonra daha devam ettiği tespit edilmiştir (Kırzioğlu, 1992: 106).

Sözsüz iletişimde renklerin dili oldukça önemlidir. Psikoloji bilimi, renklerin insan davranışları ve insan psikolojisi üzerinde etkili olduğunu kabul etmektedir. Renklerin, zekanın uyarılması konusunda, ruhsal durumu etkilemesi yönünde, kişilik özellikleri ile bağlantısı hakkında bilimsel araştırmalar yapılmıştır. Örneğin kişinin sevdiği renkler kişilik özellikleri ile ilgili bilgiler vermektedir (Altıntaş, 2001: 137).

Renklerin insan davranışları ve psikolojisi üzerinde etkili olduğunu söyleyen uzmanlara göre kromoterapi (renklerle tedavi) geçmişte çok eskiye dayanan bir yöntemdir. Bu yöntemde çeşitli sistemler içinde çeşitli biçimlerde renkler kullanılarak kişilerin sinir sistemleri dengelenmekte, böylelikle bazı hastalıkların önüne geçilmektedir (Ölmez, 2010: 22).

Renkler, kültüre, sosyal şartlara, zevklere vb. birçok değişkene bağlı olarak kişiye göre anlamlar içerebilmektedir. Örneğin mavi renk birçok insan için soğukluğun temsilcisidir ancak her renk insanlar üzerinde farklı etkiler bırakır. Renklerin insanların üzerinde bıraktığı etki kesin olarak söylenemez. Sadece bazı renklerin benzer insan gruplarında benzer etkiler yaptığı söylenebilir (Brannon, 2000).

7. AKSESUARLAR

Bayanlar ve erkekler için iş ortamında kullanılacak aksesuarlar dış görünüme hareket katan unsurlardır. İş ortamında bayanların takacakları maksimum üç yüzük, ince ve zarif takılar, profesyonel imajlarına olumlu katkı yapar. Ancak, pahalı takılar, parıltılı yüzükler, uzun küpeler gibi abartılı aksesuarlar iş ortamında kullanılması sakıncalı takılar olarak görülmektedir. Bayanların saç ve makyaj konusunda da sadelik ve zarifliği ön planda tutması gerekmektedir. Örneğin fazla kabarık bir saç itici dururken, düzenli bir kesim veya toplama daha estetik olabilmektedir. Erkeklerin de iş ortamında fazla ve abartılı aksesuar kullanması hoş karşılanmamaktadır. Saat, gözlük, kravat, kravat iğnesi, kol düğmesi, kemer, pantolon askısı, çorap, ayakkabı vb. seçimlerinde buldukları konuma göre seçim yapmaları gerekmektedir. Örneğin, erkeklerin alyans dışında takı kullanmamaları oluşturmak istedikleri imaja olumlu katkı yapabilmektedir (Dincer, 1998: 25-26).

Çanta, ayakkabı, takılar, kemer, evrak çantası, fular gibi kıyafetin tamamlayıcısı olan aksesuarlar kişisel imaj açısından etkili unsurlardır. Dolayısıyla, bu unsurların tarzı, rengi, kalitesi, kişinin yaşına ve bulunduğu ortama uygun olması imajı değiştirebilir (Barutçugil, 2002: 67).

Gözlük, insanları daha çalışkan gösterir, yüze otoriter bir hava katar. Kadınların gözlük takması onlara daha çok iş kadını imajı verir ve daha otoriter gösterir. Gözlük seçimi yüz ve kaş şekli ve gözlere göre yapılmalıdır. Erkekler ve bayanlar, klasik renklerde, abartısız, yüz şekli ile uyumlu ve açık renkli camı olan gözlükler kullanmalıdırlar (Harmancı, 2009: 216).

İnsanların dış görünümü, güzelliği ve kendilerine olan güvenlerinin sağlanmasında saçların görünümü de önemlidir. Sağlıklı saç, parlak, canlı, hacimli ve estetik açıdan güzel olan saçtır. Toplum içinde saçların görünümü, sağlığın ve kişinin kendisini iyi hissetmesinin bir göstergesidir. Saç bakımı ve temizliği kişiler arası ilişkilerde ve insanların birbirini etkilemesinde önemli rol oynar. Saç sorunları vücut imajını bozarak stres yaratır ve ruhsal sorunlara yol açar (Eken, 2007: 221-222). Doğru bir saç tarzı, kişinin yüzünün şekline ve rengine, yaşına, boyuna, hayat tarzına, saçın dokusuna ve kalınlığına uygun olmalıdır (Harmancı, 2009: 215).

8. MATERYAL VE YÖNTEM

8.1 Materyal

Araştırmanın evrenini Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklem ise her fakülteden tabakalı örnekleme yöntemiyle seçilen 40 öğrenci olarak belirlenmiştir. Bu 40 öğrencinin 20 tanesi üniversiteye yeni başlayan 1.sınıflardan, 20 tanesi ise mezuniyet aşamasında olan 4. sınıflardan seçilmiştir. Böylece okulun ilk yıllarındaki görüşler ile son yıllarındaki görüşler arasında bir değişiklik olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Toplamda 311 öğrenci çalışmaya dahil olmuştur.

8.2 Araştırma Yöntemi

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi uygulanmıştır. Sorular 5’li likert ölçeği üzerinden sorulmuş, 5 “tamamen katılıyorum”, 1 ise “hiç katılmıyorum” olarak ifade edilmiştir. Ankette demografik bilgi olarak öğrencilerden sadece cinsiyet, sınıf ve bölüm bilgileri istenmiştir. Elde edilen veriler SPSS 18 paket programıyla analiz edilmiş, frekans, ortalama, t-test ve ANOVA istatistiksel analizleri kullanılmıştır.

8.3 Bulgular

8.3.1. Demografik Bulgular

Tablo 1. Demografik Bilgiler

	n	%
Cinsiyet		
Erkek	134	45,9
Bayan	158	54,1
Sınıf		
1.sınıf	142	47,1
4.sınıf	159	52,9
Bölüm		
İİBF	44	14,2
MMF	35	11,3
TEF	34	11,0
FEF	42	13,6
İLÂHİYAT	38	12,3
ZİRAAT	37	12,0
TIP	40	12,9
GSF	39	12,6

Araştırmaya katılanların %45,9’u erkek %54,1’i bayanlardan oluşmaktadır. Katılımcıların %47,1’i birinci sınıf, %52,9’u dördüncü sınıf öğrencisidir. %14,2’si İİBF (İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi), %11,3’ü MMF (Mimarlık Mühendislik Fakültesi), %11’i TEF(Teknoloji Fakültesi), %13,6’sı FEF(Fen-Edebiyat Fakültesi), %12,3’ü İlahiyat Fakültesi, %12’si Ziraat Fakültesi, %12’9’u Tıp Fakültesi, %12,6’sı GSF (Güzel Sanatlar Fakültesi) öğrencisidir.

8.3.2. Tanımlayıcı İstatistikler

Bütün sorulara tanımlayıcı (descriptives) analizler yapıldığında elde edilen verilere göre en yüksek ve en düşük ortalamaya sahip sorular tespit edilmiştir. Buna göre $X=4,02$ ile en yüksek ortalamaya sahip olan soru; “hocanın derse gelirken ders ile ilgili materyaller (kalem, kitap, laptop, netbook vb.) getirmesi derse karşı ilgili olduğunu gösterir” sorusudur. Öğrenciler derse gelen öğretim üyesinin yanında ders ile ilgili materyaller taşımaması derse verdiği önemin göstergesi olarak algılamaktadır. $X= 1,82$ ile en düşük ortalamaya sahip olan soru ise; “gözlüklü hocaların daha bilgili olduğunu düşünürüm” sorusudur. Buna göre öğrencilerin hocaları değerlendirirken aksesuar olarak gözlükten etkilenmedikleri söylenebilir. Literatür taramasında karşılaştığımız “gözlüklü öğrenciler-kişiler çalışkandır” yargısının burada geçerli olmadığını görmekteyiz.

8.3.3. Cinsiyetin Dış Görünüm Algısına Etkisine

Öğrencilerin dış görünüm ile ilgili algılarının cinsiyete göre değişip değişmediğini analiz etmek amacıyla t-test yapılmıştır. Buna göre 5 soruda cinsiyete göre farklılık tespit edilmiştir. Sorular ve cevapların analizi aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 1. Cinsiyetin Etkisi

1.Resmi giyimli hocaya güvenim artar.			
	N	X	SS
Erkek	133	3,15	1,42
Bayan	157	2,81	1,35
t=2,090 p=0,038			
2. Hocanın derse gelirken resmi kıyafetler giymesini tercih ederim.			
	N	X	SS
Erkek	134	3,18	1,31
Bayan	157	2,80	1,26
t=2,495 p=0,013			
3.Hocanın kıyafeti hoca hakkındaki düşüncelerim konusunda etkili değildir.			
	N	X	SS
Erkek	133	2,95	1,30
Bayan	155	3,45	1,30
t=-3,265 p=0,001			
4.Bayan hocaların aksesuarlarının (bilezik, kolye vb.) ses çıkarmasından rahatsız olurum.			
	N	X	SS
Erkek	130	3,33	1,43
Bayan	157	2,94	1,41
t=2,305 p=0,022			
5. Kafamdaki hoca imajıyla derse gelen hoca arasında şaşkınlık yaşadığım bir tecrübem olmuştur.			
	N	X	SS
Erkek	133	2,95	1,26
Bayan	157	2,54	1,31
t=2,721 p=0,007			

Tablodaki bilgileri yorumlayacak olursak; erkek öğrencilerin kız öğrencilere kıyasla hocaların daha resmi giyinmesini tercih ettikleri ve onlara güvenlerinin daha fazla olduğunu görüyoruz. Erkek öğrenciler hocanın kıyafetinin hoca hakkındaki düşüncelerini etkilediğini dile getirirken, bayan öğrenciler hocanın kıyafetinin hoca hakkındaki düşüncelerini etkilemediğini, erkek öğrenciler bayan hocaların aksesuarlarından çıkan sestem rahatsız olduklarını, fakat bayan öğrenciler bayan hocaların aksesuarlarından çıkan sestem rahatsız olmadıklarını belirtmişlerdir. Erkek öğrenciler derse gelen hoca ile kafasındaki hoca imajı arasında şaşkınlık yaşadığı bir olaya kızlara oranla daha çok rastlamışlardır. Bu tablodan, bayanların erkeklere göre dış görünüm ve kıyafetler konusunda daha olumlu olduğu, hocaların kıyafetlerinin veya aksesuarlarının onları erkek öğrencilere göre daha az etkilediği söylenebilir.

8.3.4 Öğrenim Sınıfının Dış Görünüm Algısına Etkisi

Bu çalışmadaki anketler dört yıllık fakülte öğrencilerinin sadece birinci ve dördüncü sınıflarına uygulanmıştır. Çünkü yıllar geçtikçe öğrencilerin hocaların dış görünüşleri ile ilgili algılamalarında değişiklik olacağı varsayılmıştır. Orta ve lise öğreniminde daha resmi giyimli hocalara alışan bir öğrencinin birinci sınıfta ne gibi beklentiler içinde olacağı, son sınıfta üniversite hayatının getirdiği rahatlığa uyum sağlayıp sağlamadığı araştırılmak istenmiştir. Ancak yapılan t-test analizi sonucu sadece iki soruda iki grup arasında anlamlı farklılık bulunmuştur.

Tablo 2. Sınıfın Etkisi

1.Mesleki derslerde hocaların önlük giymesini gereksiz buluyorum.			
	n	X	SS
1.sınıf	88	2,12	1,12
4.sınıf	112	2,76	1,29
t=-3,693 p=0,000			
2. Hocanın kişisel bakımına özen gösterip göstermediğini anlarım.			
	n	X	SS
1.sınıf	133	3,75	1,15
4.sınıf	132	3,47	1,07
t=2,059 p=0,041			

Bazı fakültelerde bazı hocaların mesleki derslerde önlük giymesini tercih etmeleri konusunda öğrencilerin ne düşündüğünü analiz ettiğimizde, dördüncü sınıf öğrencilerinin bu uygulamayı gereksiz bulduğunu belirttiğini görüyoruz. Her fakültede önlük uygulaması olmadığı için bu soruya cevap verenlerin sayısı daha düşük çıkmıştır. Sonuç itibarıyla hem birinci sınıf öğrencilerinin hem de dördüncü sınıf öğrencilerinin ortalamasının 3'ün altında 2'ye yakın olması öğrencilerin hocaları önlüklü görmekten hoşlanmadıkları anlamına gelebilir.

Birinci sınıf öğrencilerinin hocaları daha dikkatli incelediği, hocanın kişisel bakımına özen gösterip göstermediği konusunda daha çok yorum yaptığı görülmektedir. Dördüncü sınıfta ise bu özellik daha azalmaktadır. Belki birinci sınıf öğrencilerinin ilk yıllarında hocalarını daha eleştirel gözle ve dikkatle takip ettiği, yıllar geçtikçe son sınıfta hocaların tarzlarına alışmış olmanın da getirdiği bir yaklaşımla daha az dikkatli oldukları söylenebilir.

8.3.5. Fakültenin Dış Görünüm Algısına Etkisi

Öğrencilerin öğrenim görmekte oldukları fakültenin, hocaların dış görünüşlerinin algılanmasında etkili olup olmadığını analiz etmek amacıyla ANOVA testi uygulanmış 6 soruda fakülteler arasında fark olduğu tespit edilmiştir. Farkların hangi fakültelerden kaynaklandığını tespit etmek amacıyla yine ANOVA testi aracılığıyla Post Hoc Tests Tukey-b değerlerine bakılmıştır. Daha sonra fakültelerin ortalamaları kıyaslanarak farka sebep olabilecek nedenler değerlendirilmiştir.

Tablo 3.1. Resmi Kıyafete Olan Güven Duygusu

1.Resmi giyimli hocaya güvenim artar.			
	n	X	SS
İİBF	43	3,27	1,43
MMF	35	3,31	1,38
TEF	34	3,82	1,26
FEF	42	2,71	1,27
İLAHİYAT	37	2,51	1,50
ZİRAAT	37	3,37	1,31
TIP	40	2,37	1,14
GSF	39	2,25	1,16
F=6,868 p=0,000			

Hocaların resmi giyinmesi konusunda Tıp-GSF ile İİBF, MMF, TEF, Ziraat fakülteleri arasında fark olduğu görülmektedir. Yukarıdaki tablo incelendiğinde bunun nedeninin Tıp ve GSF'nin ortalamalarının en düşük ortalamalar olmasından kaynaklandığı görülmektedir. Yani tıp ve GSF öğrencileri resmi giyimli hocalara güvenlerinin artmadığını belirtmektedirler. TEF öğrencileri ise en yüksek ortalamaya sahip olarak resmi giyinen hocalara en çok güvenen grup olarak karşımıza çıkmaktadır. Tıp ve GSF öğrencileri, daha esnek, daha rahat ve daha sıra dışı olmayı tercih ettikleri için resmiyete karşı olabilirler. Resmi giyimli olmak bu öğrencilerin gözünde artı puan getirmemektedir.

Tablo 3.2. Öğrencilerinkine Benzer Kıyafetlerin Etkisi

2.Hocanın biz öğrenciler gibi kıyafetler giymesi kendimi ona daha yakın hissetmemi sağlar.			
	N	X	SS
İİBF	42	3,23	1,16
MMF	34	3,14	1,18
TEF	32	2,75	1,27
FEF	42	3,04	1,41
İLAHİYAT	36	2,41	1,46
ZİRAAT	35	2,65	1,16
TIP	40	2,67	1,04
GSF	39	3,71	1,27
F=4,146 p=0,000			

Bu tabloda görüldüğü gibi hocaların öğrenciler gibi giyinmesi konusunda en farklı görüşe sahip olan iki grup İİBF ve İlahiyat Fakültesi öğrencileridir. İİBF öğrencileri ve bunun yanında MMF, GSF ve FEF öğrencileri 3'ün üzerinde ortalamalarıyla hocaların kendileri gibi giyinmesini tercih ettiklerini, İlahiyat ve TEF, Ziraat, Tıp Fakülteleri hocaların öğrencileri gibi giyinmesinin hocalara yakınlık duymak açısından bir etkisi olmadığını belirtmektedirler. Bu da İİBF, MMF, FEF ve GSF öğrencilerinin hocalarını kendileri gibi kıyafetler giydiğinde kendilerine daha yakın hissettikleri, belki hoca-öğrenci ilişkisinin bu fakültelerde daha yoğun olduğu konusunda bir yorum ortaya çıkarmaktadır.

Tablo 3.3. Resmi Kıyafeti Tercih Etme Durumu

3.Hocanın derse gelirken resmi kıyafetler giymesini tercih ederim.			
	n	X	SS
İİBF	43	3,00	1,34
MMF	35	3,22	1,35
TEF	34	3,73	1,10
FEF	42	2,73	1,23
İLÂHİYAT	38	3,00	1,47
ZİRAAT	37	3,40	1,16
TIP	40	2,52	0,98
GSF	38	2,23	1,12
F=5,631 p=0,000			

Hocaların derse gelirken resmi kıyafet giymesini en yüksek ortalamaya sahip olan TEF isterken, en düşük ortalamaya sahip olan GSF istememektedir. Bu da fakültelerin karakterleriyle uyumlu bir sonuç olarak görülmektedir. GSF daha çok yaratıcı alanları barındıran, renkli, görselliğe önem veren bir fakülte iken, TEF teknik bir fakülte olmanın getirdiği yaklaşımla formal tarzı daha çok benimsemektedir. Ayrıca FEF ve Tıp Fakültesi hocaların resmi giyinmesini tercih etmemektedir. Bu da bu fakültelerde daha çok deneysel ve uygulamalı bilimlerin yer almasından, resmi giyinmenin pek pratik ve etkin olamamasından kaynaklanmaktadır denilebilir. Bu sorunun sonuçları yukarıdaki hocalara güven konulu birinci sorunun sonuçları ile paralellik arz etmektedir.

Tablo 3.4. Sürekli Aynı Kıyafetin Giyilmesinin Etkisi

4.Hocanın her derste aynı kıyafeti giymesi beni rahatsız eder.			
	n	X	SS
İİBF	42	2,42	1,39
MMF	35	2,85	1,35
TEF	32	3,06	1,34
FEF	42	3,14	1,50
İLÂHİYAT	38	2,71	1,48
ZİRAAT	37	2,72	1,48
TIP	39	3,28	1,21
GSF	39	3,76	1,13
F=3,601 p=0,001			

Bu tabloda en büyük fark yine GSF'den kaynaklanmaktadır. GSF öğrencileri hocaların her derste aynı kıyafeti giymesinden rahatsız olacaklarını belirtmektedirler. Bu da yine GSF'nin daha özgün, daha yaratıcı ve daha görsel bir fakülte olması nedeniyle öğrencilerin yeniliğe ve değişime açık ve istekli olmalarından kaynaklanmaktadır. Bunun yanında tıp, FEF, ve TEF de 3'ün üzerinde ortalamalarıyla hocaların her derste aynı kıyafeti giymelerine karşı olduklarını belirtmektedir. Ziraat, İlahiyat, MMF ve İİBF öğrencileri ise bu görüşe çok katılmamakta, hocaların her derste aynı kıyafeti giymesinden rahatsız olmayacaklarını belirtmektedirler.

Tablo 3.5. Şıklığın Etkisi

5.Hocanın derse şık gelmesi derse verdiği önemi gösterir.			
	n	X	SS
İİBF	42	3,71	1,36
MMF	35	3,82	1,01
TEF	34	3,67	1,42
FEF	40	3,47	1,37
İLÂHİYAT	37	3,13	1,51
ZİRAAT	36	3,33	1,39
TIP	39	2,92	1,24
GSF	38	3,63	1,23
F=2,091 p=0,044			

Bu soruda gruplar arasındaki fark çok anlamlı olamamakta beraber(p=0,044) sadece tıp fakültesinin ortalamasının biraz düşük olduğu görülmektedir. Genel olarak tüm fakülteler hocanın derse şık gelmesinin derse verdiği önemi gösterdiğini düşünmektedir. Bu düşünceye en yüksek ortalamaya sahip olan İİBF ve MMF öğrencileri en çok katılmaktadır.

Tablo 3.6. Saç Renginin Etkisi

6.Sıra dışı saç rengi olan hocaların daha özgüvenli olduğunu düşünüyorum.			
	n	X	SS
İİBF	44	2,18	1,35
MMF	35	2,68	1,13
TEF	34	2,61	1,43
FEF	42	2,42	1,51
İLAHİYAT	38	1,94	1,18
ZİRAAT	37	2,21	1,22
TIP	40	3,62	4,94
GSF	38	2,97	1,44
F=2,351 p=0,024			

Analiz sonuçlarında özellikle iki fakülte arasında fark olduğu gözlenmiştir. Tıp fakültesi öğrencileri sıra dışı saç rengi olan hocaların daha özgüvenli olduğunu düşünürken, ilahiyat fakültesi öğrencileri bu görüşe katılmamaktadır. Diğer fakülteler içinde de en yüksek ortalamaya sahip olan tıp fakültesinin bu görüşe katılmasının nedeni, belki tıp fakültesini seçen öğrencilerin de okudukları alan gereği sıra dışı olmayı sevindiklerinden, özgüvenin dışı vurumunda farklılığın etkili olduğunu düşünmelerinden kaynaklanıyor olabilir.

9. SONUÇ

Giyim, kullanılan renkler ve aksesuarlar, saç tarzı, davranış biçimi vb. karşı tarafa hakkımızda pek çok ipucu vermektedir. İlk intiba dediğimiz ilk karşılaşma anında oluşturduğumuz izlenim insanların hafızalarında uzun süre hatta bazen kalıcı olarak yerleşmektedir. Genel olarak imaj diye nitelendirebileceğimiz bütün bu unsurlar hem günlük hayatımızı, hem sosyal ilişkilerimizi hem de iş hayatımızı etkilemektedir. Her insan dış görünüşünün etkisi altında kalmakta, buna göre değerlemeler, yargılamalar yapmaktadır. İmaj yönetimi dediğimiz kavramla kendimizi dışarıya daha doğru yansıtmayı başarabiliriz.

Bu çalışmada insanların kişileri değerlendirirken dış görünüşlerinin, giyim tarzlarının, saçlarının vb. ne kadar etkili olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla üniversite öğrencilerinin öğretim üyelerini değerlendirmeleri istenmiştir. Birinci sınıf ve dördüncü sınıf öğrencileri ankete tabi tutulmuş böylece öğrenim hayatında yıllar geçtikçe dış görünüm algısıyla ilgili bir değişiklik olup olmadığı tespit edilmek istenmiştir.

Birinci sınıf öğrencileri öğretim üyesinin kişisel bakımına daha çok dikkat ettiklerini belirtmişlerdir. Dördüncü sınıf öğrencileri bu görüşe pek katılmamıştır. Bu da okula yeni başlayan birinci sınıf öğrencilerinin dış görünüm konusunda daha dikkatli olduğu, yıllar geçtikçe dördüncü sınıf öğrencilerinin bu kaygılarının azaldığı söylenebilir. Bazı fakültelerde mesleki derslerde öğretim üyelerinin önlük giymesi konusunda birinci ve dördüncü sınıf öğrencileri farklı düşünmektedir. Dördüncü sınıf öğrencileri bunun gereksiz bir uygulama olduğunu düşünürken, birinci sınıf öğrencileri bunun aksini düşünmektedir. Yıllar içinde dördüncü sınıf öğrencileri öğretim üyelerinin önlük giymesinin gereksiz olduğu yargısına varmışlardır.

Cinsiyete göre dış görünüm algısının değişeceği varsayımıyla yapılan analizlerde beklentimizin aksine erkek öğrencilerin bu konuda daha duyarlı oldukları sonucu ortaya çıkmıştır. Bayanlar, öğretim üyesinin kıyafetinin kendisi hakkındaki düşüncelerini etkilemediğini söylemektedir. Erkek öğrenciler ise öğretim üyesi hakkındaki düşüncelerinin kıyafetten etkilendiğini belirtmişlerdir. Erkek öğrenciler öğretim üyesinin derse resmi kıyafetle gelmesini tercih ettiğini, bu durumda öğretim üyesine olan güveninin arttığını belirtmiştir. Ayrıca erkek öğrenciler bayan hocaların aksesuarlarının çıkardığı sestem rahatsız olduklarını, kafalarındaki hoca imajıyla derse gelen hoca arasında şaşkınlık yaşadıkları bir durumla karşılaşmalarını belirtmişlerdir.

Fakülteler arası farklar incelendiğinde en çok GSF'den kaynaklanan farklılıkların ortaya çıktığı görülmektedir. GSF öğrencileri resmi giyimli hocalara güvenlerinin artmadığını ve öğretim üyelerinin derse gelirken resmi giyinmesini tercih etmediklerini belirtmişlerdir. Bu da GSF öğrencilerinin ve öğretim üyelerinin daha yaratıcı, daha esnek, daha sıra dışı alanlarla ilgili olmalarının getirdiği rahatlıkla resmi giyimi kendilerine uygun bulmadığı sonucunu doğurmaktadır. Yine bu sorularla paralel olarak GSF öğrencileri 3,71 gibi en yüksek ortalamayla hocaların öğrencilerin tarzı gibi giyinmelerini tercih ettiklerini belirtmektedir. Resmi giyinmesini istemediği hocaların, öğrenciler gibi daha spor, daha rahat, daha dinamik giyinmeleri öğrencileri daha memnun edecektir denilebilir. Yine GSF öğrencileri 3,76'lık en yüksek ortalamayla, hocaların her derste aynı kıyafetleri giymesinden rahatsız olacaklarını belirtmektedir. Buradan, GSF öğrencilerinin yeniliğe ve değişime daha açık ve istekli oldukları, hocaları her gün aynı kıyafetle görmekten sıkıntı duyacakları belirtilebilir.

Tüm fakültelerin öğrencileri, öğretim üyesinin derse şık gelmesinin derse verdiği önemi gösterdiğini düşünmektedir. Sadece tıp fakültesi diğer fakültelerden daha düşük bir ortalamaya sahiptir. Bu da belki tıp fakültesinde daha çok beyaz önlüğün tercih edilmesinden kaynaklanıyor olabilir.

KEKLİK

Öğretim üyesinin saç renginin sıra dışı olmasının bir özgüven göstergesi olduğu konusunda tıp fakültesi öğrencileri hemfikirken, ilahiyat fakültesi öğrencileri bu görüşe katılmamaktadır. İlahiyat fakültesi öğrencilerinin daha konservatif olması nedeniyle sıra dışı saç rengine olumlu bakmadıkları söylenebilir. Geleneksel yaklaşımı daha çok benimsedikleri, literatür kısmında verilen bilgilere uygun düşündükleri belirtilebilir. Doğru bir saç tarzı, kişinin yüzünün şekline ve rengine, yaşına, boyuna, hayat tarzına, saçın dokusuna ve kalınlığına uygun olmalıdır. (Harmancı, 2009, 215)

Sonuç olarak, tüm öğrenciler öğretim üyelerinin kişisel bakımına dikkat etmesi gerektiğini, derse şık gelmelerini beklediklerini çünkü derse olan konsantrasyonunu etkilediğini ve iyi giyinirse derse daha çok motive olduğunu, öğretim üyesinin kıyafetlerinin düzgün olmasının ona karşı saygısını artırdığını belirtmektedirler. Öğretim üyesi sadece bilgi öğreten konumundaki kişi değil aynı zamanda öğrencilere örnek olması gereken toplumsal sorumluluk taşıyan kişidir. Kişinin kendine ve karşısındaki kişilere saygısının bir ifadesi olan giyim ve dış görünüş öğretim üyelerinin özen göstermesi gereken bir konudur. Hem derslerin verimliliğinin artışında hem öğretim üyesi-öğrenci ilişkilerinin daha etkin olması yönünde dış görünüşün önemli bir etken olduğu görülmektedir.

Bu çalışmada sözsüz iletişim unsurlarından giyim, saç, aksesuar ve renkler üzerinde durulmuştur. Beden dili, hal hareket tavır gibi diğer sözsüz iletişim unsurları veya sözlü iletişim unsurları da ayrıca çalışma konusu olarak ele alınabilir. Böylece yeni yapılacak çalışmalarla bu çalışma bütünlük bir sonuç ortaya koyabilecektir.

KAYNAKÇA

- ALTINTAŞ E., ÇAMUR D., (2001), *Beden Dili*, Ankara.
- BARUTÇUGİL İ., (2002), *İş Hayatında Kadın Yönetici*, İstanbul:Kariyer Yayıncılık.
- BRANNON, E. L., (2000), *Fashion Forecasting: Research, Analysis and Presentation*, Fairchild Publications Inc., New York.
- CARNEGIE D., (2010), *Söz Söyle ve İş Başarma Sanatı*, İstanbul: Epsilon Yayınları
- CONDRILL J., BOUGH B., (2005), *Ne Demek İstiyorsunuz? Etkili İletişimin Yaratıcı ve Pratik Yolları*, İstanbul: Sistem Yayıncılık
- CRANE D., (2003), *Moda Gündemleri:Giyimde Sınıf, Cinsiyet ve Kimlik*, İstanbul:Ayrıntı Yayınları
- ÇAKIR, Ö. (2004), *Profesyonel Yaşamda Kişisel İmaj*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- ÇAKIR, Ö. (2009), *Ben Ne Giydiğimi Biliyor Muyum?*, İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- DAVİS F. (1997), *Moda, Kültür ve Kimlik*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları
- DİNÇER KER M.(1998), *İş Yaşamında ve Özel Yaşamda Kişisel İmaj*, İstanbul:Alfa Yayınları.
- EKEN A., (2007), *Cildinizi Kırıştırmayın:Maksimum Güzellik ve Bakım Günlüğü*, İstanbul: Prestij Yayınları
- ERTÜRK, N., “Moda Kavramı, Moda Kuramları ve Güncel Moda Eğilimi Çalışmaları”, Süleyman Demirel Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi, Mayıs 2011.
- FLÜGEL, J. C. (1930), *The Psychology of Clothes*, Londra: Hogarth Press.
- GÖZLER, Ö. (2006), “Her Şirkete Bir Giyim Kodu” <http://www.capital.com.tr/her-sirkete-bir-giyim-kodu-haberler/19181.aspx>. (25.11.2011)
- HARMANCI, M. (2009), *İş'te İmaj Faktörü*, İstanbul: Nesil Yayınları.
- KAĞITÇIBAŞI, Ç. (1999), *Yeni İnsan ve İnsanlar*, İstanbul: Evrim Basım Yayın Dağıtım.
- KIRZIOĞLU GÖRGÜNAY N.,(1992), *Giyim Sanatı ve Kişisel Görünüm*, Ankara:Gazi Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi.
- MALLOY J.T., “Dress for Success”, Warner Books Edition, 1988.
- NASKALİ GÜRSOY E.(2007), *Ayakkabı Kitabı*, İstanbul: Kitabevi.
- ÖLMEZ N.F., (2010), “Tekstillerde Renkler Üzerine Simgesel ve Alegorik Bir Değerlendirme”, SDÜ Türk Sanatları Araştırmaları Dergisi, Sayı 1, Cilt 1, s. 17-24.
- ÖZKAN, Z. (2009). *Kazandıran Beden Dili Görüntünüz Size Karşı Olmasın (4. Baskı)*, İstanbul: Hayat Yayınları.
- ÖZŞEKER, R. (2008). “Dikkat! Giysileriniz Konuşuyor” *Kariyer Dergisi*, Mayıs 2008, <http://www.kigem.com/content.asp?bodyID=5166&G=1.>, (25.11.2011).
- SAMPSON, E. (1995), *İmaj Faktörü*, İstanbul, Rota Yayıncılık http://yuksekhedef.com/kozet/is/imaj_faktoru.htm (25.11.2011)
- SAMPSON, E.(1999), *30 Dakikada Doğru İzlenim Bırakma*, İstanbul: Damla Yayınevi.
- SAYGIN, O.(2006), *Etkili İletişimin 6 Temel Yolu-İnsanları Tanıma Sanatı*, İstanbul: Yakamoz Yayınları.
- SAYGIN, O.(2007), *Renklerle İnsanları Tanıma Kılavuzu*, İstanbul: Hayat Yayınları
- ŞAHİN Y.,(2006), *1920-1930 Yılları Arasında Türkiye’de Kadın Silüetinde Moda Anlayışı ve Değişimler*, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Yayınları

- TAT, M. (2007), “Zihin Dili Programlaması (NLP)’nin Kişisel gelişim ve Kişilerarası İletişim Üzerindeki Etkileri”, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir.
- TÜRKOĞLU S., (2003), “Anlatım ve Deyimlerde Renklerin Dili”, Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı 8, s.277-290.
- VEGA, L. (2010), The Image of Success:Make A Great Impression and Land the Job You Want, E-Book, AMACOM, Safari Books Online.
- YURDAKUL S.,URAL Ö.(2008), “İletişimde Giyimin Yeri”, Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı 23, s.44-54.