

İLETİŞİMDE ENGELLER VE ETKİNLİK

Tevfik YAĞCI¹
Prof.Dr. Mustafa UÇAR²

ÖZET

İletişim; bireyler, gruplar veya örgütler arasında çeşitli bilgi ve duygu iletimiyle ilgili ortak bir anlayış oluşturmak ve karşılıklı etkileşimi sağlamaktadır. İnsanlar sürekli birbirleriyle, çevre ve doğayla iletişim içerisindeyler. İletişimin beş ana ögesi vardır. Bunlar; gönderici(kaynak), mesaj, mesajın gideceği kanal ve bu mesajın muhatabı alıcı ile mesajın nasıl anlaşıldığının testi mahiyetindeki geribildirimdir. İletişim esnasında bu beş öğeden de kaynaklanabilen engeller bulunmaktadır. Etkin bir iletişim için iletişim engellerini bertaraf etmek gerekmektedir. İletişimde esas amaç; göndericinin gönderdiği iletiden kastettiği ne ise alıcının anladığı mananın da aynı olmasıdır. Bu durumda doğru ve sağlıklı bir iletişim gerçekleşmiş demektir.

Anahtar Kelimeler: İletişim, Gönderici, Mesaj, Mesaj Kanalı, Alıcı, Geribildirim, İletişim Engeli, Gürültü, Etkin İletişim

DISABILITY AND EVENT IN COMMUNICATION

ABSTRACT

Communication; individuals, groups or organizations to create a common understanding among the various information and transmission and provides a sense of interaction. People are constantly with each other, are in communication with nature and the environment. In communication there are five main elements These; sender (source), message, channel and feedback on the testing nature of the message will be understood how this message is addressed to the recipient of the message. There are also obstacles that can arise during the communication of these five elements. It is necessary to eliminate communication barriers to effective communication.

The main purpose of communication; What he means is the message from the sender that the recipient is not the same as man's understanding. In this case it means that the right place and smooth communication.

Keywords: Communication, Sender, Message, Message Channel, Receiver, Feedback, Communication Barriers, Noise, Effective Communication

1. İLETİŞİM KAVRAMI ÜZERİNE KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. İletişimin Tanımı

Temel amaç ve işlevi insanlar arasında bir ortaklık meydana getirme olarak belirleyebileceğimiz iletişim birçok biçimde tanımlanmıştır. İletişim kavramının neyi içerdiği konusunda bize genel bilgi verecek olan, araştırmacıların bu kavrama değişik açılardan bakmalarıdır(Hepkon, 2011:22).

¹ Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme ABD, tyagci@ksu.edu.tr

² Biruni Üniversitesi, mustafaucar@biruni.edu.tr

İletişim; bilgi ve düşüncelerin herkese aynı biçimde ve aynı değerinde anlaşılır duruma getirilmesi, paylaşılması ve karşılıklı etkinin sağlanmasıdır(Daldal,1978:4). İletişim'i, bir kurum, kuruluş veya bir örgüt içerisinde tüm üyeler ile faaliyetlerini birbirine bağlayan bilgi ağı olarak da isimlendirebiliriz. Bir şahıstan diğer bir şahsa bilgi, veri ve anlayış aktarması olan iletişim basit görünmesine rağmen bünyesinde pek çok problem taşıyan bir süreçtir(Koçel,1993:293).

1.2. İletişimin Önemi

Yönetimde etkinliği sağlayan araçlardan biri de iyi bir iletişim sisteminin var olmasıdır. İletişim; çalışanların ve işletmenin ortak hedeflere ulaşmasını kolaylaştıran yardımcı bir araç olmaktadır. Çalışanlar iletişim yoluyla işletmenin hedefleri hakkında ortak bir görüş ve anlayış birliğine varabilecekleri gibi bu hedeflerin gerçekleşmesi için gerekli işbirliğini de sağlayabilirler. İletişim bir işletmede çalışanlara mevcut durum hakkında bilgiler verdiği gibi yapılacak değişiklikler hakkında da bilgiler vererek çalışanların kendilerini yeni durumlara uydurmalarında yardımcı olur. İşletme içinde iş ilişkilerindeki gelişmeler iletişim yoluyla ilgililere aktarılabilir(Şenatalar,1978:311).

Nerede bir toplumsal ilişki varsa orada iletişim etkinliği bulunur. İletişim toplumu bağlayan bir ağıdır. İletişim sadece kişiler arasında değil, aynı zamanda ilişkiler arasında da bir ilişkiyi temsil eder(Erdoğan ve Alemdar,1990:164). İnsanlar sürekli olarak birbirleriyle etkileşim içindedirler. Bu nedenle insan davranışları bir bakıma toplumsal davranış olarak görülebilir, işte insanlar arasındaki etkileşimi sağlayan araç iletişimidir. Böylelikle kişiler algılarını, isteklerini, duygu ve değerlerini, tutumlarını ve ihtiyaçlarını açığa vurabilirler. Bu gibi davranışsal özellikler insan eylemleri yoluyla diğerlerine iletilmektedir(Can,1992:241).

Bir sosyal yapı içinde iletişim sistemine gerek duymayan hiçbir iş düşünülemez. Çünkü iletişim, bir insandan başka bir insana bilgi ve anlayışın aktarılmasıdır(Bingöl,1990:219). Bir insan için duyu organları ve sinir sisteminin anlamı ne ise, bir örgüt için iletişim araçlarının ve iletişim ağının da anlamı odur. İnsan nasıl bunlar olmadan yaşayamaz ise bir örgüt, bir işletme de iletişimsiz yaşayamaz. İletişim olmadan hayatini devam ettiremez(Başaran,1994:63).

1.3. İletişimin Amacı

İletişim, örgütsel amaçlar doğrultusunda örgütsel öncelikleri belirlemek, örgüt kaynaklarını daha etkin kullanmak, örgütün birimleri arasında etkileşim sağlamak ve örgüt işlerini yürütmek gibi faaliyetlerin gerçekleştirilmesinde örgüt yönetiminin en önemli aracıdır(Çetintaş,2016:173). Bir yöneticinin zamanının %95'i çalıştığı kurumda örgütün beşeri ve fiziksel elemanlarını koordine etmek için iletişimle geçer(Akat,1984:164).

Örgütlerde iletişimin iki ana amacı vardır. İlki işletmenin amaçlarını gerçekleştirmek için bir araç olmasıdır. Planların uygulanması ve belli bir amacın gerçekleştirilmesi için faaliyetlerin koordinasyonu ve görevi yapacak kişiye iletilmesidir. İkincisi, işletme üyeleri iletişim yoluyla örgütsel planları istekli ve şevkli bir biçimde başarmak için canlandırılır(Can, Tuncer ve Ayhan,1991:175).

Diğer yandan iletişimin başka bir amacı, bir fikre başkalarını ortak etmek veya o fikre yandaş kazanmak ve bir fikri başkalarıyla paylaşmaktır. İletişim belirli bir fikrin açıklanması gibi sınırlı bir kapsamda olabileceği gibi belirli bir konuda bilimsel bir görüşün açıklanması şeklinde çok geniş kapsamlı da olabilir(Şenatalar,1978:312).

İletişimin temel işlevleri; bilgilendirme, denetleme, yönlendirme, bilgi ve becerileri iletme, eğitime, duyguları dile getirme, toplumsal ilişki kurma, sorun çözüp kaygı azaltma, eğlendirme, uyarma, gerekli rolleri üstlenme şeklinde sıralanabilir(Usluata,1995: 24). İletişimin amacı etkilemek, etkilemenin amacı ise işletmenin, kurumun amacını en iyi şekilde gerçekleştirmektir.

2. İLETİŞİMİN TEMEL ÖĞELERİ

İletişim süreci başlıca beş öğeden oluşmaktadır. İletişimde en başında iletişimi başlatan bir kaynak gerekmektedir. Buna gönderici veya vericide denilebilir. Göndericinin gönderisine ileti ya da mesaj denmektedir. Bu mesajı alacak kişiye alıcı, mesajı alıcıya ulaştıran taşıyıcılara da kanal adı verilir. Alıcı iletiyi yani mesajı aldığı anda eyleme geçer ve eylemin niteliğini göndericiye bildiren bilgiye de dönüt veya geribildirim denmektedir.

2.1. Kaynak(Gönderici):

İletişim sürecinin var olması için gerekli olan kişiden birisi göndericidir. İletişim sürecinin başlangıç noktası kaynaktır(Kazmier,1989:213). İletişimde bir başkasına bir amacı gerçekleştirmek için anlam iletmeye çabalayan kişiye gönderici denmekte olup, bir insanın iletişim girişiminde bulunması için bir amacı olmalıdır. Bu amacın gerçekleşmesi için iletişimin yapılması gerektiğine inanmalıdır. İnsan ancak böyle bir durumda iletişim çabasına girebilmektedir. İletişimi başlatan kişi kim olursa olsun gönderici, kaynak, verici rolünü oynamaktadır(Başaran,1994:64).

Gönderici, kendisine ulaşan bilgi, fikir ve duygulara göre mesaj olarak iletilecek düşünceleri zihninde geliştirir, düşünceleri kelimelere, rakamlara, şekillere yani sembollere dönüştürür. Bunları belirli bir kanaldan mesaj olarak alıcıya iletir(Eren, 1989:277).

2.2. Mesaj:

İletişim sürecinin temel öğelerinden biri de ” mesaj, ileti veya haber ” diye adlandırdığımız göndericinin fikir, düşünce, arzu, istek ve verilerini belirten sembollerdir. Gönderici alıcıya ulaştırmak istediği düşüncelerini bu semboller vasıtasıyla gönderir(Koçel,1993:296).

Göndericinin alıcıya göndereceği anlamın duyu organları yoluyla duyulabilecek, anlaşılabilir biçimde anlatımına mesaj veya ileti denir. İletinin görevi göndericinin alıcıya göndereceği anlamı bozmadan ulaştırmaktır. Bu görevi gereğince yapabilmek için mesajın gerekli nitelikte olması zorunludur(Başaran,1989:65).

Göndericinin arzu, istek ve verilerini belirten semboller olarak karşımıza çıkan mesajın, kelimeler, rakamlar, şekiller, yüz hareketleri, vücut hareketleri v.s. yoluyla ifade edilmesi mümkündür. Mesaj, eğer hizmet edeceği amaç için düşünülmemişse iletişim etkin bir biçimde gerçekleşmeyecektir(Bingöl, 1990:223).

2.3. Kanal:

İletişimde kanal, mesajın göndericiden alıcıya doğru aktığı yolu ifade eder. İletişim kanalı göndericinin mesajını alıcıya ulaştıran bir araç olmaktadır. İletişim yüz yüze olduğunda gönderici ile alıcı arasında taşıyıcıya pek gerek olmaz. Ama gönderici ile alıcı arasında yüz yüze iletişim kurulamayacak kadar uzaklık olduğunda gönderici mesajını bir kanal(taşıyıcı) vasıtasıyla alıcıya göndermek zorunda kalmaktadır. Sözsüz mesajların büyük kesimi yüz yüze iletişimde kullanılmaktadır. Fakat bunlar kanallar aracılığıyla da alıcılara ulaştırılabilir. Telefonla konuşma, mektupla yazışma ve benzeri kanallarla yapılan iletişimde sözsüz olan im, sim, imge ve simgeler kullanılmaktadır(Başaran,1989:67).

Kanal aynı zamanda gönderici ile alıcı arasındaki bağı ifade eder. İnsanların duyu organları, jest ve mimikleri onların iletişim kanallarıdır. Koklama, dokunma, konuşma ve tatma duyuları iletişim kanalı olarak hizmet görürler. Issız bir adada kalan kişinin kullandığı bir şişe de iletişim kanalı kabul edilir.(60)Neticede iletişim kanalı; ışık dalgası, ses dalgası, telefon kablosu, TV-radyo dalgası gibi sinyallerin üzerinde gönderildiği araçlardır. Kanalın kapasitesi göndereceği simge bakımından değil, göndereceği enformasyon miktarı ve kalitesi bakımından tanımlanır(Erdoğan ve Alemdar,1990:64).

2.4. Alıcı:

İletişimde alıcı, göndericinin(verici) bir amacını gerçekleştirmek için ileti(mesaj) gönderdiği kişiye denir. Alıcı, vericinin gönderdiği mesajı anlamasını ve gereğini yapmasını istediği karşıtıdır. Verici alıcıyı etkilemeye çalışır. Alıcının, vericinin gönderdiği mesajı doğru anlaması iletişimin önkoşuludur(Başaran,1989:68).

Temel iletişim sürecinin en önemli unsurlarından birisi mesajı alan kişi, yani alıcı olmaktadır. Alıcının mesajı taşıyan sembolleri duyu organları kanalı ile algılaması, sembollere anlam vermesiyle iletişim vuku bulmuş olur.

İletişim sürecinin amacına göre alıcı, ya belirli bir davranışı gösterir veya amaç alıcıyı belirli bir davranışa yöneltmek değilse, alıcı mesajın ifade ettiği bilgi ve veriyi öğrenmiş ve hafızasına yerleştirmiş olur(Koçel,1993:297).

Başarılı bir iletişim, alıcının mesajı alarak kodu ve şifreyi çözümlendiği ve ona gerçek anlamını yüklediği zaman meydana gelir(Eren,1989:282).

2.5. Geribildirim:

Temel iletişim sürecinin son ögesini geriye bilgi akışı olan, geribildirim, geri besleme veya feedback oluşturur. Bu, alıcını göndericinin mesajına bir çeşit cevabıdır.

Böylece gönderici mesajının tam olarak anlaşılıp anlaşılmadığını öğrenir. Askerlikteki emir tekrar'ını bu tür geri beslemeye bir örnek saymak mümkündür(Koçel,1993:297).

Bir mesajın gerçekleştirildiği sisteme geri gönderilerek yanlışlarını ve sapmalarının düzeltilmesini sağlayan bu yöntem, insanlar arasındaki karşılıklı konuşmalarda da denetimi mümkün kılar. Bir iletişim modeline bir süreç niteliği kazandıran da geri beslemedir; her geri besleme sonraki mesajları belirler ya da değiştirir(Ana Britannica.1988:11 cilt).

Geri besleme, yönetim sürecinin önemli bir kontrol, izleme ve gerekirse düzenleme yapmasına imkân sağlar. Stratejik uygulamaların sonuçlarının anında bilgi olarak alınması ve bu bilgilerin amaçları gerçekleştirilmesi doğrultusunda kullanılması yönetim süreci içinde önemli bir yer tutar.(Yağcı,1995:46)

Geri besleme süreci, hem uygulama sonuçları hakkında elde edilen bilgilerin üst kademelere ulaştırılmasında, hem de yapılan faaliyetlerle ilgili başarı ve neler yapılacağı konusunda alt kademelere gerekli bilgilerin verilmesinde stratejik yönetim uygulaması açısından iki yönlü düşünülmelidir(Dinçer,2013:295).

Geribildirim bilgi veya anlamın doğal doğrultusundan ters bir yönde, yani alıcıdan kaynağa doğru bir aktarımdır(<https://www.krediyonetim.com/yonetimde-iletisimin-onemi.html>, 2 Aralık 2015,ulaşım 26.09.2018). Bir eğitimin başarılı olmasında ve gerçekleşmesinde geri bildirim, geri besleme önşarttır. Bu sayede gerçek ile dış görünüş arasında bağlantı kurulabilir ve yeni yeni iletişim kanalları ortaya çıkarılabilir.

3. İLETİŞİM ARAÇLARI

İletişim araçları iletişimin sanayileşmiş araçlarıdır. İletişim teknolojisi verilerin dağıtımı, çoğalması, saklanması, gösterilmesi ya da alımında yardımcı olan her tür araç kitle iletişimi için kullanılmaktadır. İletişim araçları insanın duyu organlarını ifade eden fizyolojik araçlar ve mekanik dediğimiz teknolojik araçlardan oluşmaktadır.(Yağcı,1995:49) Sırasıyla inceleyecek olursak;

3.1. Yazılı Araçlar(Yazışma)

Yazışmada sözcüklere yüklenen anlam, alıcıya yazılı olarak iletilir. Göndericinin alıcıya ulaştırdığı anlam, yazıdaki sözcüklerin anlamıyla sınırlıdır. Alıcı, bu sözcüklerden anlayabildiğince göndericinin maksadını anlayabilir. Eğer alıcının anlamadığı yönler varsa, bunu göndericiye yazılı olarak sorması gerekir(Başaran,1989:66).

Yazılı iletişim araçları çok çeşitlidir. Haftalık, aylık ve benzer aralıklarla yapılan yayınlar. Emir ve talimatnameler, Mektup ve yazılı hatırlatmalar, İşletme yayınları, ilan tahtaları, Resimler, Bldiriler, El kitapları, Yıllık faaliyet raporları, Araştırma yayınları ve benzeri yazılı yayınları sayabiliriz.

3.2. Sözlü Araçlar(Konuşma)

Konuşmada, sözcüklere yüklenen anlam alıcıya söylenerek iletilir. Karşılıklı konuşmada anlaşılmayan yönlerin karşı sorularla açıklığa kavuşturulması iletişimin daha sağlıklı olmasına yol açar. Ayrıca konuşma yüz yüze yapıyor ise, verici ve alıcının sözsüz iletiler kullanarak daha iyi anlaşmaları da olanaklıdır. Sözlü iletişim yazılı iletişime göre daha az zaman alabilir(Başaran,1989:66).

Sözlü iletişimde sözcüklerin anlamı kişisel olup, bir sözcüğün anlamı kişiden kişiye farklılık gösterebilir. Sözcük somutlaştıkça daha belirgin ve daha sınırlı anlam taşır. Sağlam ve güvenilebilir bir iletişimin en kestirme yolu ise alçakgönüllü olmaktır(Yaman, 2010:88).

Konuşma yüz yüze olduğu gibi aracı kanallar(telefon, telsiz vs) kullanılarak da yapılabilir. Kişisel talimatlar, açıklamalar, konferans, panel, toplantılar, telefon görüşmeleri, zil, düdük, faaliyetler gibi sözlü iletişim araçlarını saymak mümkündür(Şenatarlar:1978:320).

3.3. Simgeler(Semboller)

İletişim sürecinde kelime ve sözlerin kullanımından başka resimlerin, şemaların, işaretlerin ve hareketleri gösteren şekillerin kullanımı da olağandır(Şenatarlar,1978:312). Semboller kişiler için değeri ve anlamı olan öğrenilmiş bir "uyarıcı" dır. Semboller sadece ayrı parçalar halinde değil aynı zamanda çoğu kez değişik büyüklükte ve karmaşıklıkta demetler halinde oluşurlar(Erdoğan ve Alemdar,1990:27).

İletişimin temelinde anlamın iletiye dönüştürülmesi ya da kodlanması ve iletiden anlam çıkarılması bulunmaktadır. Bir noktadan, başka bir noktaya verilerin kodlanarak gönderilmesinde ve alınmasında simgeler(semboller) önemlidir. Simgelerin, sembollerin anlamlarını onlara verilecek yanıtları kişiler oluşturur. Söz gelimi yol kavşağındaki "dur" anlamına gelen kırmızı ışığın kendi başına bir anlamı yoktur. Ona bu anlamı veren, üzerinde anlaşmaya varan ve uygulayan kişilerdir. Sembollerin süreklilik ve niteliği deneyimlerin birikimini, verilerin kuşaktan kuşağa iletimine olanak sağlar(Usluata,1995: 45).

Kelimeler ve sözcükler yanında, şemalar, grafikler ve resimler sözlü ve yazılı mesaj iletiminde büyük ölçüde kullanılmaktadır. Mimikler ve el kol hareketlerini de saymak gerekiyor.

3.4. Eylem

Eylemler; alıcıya iletilecek anlamın sözlerle ulaştırılmadığında başvurulan ileti türüdür. Bu durumda gönderici bir işi yaparak alıcıya gösterir ve anlatmak istediğini eylemle anlatır. Birçok konuda eylemler sözlerden daha güçlü anlam taşırlar. İşbaşı eğitimde, laboratuvarlarda, hizmet içi eğitim çalışmalarında bu tür iletiler öğrenme için çok gerekmektedir(Başaran,1989:66).

Bazen alıcı vericinin ne dediğinden çok ne yaptığına bakar. Vericinin yaptığı ile dediği arasında tutarlılık varsa daha etkili olur. En kuvvetli ve enerjik tesir örnek olmak, misal teşkil etmektir(Le Bon,2013:123).

Eylem olarak hazırlanan iletiler çoğunlukla yüz yüze iletişimle alıcıya iletilir. Ama bir kısım eylemler de film, bant, resim, çizgi gibi taşıyıcılarla da gönderilebilir. Yazılı araçların yanında önemli faktörlerden yüz ifadelerini, el sıkma, mimikler ve benzeri tutumları da eylemlerden saymalıyız. Çünkü her büyük başarıyı perçinleyen şey eylemdir. Eylem sonuçları hazırlayandır(Robbins,1992:7).

Kurumsal faaliyetlerden sosyal etkinlikleri; gezi, yarışmalar, konser, toplantı, festival, sergi v.s. de eylem biçiminde iletişim sağlama olarak kabul edebiliriz.

3.5. Resmi ve Gayri resmi Araçlar

Resmi iletişim araçları örgüt hiyerarşisine bağlı kalınarak yapılan iletişimdeki kanallarıdır. Yukarıdan aşağıya emir ve direktifler, bilgilendirmeler, aşağıdan yukarıya raporlar, fikirler ve düşüncelerin akışıdır.

Herhangi bir kurum ya da işletme içerisinde doğru veya yanlış bir haberin yayılması olarak en abartılmış gayri resmi iletişim kanalı dedikodulardır. Bir diğer kanal ise söylentilerdir. Söylenti, bireylerin herhangi bir kaynaktan aldığı bilgileri amacından saptırarak başkalarına iletmeleridir(Akat,1984:168).

Gayri resmi iletişim resmi iletişimin yetersizliğinden kaynaklanır ve yıkıcı etkilere sahiptir. Ortadan kaldırmak da mümkün olamamaktadır.

4. İLETİŞİMİ ENGELLEYEN FAKTÖRLER

İletişim daima bazı faktörlerin etkisi altındadır. Bu yüzden iletişimden her zaman istediğimiz sonuçları alamayız. İletişimde gönderici durumundaki kişinin "kafasındaki resim" ile alıcının algıladığı resim eşit olmayabilmektedir. Bu durum kimi zaman göndericiden, kimi vakit alıcıdan, kimi kez çevreden ve kimi durumda da mesajı aktaran kanallardan kaynaklanmaktadır. Bu farklılıkları doğuran faktörleri inceleyeceğiz.

4.1. Teknik Faktörler

4.1.1. Zamanlama(Zaman Baskısı):

Mesajın ne zaman iletileceği, alıcıya gönderileceği zamanlama konusudur. Gecikmelerin olması ya da zamanından önce bilgilerin iletilmesi mesajın etkisini önemli ölçüde değiştirmektedir. Mesaj en uygun zamanda gönderilmelidir(Can, Tuncer ve Ayhan,1991.179).

İletişim sürecinin aldığı süre bazen bir engel olarak karşımıza çıkabilir. Alıcıya formel yollardan ulaşmak yerine hiyerarşi atlanarak informal ve kısa yol seçilebilir. Bu durum normalde iletişime dâhil olacak kişileri dışarıda bırakıp, haberle ilgisiz kişileri

dâhil edeceğinden uygulamada karışıklıklara sebep olacaktır. Bunun doğuracağı karmaşa iletişimi aksatacaktır(Bingöl,1989:228).

Kurum yöneticilerinin zaman yetersizliğinden bazı konuları kısa ve özet olarak belirtmeleri durumunda, bunun tam anlaşılmasını iletişim engeli olarak ortaya çıkabilir(Akat,1984:299).

4.1.2. Aşırı Bilgi Yükleme:

Aşırı bilgi yükleme göndericinin belli bir zaman diliminde alıcıya gereğinden fazla bilgi göndermesidir. Herkesin belli bir kapasitesi vardır. Bu kapasite aşıldığında iletişim amacına ulaşamaz.(Can, Tuncer ve Ayhan,1991:179).

Karmaşık ve birçok konuyu kapsayan bir mesajın, ast alıcı tarafından tümüyle anlaşılması zordur. Asıl istenen şeyin ne olduğunu alıcının ortaya çıkarması zor olabilir. Kapasitesi dışında kalabilir. Buna karşılık çok genel ve yetersiz bilgi iletilmesi de alıcının konuyu anlamayarak sık sık amirinin kapısını çalmasına neden olabilir.(Can, Tuncer ve Ayhan,1991:177)

Alıcının aşırı mesaj altında kalması onu strese sokacak dolayısıyla sağlığının bozulmasına ve iletilerle başa çıkmamasına yol açacaktır. Alıcının kapasitesi ile birlikte mesajı götüren kanalında kapasitesi dikkate alınmalıdır.(Erdoğan ve Alemdar,1990:65)

4.1.3. Gürültü:

İletilen işaretlerdeki değişiklik ya da sapmalara gürültü adı verilir. Gürültü kalabalık nedeniyle ortaya çıkan mekanik gürültü olabileceği gibi, dinleyicinin kafasının başka şeylerle meşgul olması gibi psikolojik de olabilir(Can, Tuncer ve Ayhan,1991:179).Gürültü haberin doğruluğunu ve güvenilirliğini azaltır. Eğer mesaj yeterli sembollerle ifade edilmemişse, kodlama sürecinde gürültü oluşur. Kanallarda, mesajın doğru olarak iletilmesini engelleyen gürültüler bulunabilir. Alıcı mesajı yanlış yorumlayabilir. Önemli olan bu tür hataların farkına varmak ve onları düzeltebilmektir(Bingöl1989:224).

Kısaca gürültü, mesajın anlaşılmasını zorlaştıran veya bazı durumlarda engelleyen her türlü parazitlerdir(Düren,1988:9-22).

4.1.4. Kültür Farklılıkları:

Kültür hem yaşamın önemli bir parçası, hem de yaşamın kendisidir(Uyar,2015:4). Her kültür kuramcısının kültürü, içerisinde doğup yetiştiği toplumsal kesim, düşünsel gelenek açısından ele aldığı görülmektedir(Güngör, 2011:227). Kültür farklılıkları da kişiler arası iletişimin niteliğini etkiler. Mesajı alan kişinin eğitim ve kültür düzeyi, toplumsal ve siyasal değerleri, dinsel, siyasal ve ideolojik inançları, geçmişteki iş ve toplumsal yaşamı da kültürle ilgili etmenlerdir (Kaya,1991:109). Kültürel uyumsuzluk, kişiler arasında iletişim ve empati oluşturma konularında da sorunlar yaratmaktadır (Çiftçi, 2018: 2234).

Toplum; içinde bilginin paylaşıldığı bir ilişkiler toplamıdır. Kimse çevreden arınmış bir yaşam süremez..Bireyler belirli bir çevre içinde bir araya gelip bilgi alışverişini sürdürerek, bilgi paylaşarak yaşarlar. Bu nedenle iletişim çalışmaları kişilerin birbirleriyle ve toplumsal ilişkisini, birbirlerini etkileyişini, etkilenişini, eğlenmeyi, eğlendirmeyi, öğrenmeyi, öğretmeyi, öğretilmeyi kapsar(Usluata,1995:61).

Ramazan geceleri duyulan davul sesi o kültürde yaşayan kişiler için anlamlıdır; bu tür bir deneyimi olmayan birisi içinse bunun anlamı yoktur. Evet ya da hayır demek için baş sallama, değişik kültürlerde değişik türde anlam çağırıştırır. Gülüşler kültürden kültüre değişik anlam ifade edebilir(Usluata,1995:67).

4.1.5. Tecrübe Alanı:

Gönderici bir mesajı düzenlerken alıcının bilgisini, yeteneklerini, toplumsal ve kültürel kapasitesi gibi her türlü davranışlarını dikkate almalıdır. Gönderici mesajı ya da haberi alıcının durumuna göre düzenleyemediğinde beklediği tepkiyi göremeyecektir. Özellikle sözlü iletişimde alıcının bildiği sembol ve kelimeleri kullanmalıdır. Kişinin kolayca algılayamadığı simgeleri kullanarak o kişiyle iletişim kurmak çok zordur. Bireyin anlamadığı sembol, simge ve kelimeler kullanarak ona hitap etmek iletişime engel olmaktan başka bir şey olmaz.

Her bir bireyin kendine özgü deneyim ve bilgilerine dayanan bir tecrübe alanı vardır. Aynı anlamı sağlayan şey, her ikisinin tecrübe alanlarının ortak oluşudur. Mesaj bu ortak alan içinde olduğu sürece anlaşılabilir. Ortak tecrübe alanına girmeyen mesajlar doğru biçimde yorumlanamaz ve böyle bir iletişim etkili olamaz(Can,1992:242).

4.2. Dil Faktörü

İletişimin görsel ya da işitsel bütünlüğüne zarar verip mesajı çarpıtarak alıcının mesajı tam olarak algılamasını engelleyen faktörlerdir(Ana Britannica,1988:11 cilt).

4.2.1. Kullanılan Sözcük:

Kullanılan sözcüklerdeki dil güçlükleri çeşitli nedenlerle ortaya çıkmış olabilir. Konuşulan kişilere uygun sözcükleri seçmek gerekir. Hâlbuki uzmanlar genellikle teknik dil kullanırlar. Genel yöneticilerin ise bunu anlaması zor olabilir. Öte yandan, sözcüklerin birden fazla anlamı vardır. Sözcüğün kullanılan anlamıyla, algılanan anlamı farklı olursa iletişim kesilmiş, engellenmiş demektir(Can, Tuncer ve Ayhan,1991:179).

4.2.2. İfade Açıklığı:

Başkalarıyla konuşurken, kelimelerin bize ne ifade ettiği değil, başkalarına ne ifade ettiği önemlidir. İnsanlar hissi varlıklardır. Sizin sözlerinizi ve davranışlarınızı, kendi psikolojik yapılarına göre değişik şekillerde yorumlarlar(Webster,1976:5).

Bazı insanlar konuşma ve yazma işlemlerini çoğu zaman kendi bildiği olay ve durumları muhataplarının(alıcıların) da bildiğini farz ederek yetersiz biçimde yerine

getirir. Aksine bazı kimseler de birkaç satırda ifade edilecek olayları birkaç sayfa içinde ya da iki dakikada söylenebilecek bir olayı yarım saatte açıklayabilirler. Doğaldır ki her iki durumda da ifadenin ilgiliye gereği biçimde açıklanmadığı söz konusu olmaktadır.(Yağcı,1995:109)

4.2.3. Semantik Faktör

Semantik faktörler mesajı formüle etmek için kullanılan sembollerle ilgilidir. İletişim teorisi içinde semantik biliminin önemli bir yeri bulunmaktadır. Kelimelerin anlamları ve onların zaman içinde uğradıkları değişiklikleri inceleyen bir bilim olarak semantik'in etkin bir iletişimi sağlamakta yararlı rolü vardır. Aynı kelime üzerindeki anlam değişikliği az çok veya köklü nitelikte olabilir. Bu durumda mesajı gönderen, mesajı alanda umduğundan daha değişik davranışlarla karşılaşabilir (Şenatalar,1978:316).

Anlamı olan her şey, bir sözcük, bir tümce, bir imge, anlamlı bir nesne(bir ayaklı lamba beli bükülmüş bir yaşlı adam imgesini çağırabilir, bir kurabiye bize tüm çocukluğumuzu anımsatabilir) göstergedir(Maigret, 2011:144). Gönderici, iletişimde sembollerini alıcının daha önceden almış olduğu ve bildiği anlamda kullanmalıdır. Aksi durumda iletişim engeliyle karşılaşmış oluruz.

4.3. Psikolojik faktörler

4.3.1. Mesajın Tam İletilmemesi:

İletişim kişiler arasındaki ifade edilen kelimelerden ibaret olmayıp, bunun yanında tüm davranışlar, duygular, jestler, yüz ifadeleri, mimikler, işaretler ve mesaj iletilirken kullanılan tüm iletişim araçlarından oluşmaktadır(Eren,1989:297). Söz ve davranış uyumu sağlanmalıdır.

Bazı durumlarda yöneticiler astlarının mesajın geri kalan kısmını anlayacaklarını düşünerek haberi tümüyle ulaştırmayabilirler. Bu durumda astın iletilen mesaja tam uygun olmayan eksik veya fazla anlama ile yanlış bir yoruma gitmesi mümkündür(Eren,1989:281). Bu ve benzeri durumlara düşmemek için mesaj ne kadarda bilindik ve basit olsa da tam ne istendiği belirtilmelidir.

4.3.2. Kişisel Engel:

İnsan duygusal bir varlıktır ancak olaylar karşısındaki duygusal tepkilerini sınırlayarak rasyonel bir davranış kalıbına girebilmesi(Şimşek,Çelik ve Akatay, 2016:102) iletişimde başarı sağlamasında önemli bir faktör olabilir.Gönderici ve alıcı, iletişim sürecinin iki temel ögesi olmalarından dolayı onun etkinliğinin azalmasına yol açabilirler. Çünkü gönderici ve alıcının kişilikleri, birbirlerine karşı tutumları, inançları, güvenleri, sembollerini çözümleyecek kapasitede olup olmamaları, mesajları istenenin dışında değerlemelerine neden olacaktır(Bingöl,1990:277).

İletişimde göndericinin ne söylediği değil, bunu nasıl söylediği de önemlidir. Genellikle iletişim kuran kişiler, yaptıkları iletişimlerde davranışlarının çok zarar verebileceğini düşünmezler(Daldal, 1978:50).

4.3.3. Süzgeçleme:

Süzgeçleme, hem gönderici hem de alıcıların kendilerine ulaşan mesajları algılamasında değerlemeye tabi tutarak bazı bilgi ve verileri mesaja dahil etmeyip dışarıda bırakmasıdır. Duyu organları yoluyla uyarının alınması, alıcı tarafından değerlendirilmesi, önceki uygulamalarla karşılaştırılması, alıcının kendisine göre “uygun” diye nitelendiği davranışı göstermesine neden olacaktır (Yağcı,1995:113).

Mesajın istenen biçimde algılanmaması, iletişimin başarısını engelleyecektir. Alıcının algılama yeteneğini; değer yargıları, amaçları, ihtiyaçları, kültür düzeyi, duyguları, deneyimleri, fiziksel ve biyolojik özellikleri gibi etmenler doğrudan etkiler(Bingöl,1990:223).

4.3.4. Güven ve Açıklık:

İletişimde bulunan kişiler birbirlerine güvenmeli ve açık olmalılar, bunun sağlanmadığı durumlarda iletişim engeliyle karşılaşılır. İletişimde mesajın gönderildiği kaynak inandırıcılıkta en önde gelir. “Kim söyledi” önemlidir. Yakınmalar, övgüler, geldikleri kaynağa göre değerlendirilirler(Usluata, 1995:19).

Gerekli güven ve inanç olmadığı sürece, iletişimin açık olması beklenemez. İletişimin açık olması, birey yahut grupların birbirlerine bilgileri geciktirmeden sağlamaları demektir(Dinçer, 1992:28).

4.3.5. Kıskançlık:

Kabul etmek istemesek de, özellikle birbirlerine denk, eşit durumda kişiler ve astlar birbirlerini başarılı görmekten çoğu kez memnun kalmayabilirler. Başarı ve yetenek onların durumlarını tehdit eder nitelikte görülebilir. Bunun sonucu ortaya çıkan kıskançlıkla başarılarımız engellenmeğe çalışılabilir. Bu da iletişimi olumsuz yönde etkiler ve engel çıkarır(Can,1992:253).

Kıskançlık başkalarına güvenmemek, onlara pusu kurmak, başkalarını tenkit edici bir tavır almak ve ihmal edilmekten korkmak gibi belirtiler şeklinde görülebilir. Kıskançlık, başkalarının işini bozmak, başkasının hürriyetini kısıtlamak, başkalarına birtakım davranış kuralları koymak gibi ya da, başkalarını kınamak, küçük görmek gibi bir amaca da yönelmiş olabilir(Adler,1979:178). Böyle bir ortamda yapılacak her türlü iletişim engellerle karşılaşacaktır.

4.3.6. Dedikodu:

Dedikodu, en abartılı resmi olmayan iletişim şeklidir. Dedikodu ya da söylenti şeklindeki iletişimin özelliği bilginin kişiden kişiye geçerken doğruluk derecesini yitirmesidir. Haber burada bazı ana elemanlarını yitirdiği gibi bazen esas haberle ilgili olmayan yeni elemanları da kazanmaktadır(Daldal,1978:56-57).

Dedikodu boşuna zaman harcatan, insanın sınırlarını bozan, enerjisini tüketen bir şeydir(Conarro,1987:49).

4.3.7. Gizlilik:

İletinin, bazen bu mesajın alıcıları tarafından, bazen başka kişiler tarafından, bazen de her iki grup tarafından alındığı olabilir. Haberin, mesajın istenen ve istenmeyen kişi ya da gruplar tarafından alınması, yani “kim” üzerinde durulması gereklidir. Burada önemli olan bilginin istenen kişi ya da gruplara ulaşması ve onları etkilemesidir. Mesajın ulaşmaması istenen taraf, rakipler olabilir. Bu durum tarafların çıkarları ayrı yönlerde bulunduğu için sakıncalar yaratabilir(Daldal,1990:6).

4.3.8. Dinlememe(Motive Olamama):

Bazı kişiler muhatabını dinler görünmekle birlikte hiç dinlemezler ve en kısa zamanda konuşma fırsatı elde etmek isterler. Dinlememe iletişimi ortadan kaldıran bir etmendir(Can, vd.,1991:180).

Çoğu kimse karşısındaki kişinin ne söylemek istediği ile ilgilenmez, aksine kafasındaki fikri ve düşünceleri karşısındakine aktarmaya çalışır. Bu durum başkasının söylediklerinin yalnızca bir bölümünün işitilmesine yol açar. Neticede karşımızdaki kişinin mesajını eksik almamızı netice verir. İyi dinlemeden sıklıkla kesilen sözler, “fakat evet, ama” şeklindeki ifadeler hem iletişimi engeller ve hem de olumsuz bir duygusal ortam doğurur(Eren,1989:290).

4.3.9. Algılamada Seçicilik(Konuya ilgi):

Mesajın bilerek veya bilmeyerek yanlış algılanması da iletişimi engeller. Kişilerin bir takım ön yargılara sahip olmaları, kendilerine gelecek olan mesajları ya hiç algılamamalarına ya da göndericinin isteğinin aksine algılamalarına neden olmaktadır. Bu durum iletişim engelleyici bir etmendir(Bingöl,1990:228).

Einstein’ın dediği gibi “ön yargıyı parçalamak atomu parçalamaktan daha zordur”.

İdrak gibi unutmak da seçicidir. İnançlarına zıt olan gerçekleri gören insanlar, hemen sonra bunları unutabilirler. İnsanların inanç ve tutumlarına uygun gelen olguları, bunlara zıt gelenlere nispetle daha iyi hatırladıklarını gösteren birçok tecrübe gösterilebilir(Adler,1979:82).

4.4. Hiyerarşik Faktörler

Hiyerarşik yapı, bir kurum içerisinde hem aşağıdan yukarıya hem de yukarıdan aşağıya doğru iletişimi çeşitli biçimlerde engellemektedir(Adalı,1980:282). Bilgiler kaynaktan nihai hedefe varıncaya kadar çeşitli düzeydeki görevlilerden geçerler. Bu da hem iletişimi geciktirir. Hem de anlamı değiştirebilir(Kaya,1991:109).

4.4.1. Statü Engeli:

İçinde bulunulan çevrenin sosyo-kültürel değerleri de kişilerin doğal iletişim ilişkisinde bulunmalarını engeller. Örneğin, bir örgüt hiyerarşisinde üstlerin astlarıyla, astlarında üstleriyle olan ilişkileri hiyerarşik bazı değerler ve tabular içinde cereyan eder. Şu halde belirli mevkiler, statüler, prestijler ve görevler insanları belirli sınırlar içinde iletişime zorlamakta, kişisel sınırlar ve toleransları belirleyici bir rol oynamaktadır (Eren,1989:285).

4.4.2. Görüş Açısı Farklılığı:

Kurum ve örgütlerdeki bireylerin görüş açıları, buldukları yerlere göre değişir. Hiyerarşide çeşitli kademelerde bulunan örgüt üyelerinin çevrelerini algılamaları dolayısıyla da kanaat ve inançları farklı olacaktır. Ayrıca farklı statüde olan kimseler, genellikle, toplumsal-egitsel kökenleri bakımından da ayrılırlar; bunun sonucunda, yetiştiriliş tarzları, öğrenimleri, üyesi buldukları örgüt dışı gruplar bakımından da birbirlerine benzemezler. Bu ve benzer durumlarda iletişim engellemeleriyle karşılaşmaktadır(Yağcı,1995:122).

4.4.3. Filtreleme(Süzgeçleme) Derecesi:

Bir organizasyonda kademeler arttıkça, mesajların filtrelenmesi ihtimali artmaktadır. Her kademedeki pozisyonda mesajlar o pozisyonu işgal eden kişinin olaya yaklaşımına göre ya filtrelenip(süzgeçlenip) özünden kaybetmiş olarak aşağıya akmakta veya bazen de mesaj o kademedeki hiçbir değerlemeye tabi olmadan geldiği gibi aşağıya akmaktadır(Koçel,1993:305).

Örgütlerde genellikle astlar, gerekli bütün bilgileri üstlere vermezler. Bilhassa bu bilgiler kendisi için hoş olmayan sonuçlar doğuracaksa bu bilgiyi mümkün olduğu kadar saklayacaktır(Adalı,1980:278).

4.4.4. Geribildirim:

Geribildirim, bireyin davranışlarının bir hedefe yönelmesini ve böylece amaçlarına kolaylıkla ulaşmasını sağlar. Başkalarını nasıl etkilediği hakkında göndericiye verilen bilgi iletişim ile istenen hedefe ne ölçüde ulaşıldığını kontrol etmek ve gereken düzeltici önerilerin alınmasına yardımcı olmak için yapılır(Eren,1989:115). Bu sağlıklı yapılmadığı müddetçe iletişim engellemeleri devrede demektir.

4.4.5. Uzman Görüşü:

Yaşadığımız bu karışık dünyada hiçbir kimsenin tek başına ve birinci elden belli bir konuya ait bütün bilgileri elde etmesine imkân yoktur. Mecburen ve büyük bir nispette “mütehassıs” olanların söylediği şeylere bağlı kalıyoruz. Şu halde bilgiler ekseriya her ferde, otorite sayılan başka kimselerin aracılığı ile intikal eder ve ferden bu gerçekler hakkındaki idraki de, otoritelerin doğruluk derecesine bağlıdır. Otoritelerde yanılabilirler. Yahut da bir propagandacı olarak, kendi maksatlarını temin etmek için kasıtlı bir şekilde olayları çarpıtarak verebilirler(Krech ve Crutchfield,1980:217). O zaman da bir iletişim engeliyle karşı karşıya kalırız.

5. İLETİŞİMİ ETKİN KILAN FAKTÖRLER

İletişimdeki kolaylık ve etkinlik, iletişim sisteminin yapısıyla yakından ilgilidir. İletişimin başlatılması, iletilmesi ve alınma safhalarında karşılaşılan güçlükler, iletişim düzeninin kurulması sırasında gereken dikkat gösterildiği takdirde azaltılabilecek olan güçlüklerdir (Simon,Smithburg ve Thampson,1975:283). İletişimin başlangıç ve bitiş safhalarına kadar devam eden sürecin her safhasındaki etken faktörleri incelememiz gerekmektedir. Çünkü İnsanlar varoluşlarından bu yana kendileriyle ve çevreleriyle iletişim kurma ihtiyacı duymaktadırlar (Çiftçi,2017:477).

5.1. Gönderici-Kaynak Açısından Etkinlik Faktörleri

5.1.1. Göndericinin(Kaynak) Amacı Açık ve Net Olmalı:

İletişim sürecinin başlangıç noktasında gönderici iletişimden beklentisini, amacını açık ve net olarak belirtmelidir. Göndericinin kendi amaçlarını belirlemedeki başarısızlığı, yanlış iletişime ya da hiç iletişim oluşmamasına yol açabilir. İletişim kurarken neyin hedeflendiği önceden bilinir ve saptanırsa, amaca ulaşmak kolaylaşabilir. Etkin olma şansı artar(Usluata,1995:23).

5.1.2. Göndericinin Makamının Rolü:

Göndericinin makamı, iletişimin niteliği üzerinde büyük etkide bulunmaktadır. Mesajı gönderenin makamı yükseldikçe, iletişimin etkisi artmakta; aşağı doğru indikçe iletişimin etkisi azalmaktadır(Başaran,1989:64).

5.1.3. Göndericinin Toplumsal Konumu:

Gönderici alıcının gözünde ne denli yüksek bir yere oturmuş ise, göndericinin yaptığı iletişim alıcıyı o denli etkilemektedir. Toplumsal konum(statü) yalnızca makam erkinden doğmamaktadır. Göndericinin saygınlığında; doğru bilgileri vermede güvenilir olması, yeterliliğinin inanılır olması, tarafsızlığına olan inanç gibi etkenler tesir ederler(Eren,1989:284).

5.1.4. Göndericinin Anlatım Gücü:

Göndericinin anlatım gücü, alıcıya iletileceği mesajı anlatmaya yetecek düzeyde olmalıdır. Gönderici, iletileceği anlam için en elverişli sözcükleri seçebilmelidir. Alıcılarca anlaşılması kuşkulu sözcükler ya kullanılmamalı ya da bunların anlamı iletişim içinde açıklanmalıdır. Konuyu ne denli bilirse bilsin anlatım gücü düşük olan bir göndericinin, iletişimi karıştırdığı görülebilir. Böyle bir göndericinin iletişimi çok güç olabilir(Başaran,1989:65).

5.1.5. Göndericinin Konuya Hâkimiyeti:

Göndericinin iletişim işleminin tümü hakkında, iletinin ortaya konuşu ve şifre haline getirilişi, anımsayış yolları ve araçların seçilişi hakkında tam ve yeterli bilgisi olmalıdır. Aksi takdirde alıcıya konuyu eksiksiz olarak ulaştırması çok zordur. İnsan

konusacağı şeyden kırk kat fazlasını bilmeli diyor Carnegie, çünkü otuz dokuzunu unutsanız bile, gene geriye konuşacak kadar şey kalır(Osmay,2018:111).

5.1.6. Göndericinin Coşkusu:

Göndericinin iletişimde coşkulu davranması iletişimin niteliğini belirgin ölçüde değiştirebilmektedir. Olumlu yöndeki coşku, kıvanç, övme, onaylama, sevgi, beğenidir. Buna karşılık olumsuz coşku yüklenmiş iletiler, alıcıları bir süre etkilemektedir. Bu tür iletişim sürdürüldüğünde iletinin etkisi azalmakta, üstelik alıcıları zorlayarak gerilime itmektedir. Olumsuz coşku; kızgınlık, düşmanlık, öfke, alay gibi duyguları içermektedir(Başaran,1989:65). Coşku bulaşıcıdır. Bu coşku diğer insanlara da geçecektir(Mccormack,1993:20).

5.1.7. Göndericinin Açıklığı:

İletişimde göndericinin açık olması demek, alıcıdan gelecek tepkileri olgunlukla karşılaması ve bunların üzerinde çalışması demektir. İletişimde açıklık, alıcıdan gelecek ters görüşleri, kötü geribildirim, istenmeyen tepkiyi, beklenmeyen tutumu kabul etmeye hazır olmayı gerektirmektedir(Başaran,1989:65).

5.1.8. Göndericinin Tutumu:

Göndericinin kendine karşı tutumu önemlidir, kendilerine güvenleri olmalıdır. Göndericinin konusuna karşı tutumu olumlu olmalıdır. Kendi konusunun geçerliliğine inanmalı yoksa kuracağı iletişim doyurucu olmaz. Göndericinin alıcıya karşı sevgi, saygı ve sempati duyması gerekir. Bir alıcı kendisi hakkında olumlu düşüncelere sahip olduğuna inandığı bir yerin uzun süre müşterisi kalacaktır(Daldal,1978:17).

5.2. Mesaj Açısından Etkinlik Faktörleri

Mesaj göndericinin iletmek istediği anlamı temsil eder ve alıcıya ulaşacak anlamı büyük ölçüde belirler. Mesaj hem kaynak(gönderici) hem de alıcı yönünden aynı biçimde anlaşılabilir. Aksi takdirde iletişimdeki doğruluk ve etkinlik azalacaktır(Eren,1989:281). Yazılı ve sözlü mesajlarda bulunması gereken etken özelliklerden bahsedeceğiz.

5.2.1. Yazılı Mesajda Bulunması Gereken Özellikler

Yazışma; saklanabilen, kanıtlanabilen, yeniden ortaya çıkartılabilen bir iletişim aracıdır. Yazılı mesajda dikkat edilecek birçok özellik vardır(Osmay,2018:112).

-Yazılı Mesajda Maksat Tam Olarak Anlatılmalıdır

-Yazılı Mesaj Tam Ama Öz olmalıdır.

-Yazılı Mesaj Alıcının Anlayacağı Biçimde ve Dilde Olmalıdır.

-Yazılı Mesaj Dilbilgisi Kurallarına Uygun Olmalıdır.

- Yazılı Mesaj Alıcıyı Etkilemeli Fakat İncitmemelidir
- Yazılı Mesajlar Alıcı Tarafından Okunabilir Olmalıdır.

5.2.2. Sözlü Mesajda Bulunması Gereken Özellikler

Etkili ve doğru bir iletişim sağlamak için iletişim tekniklerini iyi bilmek yeterli değildir. İş ve toplum yaşamında yönetici ve önder durumunda bulunan kimseler için sözlü anlatım iletişimde büyük önem taşır ve en çok kullanılan araçtır. Sözlü mesajın taşınması gereken bazı özellikleri vardır(Daldal,1978:75-85).

- Sözlü mesaj(konuşmanın) için iyi bir hazırlık aşaması olmalıdır. Konunun seçilmesi, amacın belirlenmesi, geçici plan yapılması, bilgi toplanması, konuşmanın sözlü hale getirilmesi, konuşmanın denemesi(prova) gibi aşamalarla iyi bir konuşma hazırlanır.

-Sözlü mesajın giriş, esas bölüm ve sonuç olarak düzenlenmesi gerekmektedir.

-Sözlü mesajın çeşitli örnekler ve ihtiyaç duyulan istatistiklerle beslenerek geliştirilmesi faydalı olur.

-Sözlü mesajın takdiminde ses ve beden dilinden yararlanılarak dinleyiciye sunulması gerekmektedir.

İletişimde “sen” dilini kullanmak, sabırsız ve tükenmişlik belirtisi davranışlar sergilemek iletişimi güçleştirebilir(Ay,2015:377).

5.3.3. İletişim Kanalı Açısından Etkinlik Faktörleri

Herhangi bir mesaj iletileceğinde bunun hangi kanalla iletileceği hususu önem kazanır. Burada gönderilecek bilginin niteliği, tarafların iletişim yeteneği, grup içindeki ve gruplar arası etkileşim ve kanalın hız ve benimsenirlik özelliklerine bakmak zorunluluğu vardır.

-İletişimde en hızlı kanal tercih edilmelidir.

-Seçilen kanal mesaja uygun olmalıdır.

-Seçilen kanala alıcıya uygun olmalıdır.

-Sağlıklı iletişime uygun, gürültüsüz bir ortam seçilmelidir(Başaran,1989:68).

5.3.4. Alıcı Açısından Etkinlik Faktörleri

Gönderilen mesaj ne kadar mükemmel olursa olsun eğer alıcıda herhangi bir olumsuzluk var ise yine sağlıklı bir iletişim kurulamayacaktır. Bunun için alıcının da bazı özellikleri taşınması gerekmektedir.

- Alıcının her şeyden önce iyi bir dinleyici olması,(Koçel,1993:199).
- Alıcının peşin yargıdan uzak olması,
- Alıcının mesajı anlama yeterliliği bulunmalıdır.
- Alıcının algılama bozukluğu olmamalıdır.
- Alıcının mesajın gereğini yapabilme yeteneğine haiz olması gerek.
- Alıcının yetkin kılınması, sorumlu tutulması ve desteklenmesi gerekmektedir.

5.3.5. Etkin İletişim Açısından Geribildirim

Herhangi bir kurumsal yönetim içerisinde yapılan iletişimlerde karar merkezleri açısından mesajın yerine ulaşip ulaşmadığı, mesajdan ne anlaşıldığı ve gereğinin yapılıp yapılmadığı ancak geribildirimle anlaşılır. Bunun içinde ilk başta geribildirim yararına inanmak gerekmektedir. Alıcıdan, mesajın ilgili olduğu işle ilgili bilgi istemek iletişimin etkinliğini artıracaktır. Diğer yandan kurum içerisinde geribildirimini işletmek ve reforme etmek ihtiyacı doğabilir.

Yapılan eylemlere bakarak yapılacaklar konusunda yeniden kararlar alınabilir. Geribildirimlerde gecikme olması ya da hiç olmaması, karar merkezleri açısından denetimin etkinliğinin azalması sonucunu da doğurur(Kazmier,1989:226).

SONUÇ

Hayatta sürekli bir iletişim içerisindeyiz. Sözlü ya da sözsüz, simge ve sembollerle sürekli iletişim ile etkileşim halindeyiz. Bu sayede bilgi edinir ve bilgi edindirmeye çalışırız. Elde edilen verileri değerlendirip yorumlar ve alınan iletilere geribildirimlerle yanıt veririz.

İletişim sürecini kullanmayan bir yönetici düşünülemez. Bir kurumda en modern iletişim araçlarının kullanılması gibi zorunluluk yoktur. Önemli olan, etkin olacak iletişim aracının seçilmesi ve uygulamaya konmasıdır.

İletişimin etkinliği dendiği zaman, herhangi bir iletişim sürecinde alıcı olan kişi veya kişilere göndericinin yönelttiği mesaj karşısında, amaçladığı sonucun elde edilip edilmemesi ifade edilmektedir. İletişim faktörleri daima bazı etkilerin tesirinde kalır. İletişimde algılanan iletinin gönderilen iletiden farklı anlaşılması durumunda iletişim engelleri devrede demektir.

Kişilerin davranışları, kültürel farklılıkları, iş tecrübeleri, güven ve açıklık, kıskançlık, dedikodu, ilgisizlik, görüş açıları farklılığı, süzgeçleme, mesajın tam olmaması, dil faktörleri, gürültü, kanalın yetersizliği birer iletişim engeli olarak karşımıza çıkabilir.

İletişimde etkinliğin sağlanması için; alıcının dünyasına karşı duyarlı olunmalıdır. Mesajlar alıcıyı etkilemeli fakat incitmemelidir. Yeterince açık, anlaşılabilir ve öz olmalıdır. Sözlü anlatım yanında eylemlerle de desteklenmelidir. Tehdit edici ortam oluşturulmamalıdır. İletişim, sonuna kadar izlenmeli ve geribildirimlerle, hedeflenen amaca uygun iletilerle desteklenmelidir.

İletişim becerileri sadece yüz yüze ilişkiler için olmayıp sanal ilişkiler açısından da önemli bir yere sahip bulunmaktadır(Temel ve Şişman,2017:172). İletişimde etkinlik sağlayan her kişi birebir insani ilişkilerden tut, kurumsal yönetim ağı içerisinde beşeri münasebetlerde başarısız olması imkân haricidir denilebilir.

KAYNAKÇA

- Adalı, S., (1980). Sevk ve İdare, Araştırma Enstitüsü, Erzurum.
- Adler, A., (1979). İnsan Tanıma Sanatı, (Çev. Şelale Başar), *Dergâh Yayınları*, İstanbul.
- Akat, İ., (1984). İşletme Yönetimi, *Üçel Yayıncılık*. İzmir.
- Ana Britannica, (1988). *Ana Yayıncılık*, İstanbul.
- Ay,T.S., (2015). Etkili İletişim Becerileri Açısından Eğitimciler, *The Journal of Academic Social Science Studies* Number:41,p.367-381,WinterII,2015.
- Başaran, İ.E., (1994). Eğitim Yönetimi, Kadıoğlu Matbaası, Ankara.
- Bingöl, D., (1990). Personel Yönetimi ve Beşeri İlişkiler, *Atatürk Üniversitesi Basımevi*, Erzurum.
- Can, H. (1992). Organizasyon ve Yönetim, *Adım yayıncılık*, Ankara.
- Can, H.T., Doğan Ayhan, Yaşar(1991). Genel İşletmecilik Bilgileri, *Adım Yayıncılık*, Ankara.
- Conorroe, R.R., (1987). Yönetimde 32 Altın Kural,(Çev.Y. Güneri), İlgı yayıncılık, İstanbul.
- Çetintaş, B., (2016).Yönetim Yaklaşımlarında Örgütsel İletişim Olgusunun Değerlendirilmesi, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*,Cilt:4,Sayı:1,Mart 2016.
- Çiftçi, H., (2017). Televizyon Haberciliğinde Etiksel Bir Sorun Olarak Magazinleşmenin Topluma Etkisi, *The Journal of Academic Social Science Studies*, 58, 475-487.
- Çiftçi, H., (2018). Türkiye Cumhuriyeti Vatandaşlarının Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Tutum, Algı ve Empatik Eğilimlerinin Analizi, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırma Dergisi*, 7(3), 2232-2256.
- Daldal, E., (1978). Haberleşme Kuramları ve Uygulamaları, *Ege Üniv. İşletme Fakültesi Yayını*, İzmir.
- Dinçer, Ö., (2013). Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, *Alfa Yayınları*, İstanbul.
- Düren, A.Z., (1988). İşletme Yönetiminde Siberetik Yaklaşım, *Verimlilik Dergisi*, 1988/3, 9-22.
- Erdoğan, İ. ve Korkmaz, A., (1990). İletişim ve Toplum, *Bilgi Yayınevi*, Ankara.
- Eren, E., (1989). Yönetim Psikolojisi, *İşletme İktisadi Yayını*, İstanbul.
- Güngör, N., (2011). İletişim, Kuramlar, Yaklaşımlar, *Siyasal Kitabevi*, Ankara.
- Hepkon, Z., (2011). İletişim ve Teknoloji, *Kırmızı Kedi Yayınları*, İstanbul.
- Kaya, Y.K., (1991). Eğitim Yönetimi, *Bilim Yayınları*, Ankara.

- Kazmier, L.J., (1989). İşletme Yönetim İlkeleri,(Çev. S.Büyükdavras),*TODAI Yayını*, Ankara.
- Koçel, T., (1993). İşletme Yöneticiliği, *Beta Basım Yayım Dağıtım*, İstanbul.
- Krech, D. & Richard, S.C., (1980). Sosyal Psikoloji,(Çev.Erol Güngör), *Ötiken Yayınevi*, İstanbul.
- Le B. G., (2013). Kitleler Psikolojisi, (Çev.Selahaddin Demirkan), *Yağmur Yayınları*, İstanbul.
- Maigret, E., (2011). Medya ve İletişim Sosyolojisi,(Çev.Halime Yücel), *İletişim Yayınları*, İstanbul.
- Mccormack, M..H (1993). %110 Çözüm, (Çev. Metin Özbey), *İnkılâp Kitapevi*, İstanbul.
- Oskay, Ü., (2017). İletişimin A.B.C'si, *İnkilap Kitabevi*, İstanbul.
- Osmay, N. (2018). İnsan Mühendisliği, *Alfa Kitabevi*, İstanbul.
- Şenatarlar, F. (1978). Personel Yönetimi ve Beşeri İlişkiler, *İ.Ü.Kitapevi*, İstanbul.
- Şimşek, Ş.Ç. & Akatay, A.A., (2016). İnsan Kaynakları Yönetimi ve Kariyer Uygulamaları,*Eğitim Kitabevi*, Konya
- Şişman, T.M. & Nevin, F., (2017). İletişim Becerileri Eğitiminin Hemşirelik Öğrencilerinin Sanal ve Kişilerarası İlişkilerine Etkisi, *HSP*,2017;4(3):171-179
- Usluata, A., (1995). İletişim, *İletişim Yayınları*, İstanbul.
- Uyar, T., (2015). Örgüt Kültürü, Oluşumu ve Yaklaşımları,*İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*,İstanbul.
- Webster, E., (1976). Başarılı İş Adamı, (Çev. Nesrin Dikmen), *Üçdal Neşriyat*, İstanbul.
- Yaman, E., (2010). İnsan ve İletişim,*TDV Yayını*,Ankara.
- Yağcı, T., (1995). Küreselleşmenin Getirdiği Yeni Oluşumlar Karşısında İşletme Yönetiminde İletişimin Önemi, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Ksü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş
- <https://www.krediyonetim.com/yonetimde-iletisimin-onemi.html>,2 Aralık 2015,ulaşım 26.09.2018).