

İtibar “Değerler” Üzerine İnşa Edilir

İtibar dendiğinde ne anlıyoruz? İtibarı nasıl çerçevelemek, nasıl kavramsallaştırılmak gerekir diye düşündüğümüzde itibar kavramının son yıllarda çok öne çıkan bir konu olmasına rağmen yeni bir kavram olmadığını kabul etmemiz gerekir.

İtibar, insanoğlunun toplum halinde yaşamaya, birbiriyle ilişki kurmaya, iş yapmaya başladığı an ortaya çıkmış bir kavramdır. Eğer bir şekilde ilişki kurduğunuz kişiye güvenmez, dediklerine inanmaz, o kişiyi beğenmez, sevmez ya da takdir etmezseniz o kişi ile yola çıkmaz, onu dinlemezsiniz. Konu aslında bu kadar basit. Peki herkes herkesi beğenmeli ya da sevmeli mi? Elbette mecbur değiliz ancak çok geniş kitleleri ilgilendiren, etkileyen bir iş yapıyorsa, kurumun hitap ettiği kesimler tarafından beğenilmesi, sevilmesi, kabul edilmesi ve benimsenmesi gerekir yani **“Güvenilmesi”** gerekir. Kurumun ya da markanın bir teminatı olması gerekir örneğin; çalışanların dürüst bir şirkette çalıştığına dair inancı olması gerekir. İşte itibar dendiğinde bu ve benzeri konulardaki algılardan bahsetmekteyiz.

İtibar oldukça önemli bir konudur çünkü itibar kaybedildiği zaman geriye hiçbir şey kalmaz! İtibarı, hem birey, hem kurum, hem marka olarak hangi temeller üzerine inşa etmemiz gerektiği noktasında karşımıza **“Değer”** kavramı çıkmaktadır. Bize yol gösterecek olan, kılavuz niteliğinde olan kavram **“Değer”**dir.

Bir hayatı çok farklı şekillerde yaşayabileceğimiz gibi bir işi de çok farklı yöntemlerle yapabiliriz. **“Bizim”** yaşam seçimimiz ya da iş yapış tarzımızın hangi değerler doğrultusunda belirleneceği sorusu gündeme geldiğinde çok önemli kararların verilmesi gerekmektedir. Bu nedenle kurumsal değerlerin belirlenmesinden önce kişi kendi değerleri ile ilgili bir sorgulama sürecinden geçmelidir; neler yaptığını, kendisi için doğru ve yanlış olanın ne olduğunu, limitlerinin ne olduğunu ve durduğu noktayı sorgulamalıdır. Bu soruları sorarak kişi varoluşunu yani kendisini yeniden tanımlamalıdır. Ne yazık ki bizler felsefi bir takım meselelerle alakalı ciddi bir düşünsel çaba içerisinde olmuyoruz. Bu çaba geçmişte eğitim programları içerisinde fazlasıyla yer alırken, yarışma esaslı bu eğitim sistemi içerisinde giderek önemini ve anlamını yitirdi. Bu sebeple olaylara yaklaşımımız giderek pragmatik bir hal aldı; şu işi yaparım, bu parayı kazanırım gibi, peki ya sonra? Başkalarının yaptıklarını yaparak doğru olduğunu düşündüğümüz bir yolda ilerliyoruz ve günümüzde bu tarz bir hayat formasyonu içerisinde yaşıyoruz. Farklı olana tahammül edemiyoruz örneğin, ve bu sadece etnik, dinsel, cinsel farklılıklar ile alakalı konularda da değil üstelik, bir işi usulüyle yapan kişi ya da kurumlar model olarak düşünce yapımıza uyduğu takdirde onun dışında kalan örnekleri **“farklı”** olduğu için kafadan reddediyoruz. Çünkü seçmiş olduğumuz örneğe göre kendimizi şekillendiriyor ve onun doğrularını kendi doğrularımız olarak kabulleniyor, bu çemberin dışında kalanları yok etmeye çalışıyoruz. Yok etmeye çalışıyoruz çünkü benimsediğimiz rol model dışındakiler bize değişikliği, bütün bildiğimiz şeyleri değiştirmeyi öneriyor ve biz bu değişim önerisini büyük bir tehdit olarak algılıyoruz. Bu durumda ise değişime açık olmak yerine adamı değiştirmeyi daha kolay buluyoruz. Değişen dünyanın sözcülerinin söylediklerini anında reddediyoruz.

Değerlerimizi sorgularken öncelikle **“değişime direnme”** değerimizin olup olmadığını sorgulamamız gerekiyor. Ancak hayat o kadar güçlüki **“değişime direnme”** değeriniz olsa dahi istesenyizde istemesenyizde değişmek zorunda kalıyorsunuz. Çünkü başka türlü hayata devam etmek mümkün değil; değişim esas!

New York'ta **“Occupy Wall-Street”** ayaklanması adaletsiz bir hayata sebep olan sisteme olan başkaldırıdır. Amerika'da ilk defa Vietnam Savaşı döneminden bu yana polisin bir sokak gösterisine müdahale edişine tanık olduk. Demek ki Amerika'da bile bir tepki dile gelebiliyor ve o tepkiye karşılık polis şiddet kullanabiliyor; bir şeyler değişiyor yani! O nedenle değerlerimiz de değişebilir sonuç olarak bizim değişime karşı koyma tutumumuz değişmek zorundadır, **“varolan iyidir”** şeklinde tanımlanabilen kavramın yerini **“değişim iyidir”** kavramına bırakabilir, bırakması gerekir.

Occupy Wall-Street hareketini de dikkate alarak **“yeni değerler”**in neler olduğuna bakmak gerekir; bu çağın insanı, toplumları ve iş alemi hangi değerleri öncelikli olarak dikkate almalıdır? Bunlardan ilki gizem, öyküdür yani bir değer olarak **“hikaye”**... Eğer iletişimden, ilişkiden, birlikte yaşamaktan söz ediyorsak bileceğiz ki birlikte yaşayanların birlikte ürettikleri bir hikaye vardır. Bu hikayelerin dinlenmesi, kulak kabartılması ve bu hikayelerden manalar üretilmesi söz konusudur. Her kurumun bir hikayesi vardır; departmanların, departmanlarda yaşayan insanların birlikte ürettiği hikayeler vardır, bu hikayeleri anlamak ve dinlemek gerekir. Burada gelmek istediğimiz nokta şudur; insanlara bir şeyler anlatmak ve kendimizi dinletmek istiyorsak bir hikaye anlatılması gerekmektedir. İnsanların duygularını harekete geçiren ve merak ettiklerine karşılık gelen hikayenin tasarlanıp dile dönüştürülmesi ve mümkünse yazıya dökülerek meraminin anlatılması gerekir. Hikayenin anlatılması başkalarıyla olan muhabbetinizin, münasebetinizin sağlanmasına, başkalarını anlamaya ve kendinizi insanca bir dille sunmaya yarar. Kurum, toplum ve insan gerçeği bu hikayelerin üzerinden yükselerek varolur. Atatürk de bu toplumda hikaye anlatmıştır, nutuk bunun en güzel örneğidir.

Kurumların yaşadığı krizleri düşünelim, evet her hikayede çatışma vardır, çatışma olmayan hikaye olmaz ama o çatışmanın yarattığı gerilimin nasıl adım adım, ilmek ilmek çözüldüğünü, çözülmesi için yapılanları anlatmanın da tadına varılmaz. İşte bizi ayakta tutan şey budur!

Dolayısıyla en önemli değer bu hikayeyi anlatacak hayat formasyonuna sahip olmak ve bunu bu şekliyle değerli kılabacak bir noktaya taşımak. İkinci nokta ise beş duyumuzu olabildiğince devreye sokmaktır yani ne göreceğim, dinleyeceğim, neye dokunup neyi tadacağım ve neyin kokusunu hissedeceğim çünkü duyu organlarımızı ne kadar işin içine dahil edersek hayat ile o derecede ilişkiye geçeriz. Bu nedenle yaptığımız iş ne olursa olsun bunun bir yaşam felsefesinin temel direklerinden biri haline dönüşmesi gerekmektedir. Paydaşlarınızı dinleyin, dinledikten sonra görün, dokunun onlara, ürününüzü önce siz tadın ve tadtırın, karşı taraftaki hazzı, yüzündeki ifadeyi farkedin, ona dokunarak onunla birlikte o anı siz de yaşayın. Kurumla, müşterinizle, ürünle, eşinizle, çocuğunuz ile beş duyunuzu kullanarak samimi bir ilişki kurmalısınız. Samimiyetin olmadığı zaman ne **“itibar”**dan ne de **“değer”**den bahsedilebilir. Hissedilmelisiniz!

İşin sırrı samimi olmaktır! Örneğin; bugün televizyona bir adam çıksa ve anlatmakta olduğu konunun uzmanı olmamasına rağmen jenerik cümlelerle konuşuyorsa, soru yöneltildiği zaman yüz ifadesinde bir şeyler değişiyorsa izleyici tarafından samimiyet eksikliği farkedilir. Oldukça net olduğu için televizyon örneğini verdim çünkü televizyonda bu mesele daha fazla hissedilir. Aslında ister sunuculuk yapın, ister

haber sunun, ister bir şirketi yönetin eğer ortada bir samimiyetsizlik varsa bunu gizlemenin yolu yoktur; televizyonda da gerçek hayatta da aynen böyledir. Gerçek hayatta belki bu kadar net ifade edilemeyebilir ancak samimiyetsizlik durumu söz konusu ise bu anlaşılır, adını konamayabilir belki ama mutlaka o kişi ile ilgili hissettiğiniz olumsuz bir şey vardır.

Gerçeği görününenin altında aramak gerekiyor. İletişimde de mesele bu; ne söylediğine değil onun altında yatana bakmak lazım, altındakine bakıldığı zaman samimiyet fazlasıyla öne çıkıyor.

Samimiyet konusu oldukça önemlidir. Peki nasıl samimi olacağız? Öncelikle inandığımız değerlerimizle ilgili net olmamız gerekiyor. Yani sadece trend ya da modern olduğu için diye değil kendi hayat görüşümüzü kendi dünya görüşümüzü kendi paradigmamızı yansıtan, tercihlerimize yön veren esasları, varsayımları düşünerek değerlerimizi belirlemeliyiz.

Bir diğer kavram ise **“heyecan”** yapılan iş ne olursa olsun çöşku ve heyecanın yüksek tutulması hem mutluluğu hem de başarıyı beraberinde getirir.

Heyecandan sonra ele alınması gereken bir diğer kavram ise **“yenilik tutkusu”**; yeni olana tutkulu olmak yeniye aramak! Yeni olana tutkuyla bağlı olmanın **“değişime karşı durmanın”** tam zıttı bir kavram olduğuna dikkat çekmek gerekir. Örneğin; pazarlama bölümünde çalışıyorsanız elinizdeki en sihirli sözcüğün **“yeni”** sözcüğü olduğu kabul edilen bir gerçektir. Bir şeye **“yeni”** dendiği zaman insanlar önce bir durur, sonra **“yeni”**yi değerlendirir kimi zaman da karşı çıkarlar.

Bileceğiz ki yaptığımız işi yeniden düşünüp farklı şekilde yapma arzusu, yeniye bulmak adına sonsuz bir çaba, mücadeleyi gerektirir ki bunu heyecanla ilişkili şekilde düşündüğümüzde ise bizi ayakta tutar. Mevlana'nın dediği gibi **“dün dün de kaldı cancağızım, bugün yeni şeyler söylemek lazım”**. Eski söylemlerle hayat güzelleşmez, elbette eskiye saygılı olacağız ancak **“yeni”**yi bulmak gerekmektedir. Bugünün tadı yenidedir, bugünün problemlerine yeni çözümler bulunması gerekir. Değerler meselesinde netleşme sürecindeyken bu kavramların hassasiyetle dikkate alınması gerekir.

Değişim, hikaye, samimiyet ve yeni kavramlarının yanısıra **“meydan okumak”** da oldukça önemli ve altı defalarca çizilmesi gereken bir kavramdır çünkü hayat ve bizim dışımızdaki herşey bizi yok etmek için var; en başta ise ölüm! İnsanın en büyük meydan okuma nedeninin öznesi ölümdür. Bir taraftan zaman akıp gidiyor, cebimizdeki para akıp gidiyor ve değer kaybediyor.

Ayakta kalmak, çocukça heyecanları yitirmemek için bizleri köşeye sıkıştıran her meseleyi kontrol etmeye çalışırız çünkü kontrol edebildiğimiz ölçüde güçlüyüz ve meydan okuyabiliriz, sesimiz gür çıkar. Eğer dürüstsek, hırsızlık yapmıyorsak kendi gücümüze başkalarının da gücünü katarak mücadele ediyorsak korkacağımız hiçbir şey yoktur. Biliyoruz ki korku korkuyu doğurur. Bir takım yanlışlıkları ısrarlı bir şekilde yapmadığımız takdirde korkacak bir şey yoktur. Burada mükemmel bir doğruluktan bahsetmiyorum elbette; her yanlışımız ve doğrumuz ile meydan okumaktan ama daha az yanlış yaparak meydan okumaktan bahsediyorum. Kendi yaptıklarımızı, başkalarının hayatlarını ya da kurgularını değerlendirerek ders almak gerekmektedir. İnsanı, hayatı ve başkalarını anlamaya çalışarak, daha iyi yaşamının yolu nereden geçiyorsa oraya doğru yol alınmalıdır.

Toparlamak gerekirse, hayatın meydanını okuyorsanız lidersiniz demektir. Lider demek; vizyon sahibi, geleceği bugünden tasarlayan kişi demektir ve tasarladığını başkalarına anlatıp arkasına insanları takan kişi demektir. Dolayısıyla lider inandırıcı olmalı, güvenilir olmalı, vizyon sahibi olmalı, geleceği görmeli ve hayatı bu şekilde hep proaktif bir güç ile yöneterek devam etmelidir. Liderliđin önündeki en büyük engel ise yaratıcılığı engelleyen “şey” herneyse “o”dur!

Prof. Dr. Haluk Gürgen

Bahçeşehir Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı

22 Aralık 2012