

İLETİŞİMİN TANIMI VE SÜRECİ

İLETİŞİMİN TANIMI

- İletişim; duygu, düşünce ya da bilgilerin bireyler, gruplar ve toplumlar arasında akla gelebilecek her türlü yolla (söz, yazı, görüntü, hareketler vb.) karşılıklı olarak aktarılmasıdır.

İLETİŞİMİN TEMEL FONKSİYONLARI

- İletişim bilgi taşır
- İletişim sağlıklı ilişkilerin kurulmasına yardım eder
- İletişim etkileşimi sağlar
- İletişim kararları taşır
- İletişim emirleri taşır
- İletişim geri bildirimime imkan tanır.

İLETİŞİMİN AMACI

- Anlaşmak
- Kişileri belirli bir konuda, kaynağın isteği doğrultusunda ikna etmek
- Herhangi bir konuda, fikir, düşünce, durum ya da olayla ilgili kişileri bilgilendirmek
- Yönetmek
- İnsanları motive etmek
- Harekete geçirmek (eyleme geçirmek)
- Eğlendirmek
- Duyguları paylaşmak vb

İLETİŞİMİN TEMEL ÖZELLİKLERİ

- *Sosyal etkileşim aracı olan **iletişim**, aynı zamanda insan ihtiyaçlarının doğurduğu, hatta insanın temel faaliyetlerinden biridir. İletişimin bazı temel özelliklerini aşağıdaki gibi verebiliriz.*
- **İletişim insan davranışlarının bir ürünüdür.**

Tüm insan topluluklarında iletişim olgusuyla karşılaşmış, hatta toplumların varlığı grupların devamlılığı için gerekli olan değişkenlerin başında iletişim gelir.

İnsan iletişim ihtiyacını sürekli duymuştur duymaya devam edecektir.

İLETİŞİMİN TEMEL ÖZELLİKLERİ

- **İletişim dinamik bir olgudur.**

(Kültürel yapıdaki değişime paralel olarak iletişim değişir. Zamanla bazı kelime ve kavramlar, yerini yenilerine terk eder.

Bilgi işlem sistemindeki gelişmeler, dokümanların değerlendirilmesinde yeni bir dili doğurur.

İnsan makine ilişkisi, iletişimde yeni kavramların gelişmesine yol açar.)

İLETİŞİMİN TEMEL ÖZELLİKLERİ

- İletişim belli kalıplara bağlıdır.

Genel kültürel yapıya bağlı olarak gruplarca oluşturulur ve kişilerin kabul etmeleri oranında süreklilik kazanır.

İşletmelerdeki iş emirleri veya bilgi formları

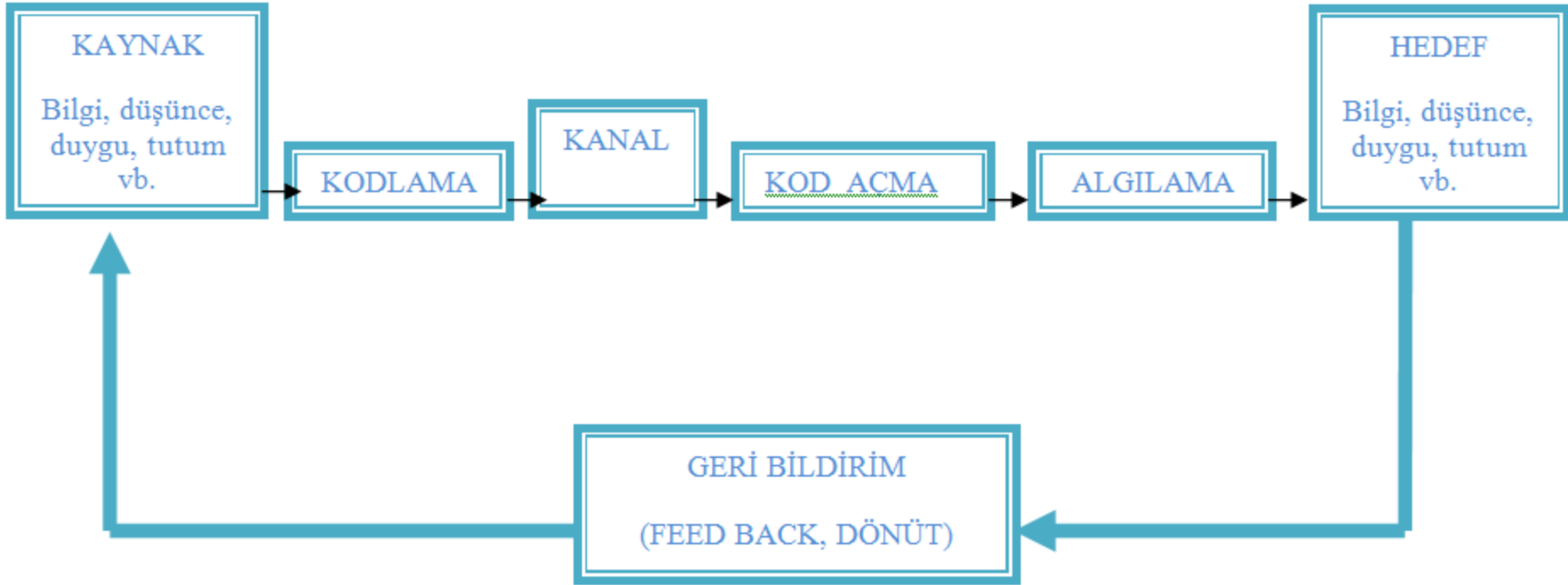
Makinelerin üzerine konan uyarı işaretleri , birer iletişim kalıbıdır.

İLETİŞİM SÜRECİ

İletişim sürecinin beş temel unsuru bulunmaktadır. Bunlar; kaynak, mesaj, kanal, alıcı ve geri bildirim (feed-back)“dir. İletişim sürecinde bu beş temel unsurunda yanında, ikincil unsurlar olarak iletişim sürecinde yer alan, kodlama-kod açma, algılama ve değerlendirme (filtre) ve gürültü unsurları da yer almaktadır.

- 1. Kaynak (Gönderici)
- 2. Mesaj
- 3. Kanal
- 4. Alıcı (Hedef)
- 5. Geribildirim
- 6. Kodlama-Kod açma
- 7. Algılama ve Değerlendirme (Filtre)
- 8. Gürültü

ÇEVRE KOŞULLARI
(GÜRÜLTÜ)



KAYNAK(GÖNDERİCİ)

- Bir iletişim sürecinin başlaması için öncelikle kaynağa ihtiyaç vardır; iletişim, kaynağın mesajı göndermeye başlamasıyla ortaya çıkar. Kaynak; mesajı gönderen, kişi, grup, örgüt veya kurumdur. Kaynak, göndermek isteğini mesajı önce zihninde oluşturur daha sonra bu oluşan fikri kodlayarak (sözcüklere, rakamlara, sembollere, işaretlere dönüştürerek) kanal aracılığı ile alıcıya gönderir.

KAYNAĞIN TAŞIMASI GEREKEN ÖZELLİKLER

- **Kaynak bilgili olmalıdır:** Kaynak göndereceği mesaj konusunda yeterince bilgi sahibi olmalıdır. Eğer kaynak mesajla ilgili yeterince bilgi sahibi değil ise, mesajı kodlama sürecinde başarısız olacak, bu durum da iletişim sürecini olumsuz etkileyecektir.
- **Kaynak kodlama özelliğine sahip olmalıdır:** Kaynak tarafından iyi kodlanmamış bir mesajın etkisi az olur, olmaz ya da beklenen davranış dışında başka bir davranışa yol açabilir. Kaynak mesajı kodlarken, kullandığı kelimelerin, işaretlerin, rakamların ve sembollerin anlamının ne olduğunu bilmelidir. Özellikle beden dili, jest ve mimiklerle yapılan iletişimde kaynak ve alıcının kültürel yakınlığı bulunmalı ve kaynağın bu kültürel kodlamalara hakim olması gerekmektedir.

KAYNAĞIN TAŞIMASI GEREKEN ÖZELLİKLER

- **Kaynak rolüne uygun davranmalıdır:** Kaynak sahip olduğu statü ve role uygun mesaj kodlamalıdır. Eğer kaynağın kodladığı mesaj, sahip olduğu role uygun değilse, bu mesaj alıcıda hiç etki yaratmaz ya da olumsuz etki yaratır.
- **Kaynak alıcı (alıcılar) tarafından tanınmalıdır:** Alıcılar kendilerine bir mesaj geldiğinde, bu mesajı gönderen kaynağı tanımak isterler. Alıcı kaynağı yakın tanıyor ve kaynak hakkında olumlu duygulara sahipse, mesaj alıcı üzerinde gerekli etkiyi oluşturur. Eğer, alıcılar kaynağı tanımıyor ya da olumsuz yönlerini biliyor ise, etkin bir iletişimin gerçekleşmesi zorlaşır.

MESAJ

- Kaynak tarafından kodlanarak alıcıya gönderilen, kaynak ve alıcı için **aynı anlamı taşıyan**, duygu ve düşüncelerin sembollerle ifade edilmesine mesaj denir. İletişim sürecinde kaynak **konusuyorsa** ise, mesaj duyulanlardır, **yazıyor ise**, okunulanlardır, **beden dilini kullanıyor ise**, görülenlerdir. Mesajın iletilmesinde, alıcının duyu organlarına ne kadar fazla ulaşırsa, mesajın etkisi o kadar fazla olur, bu sayede de iletişim daha etkili olur.
- Kaynağın gönderdiği mesaj ile alıcının algıladığı mesaj birbirlerine uygun ise 'tam iletişim' söz konusu olur. Kaynağın gönderdiği mesaja, orijinal mesaj; alıcının algıladığı mesaja ise algılanan mesaj denir. **Orijinal mesaj ile algılanan mesaj arasındaki fark azaldıkça iletişim etkili olur**, aralarındaki fark arttıkça iletişim sürecinde sapmalar meydana gelir.

MESAJIN TAŞIMASI GEREKEN ÖZELLİKLER

- Mesaj anlaşılır olmalıdır.
- Mesaj açık olmalıdır.
- Mesaj doğru zamanda iletilmelidir.
- Mesaj alıcıya gönderilirken uygun kanallar izlenmelidir.
- Mesaj, kaynak ve alıcı arasında kalmalı, iletişim sürecine başkaları dahil olmamalıdır.

KANAL

- **Kanal, mesajı kaynaktan alıcıya taşıyan araçtır.** Bir mesajın kaynaktan hedefe ulaştırılabilmesi için mutlaka bir kanala ihtiyaç vardır. İnsanların beş duyu organı (görme, duyma, dokunma, tatma, koklama) onların iletişim kanallarını oluşturur.
- Telefonla iletişimde kanal, telefon hatlarıdır. Sözlü iletişimde kanal, havadır. Bir iletişim sürecine en uygun kanalı seçebilmek için alıcının özelliklerini çok iyi bilmek gerekmektedir. Kaynak ve alıcı arasındaki bilgi aktarımı için hangi kanal uygunsa, o kanal kullanılmalıdır.

KANAL

- Örgütsel iletişimdeki kanallara bakacak olursak, **resmi (formel) kanallar ve resmi olmayan (informel)** kanallar olmak üzere ikiye ayrılır.
- Resmi kanallar, yönetim tarafından kabul edilen, emir komuta zinciri içerisinde işleyen, **işletme toplantıları, öneri ve şikayet kutuları** gibi araçların kullanıldığı kanallardır. Resmi kanallar, aşağıdan yukarıya (asttan üste) ve **yukarıdan aşağıya** (üstten asta) doğru işler.
- Resmi olmayan kanallar ise, dedikodu, söylenti ya da informel grupların konuşmalarıdır.
- Yöneticilerin görevlerini yerine getirirken resmi iletişim kanallarından yararlanırlar. Fakat her zaman sadece resmi kanallardan yararlanmak faydalı olmaz, zaman zaman yöneticilerin resmi olmayan iletişim kanallarını da kullanmaları gerekebilir.

ALICI (HEDEF)

- Kaynağın gönderdiği mesajı alan tarafa, alıcı yani hedef denir.

Alıcı, mesajı alır ve kodlanan sembolleri çözerek iletişim sürecini sürdürür. Eğer alıcı, mesajı algılamaz ise iletişim süreci tamamlanmaz. **Mesaj mutlaka alıcı tarafından algılanmalıdır.** Özellikle örgütsel iletişimde kaynağın gönderdiği mesajın, alıcı tarafından algılanması yetmez, alıcı harekete geçmeli ve mesajda istenen davranışı gerçekleştirmelidir.

Yani bir iletişim etkinliği, alıcının sadece mesajı algılamasına bağlı değildir, alıcı istenen davranışı gösterdiğinde iletişim daha etkin hale gelir. Ayrıca tam bir iletişimin gerçekleşebilmesi için, ***kaynak tarafından kodlanan mesajın alıcı tarafından aynı şekilde kodunun çözülmesi gerekmektedir.*** Yani alıcı, mesajdan kaynağın gönderdiği aynı anlamı çıkartmalıdır.

ALICININ TAŞIMASI GEREKEN ÖZELLİKLER

İletişim sürecinde başarı elde edilebilmesi için alıcının **aktif dinleme yeteneğine** de sahip olması gerekmektedir.

Aktif bir dinleyici olabilmek için;

- Sessizlik sağlanmalı,
- Her türlü önyargı, değerlendirme ve genellemelerden arınmış olunmalıdır.
- Konuşmacının sözü kesilmemeli,
- Sabırlı olunmalı,
- Kaynağa karşı empati gösterilmeli,

ALICININ TAŞIMASI GEREKEN ÖZELLİKLER

Etkin bir iletişim için alıcının sahip olması gereken özellikler şunlardır:

- Alıcı mesajı doğru algılayabilmelidir.
- Alıcı bilgi olmalı ve geri besleme yeteneğine sahip olmalıdır.
- Alıcı seçici olmamalıdır.
- Alıcı bulunduğu düzleme uygun davranmalıdır.
- Alıcı, kaynak olma özelliğini taşımalıdır.

KODLAMA-KOD AÇMA

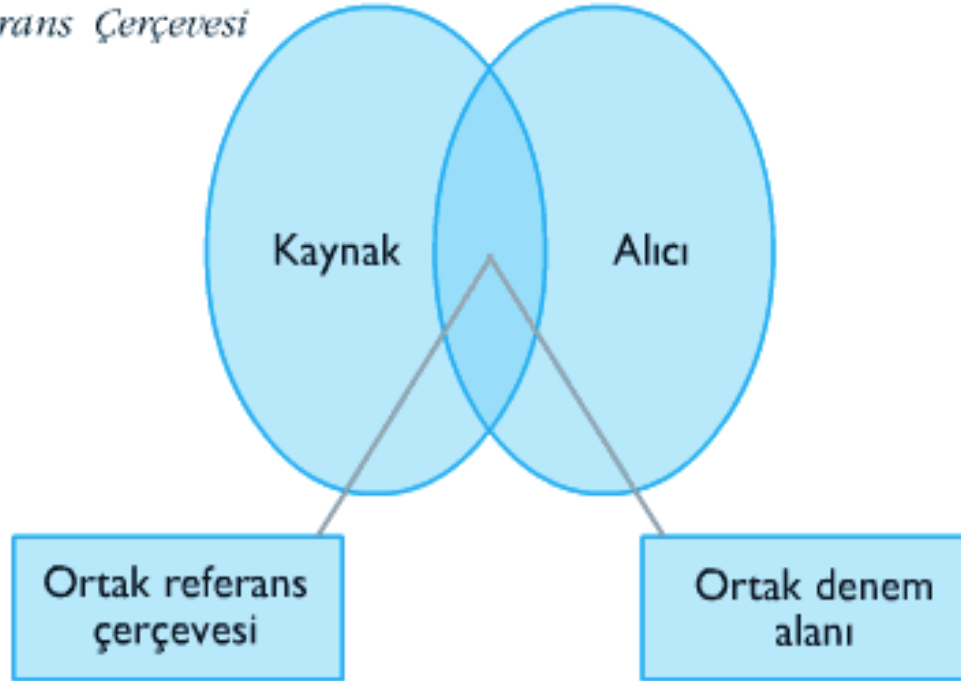
- Kaynağın alıcıya göndereceği mesajı, alıcı tarafından algılanabilecek bir şekle çevirmesine **kodlama** denir. Kaynak bir mesajı kodlarken, alıcının özelliklerini, bilgi ve deneyimlerini dikkate almalıdır.
- **Kod açma** ise, kaynak tarafından gönderilen mesajın kodunun çözülerek algılanmasına denir. **Kod açma işlemini alıcı, kodlama işlemini ise kaynak yerine getirir.**

KODLAMA-KOD AÇMA

- Kodlama ve kod açma işlemleri sırasında kaynak ve alıcının ortak bilgi birikimleri, deneyimleri ve kültürleri oldukça önemlidir.
- Kaynak ve alıcının ortak özellikleri artıkça kaynak tarafından kodlanan mesaj, alıcı tarafından kaynağın anlamlandığı şekilde çözülür. *Ama kaynak ve alıcı arasındaki ortak özellikler azaldıkça, kaynağın “X” olarak kodladığı mesaj, alıcı tarafından “Y” olarak algılanabilir.* Kaynağın ve alıcının bu ortak özelliklerinin kesiştiği yere **ortak izafet çerçevesi, ortak tecrübe alanı ya da ortak referans çerçevesi** denilmektedir.

Şekil 2.2

Referans Çerçevesi



ALGILAMA VE DEĞERLENDİRME (FİLTRE)

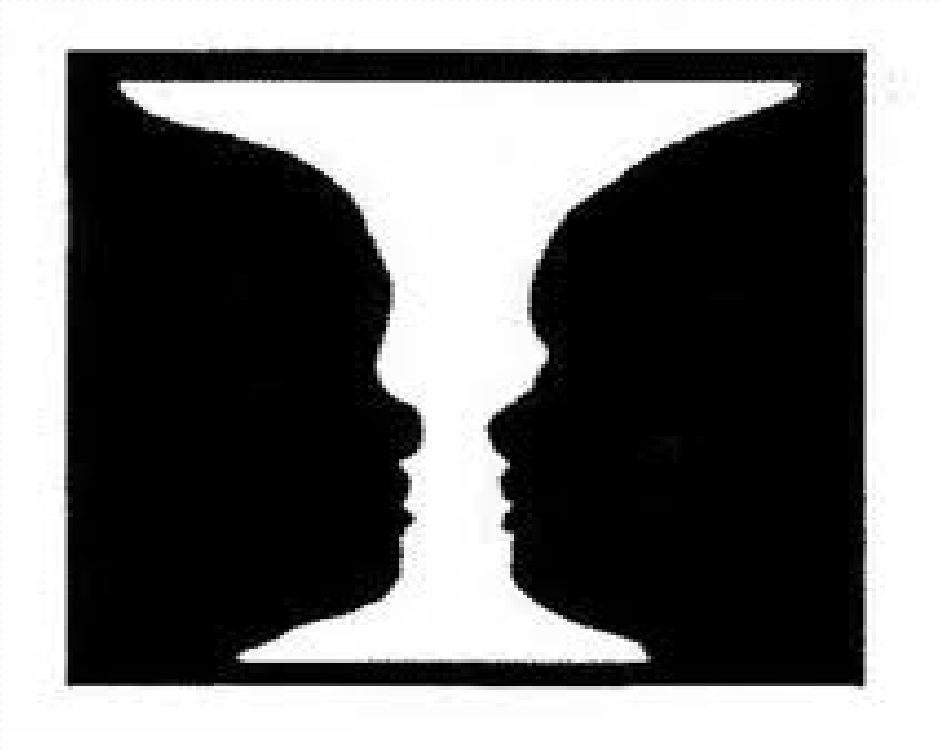
- İnsanların çevresindeki olayların farkına varması ve onları yorumlaması sürecine **algı** denilmektedir. Algı, kişinin bilgilerin, anlama, organize etme ve değerlendirme sürecidir. **Algılama süreci sayesinde kişi etrafındaki olaylara anlam verir.**
- Kişilerin, **beklentileri, geçmişleri, içindeki buldukları durum, toplumsal ve kültürel faktörler** gibi bir takım etkenler, kaynağın gönderdiği mesajın alıcı tarafından farklı algılanmasına neden olabilir.

ALGILAMA VE DEĞERLENDİRME (FİLTRE)

Algılama farklılıklarına yol açan unsurları, dışsal faktörler ve içsel faktörler olarak ikiye ayırabiliriz.

- Algılama farklılıklarına yol açan dışsal faktörler; hareketlilik, yoğunluk, tekrarlama, yenilik, benzerlik gibi faktörlerdir.
- Algılama farklılıklarına yol açan içsel faktörler ise; kişinin ihtiyaçları, değer yargıları, geçmiş deneyimleri, arzu ve istekleri, alışkanlıkları gibi faktörlerdir.







GERİ BİLDİRİM (FEED-BACK, DÖNÜT)

- Alıcının, kaynağın gönderdiği mesajına verdiği yanıtta **geri bildirim** denir. Etkin bir iletişimde geri bildirim olmalıdır.
- Geri bildirim olmadığı iletişim tek yönlü iletişimdir. İletişimin çift yönlü olabilmesi için alıcının geri bildirim vermesi gerekmektedir. **Çünkü kaynak, mesajının anlaşılıp anlaşılmadığını ancak geribildirim sayesinde ölçebilir.**

GERİ BİLDİRİM (FEED-BACK, DÖNÜT)

- İki türlü geri bildirim vardır. **Negatif geri bildirim** ve pozitif **geri bildirim**.
- Alıcının kaynağın gönderdiği mesajı anlamaması ya da eksik anlaması ve bu şekilde iletmesine **negatif geri bildirim**; alıcının kaynağın gönderdiği mesajı tam olarak algılaması ve kaynağa doğru şekilde iletmesine ise **pozitif geri bildirim** denir. Etkin bir iletişim sürecinde pozitif geri bildirim olmalıdır.

- Geri bildirim sürecinde, kaynağın gönderdiği mesaja cevap veren alıcı kaynak konumuna geçer. Yani, alıcı mesajın cevabını kodlayarak kaynağa iletir.

Etkin bir geri bildirim için sahip olması gereken özellikler şunlardır:

- Doğru zamanda iletilir.
- Kaynağa yardımcı olur.
- Kaynağın amacına ulaşmasını sağlar.
- Kaynağın gönderdiği mesajın tam karşılığıdır.
- Yapıcıdır.

Etkin olmayan bir geri bildirimde bulunan özellikler ise şunlardır:

- Mesajın tam karşılığı değildir, geneldir.
- Zamanlaması yanlıştır.
- Karmaşıktır.
- Yorum ağırlıklıdır.

GÜRÜLTÜ

- **Gürültü, iletişimi engelleyen, mesajın algılanmasını zorlaştıran her türlü durumdur.**

GÜRÜLTÜ

İletişimde üç tür gürültüden söz edebiliriz. Bunlar:

- Çevre koşullarının yol açtığı gürültü
(Örn: Trafik gürültüsü)
- İletişim kanalından kaynaklanan gürültü
(Örn: Mürekkebin kötü yazmasından kaynaklı, yazıların okunamaması)
- Semantik faktörlerden kaynaklanan gürültü
(Örneğin: Kelimelerin yanlış söylenmesi)