AOFDersleri.com

İLETİŞİM BİLGİSİ

KISA ÖZET

1.Ünite— İletişim Kavramı ve İletişim Süreci

İLETİŞİM KAVRAMI

İletişim kavramı çok farklı alanlarda kullanıldığı için iletişim kavramına her alana özgü anlamlar yüklenmektedir. Bu nedenle iletişim kavramının herkes tarafından kabul edilen bir tanımını yapmak neredeyse olanaksızdır, ancak iletişim denince akla genellikle insanlar arası iletişim ve bu amaçla kullanılan araçlar gelmektedir. Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğüne göre iletişim, duygu ve düşüncelerin, akla uygun şekilde başkalarına aktarılması, bildirim ve haberleşme olarak tanımlanmaktadır. Buna ek olarak iletişimle ilgili diğer tanımlar aşağıdaki gibi sıralanabilir. İletişim bir organizmanın bir uyarıcıyla gösterdiği ayırıcı tepkidir (Aktaran: Trenholm, 2008: 20).

- ✓ İnsanın olduğu heryerde kişiler, gruplar ve türler arasında karşılıklı gerçekleşen, mesajların değiş-tokuşu sürecidir (Cemalcılar, 1988: 305).
- ✓ Duygu, düşünce, fikir, bilgi ve kültürü kapsayan anlamların semboller yardımıyla aktarıldığı bir süreçtir (Tutar, 2003: 34).
- ✓ Anlamları itibarıyla uzlaşılmış simgeler yoluyla değişik zaman ve mekân boyutlarında gerçekleşen bilgi, düşünce ve duyguların aktarılması ve alış-verişidir

İLETİŞİMİN ÖNEMİ

Her insanın iletişim konuşunda temel düzeyde de olsa bilgi sahibi olması gerekmektedir çünkü iletişim yaşamımızın merkezinde yer alan önemli öğelerden bir tanesidir. Etkili iletişim insanların mesleki yaşamlarında sorunları çözmelerine yardımcı olurken kişisel yaşamlarında da ilişkilerini iyileştirmelerine ve sürdürmelerine yardımcı olur. İletişim uzmanları zayıf iletişimin birçok sorunun temelinde yer aldığını ve etkili iletişimin de bunun tek çözümü olduğunu düşünmektedirler.
İletişim her yerde ve her zaman vardır. Hayatımızın tüm aşamalarında da önemli bir rol oynamaktadır. İlgileriniz ve hedefleriniz ne olursa olsun, etkili iletişim kurma becerisi hayatınızı iyileştirir ve zenginlik katar. İletişim konusunda çalışmak size aşağıda sıralanan faydaları sağlar.

1. İletişim çalışmak kendi kendinize bakışınızı geliştirir: İnsanların kendisi hakkındaki bilgisi iletişim deneyimleri sonucu olgunlaşır. İnsanların kendilerine ilişkin algıları, farkındalıkları, özyeterlikleri, vb. iletişim sürecindeki deneyimleri ile gelişir ve olgunlaşır.

2. İletişim çalışmak diğer insanların size bakışını iyileştirir: İletişim konusunda çalışarak ya da okuma yaparak nasıl etkili iletişim kuracağınızı öğrenirsiniz. Diğer insanlar üzerinde olumlu bakış açısı elde etmenizi sağlayacak davranışların belirli düzeylerde nasıl kontrol edilebileceğini öğrenir ve bu olumlu izlenimleri sürdürerek hedefinize ulaşırsınız. Genellikle insanlar zaten iyi iletişim kuran insanlarla iletişim kurmaktan hoşlanırlar.

3. İletişim çalışmak insan ilişkileri hakkında bildiklerinizin artmasını sağlar: İletişim alanı insanların birbirleriyle nasıl ilişki kurduklarını ve verili duruma uygun iletişim biçiminin ne olacağı hakkındaki bilgileri öğrenmemizi sağlar.

İLETİŞİMİN AMAÇLARI

İnsanlar iletişim kurarken bilinçli ya da bilinçsiz, farkında olarak ya da olmadan belirli amaçlar doğrultusunda hareket ederler. Bu amaçlar; keşfetmek, ilişki kurmak, yardım etmek, ikna etmek, eğlenmek şeklinde sıralanabilir. İletişimin başlıca amaçlardan bir tanesi bireysel keşfetme ile ilgilidir.

hakkındada bir şeyleri öğreniriz. Aslında kendimize ilişkin algılarımız çoğunlukla iletişim süresince (özellikle bireylerarası iletişimde) diğer insanlardan kendimiz hakkında ne öğrendiğimizin sonucudur. İletişim ayrıca dış dünyayı keşfetmemize de yardımcı olur. İletişim dünya ve insanlar hakkında aklımızda ortaya çıkan belirsizlikleri azaltmamıza yardımcı olur. Belirsizliklerin azalması da daha etkili bir şekilde iletişim kurmamıza yardımcı olur. İnsanlar genellikle zamanlarının ve enerjilerinin çoğunu sosyal ilişkiler kurmaya ve bu ilişkileri sürdürmeye harcarlar. Yakın arkadaşlarımızla, ailemizle ve sevdiklerimizle bulunduğumuz ortam neresi olursa olsun iletişim kurmaya çalışırız. Telefon ya da Internet gibi iletişim teknolojilerinin gelişmesinin ve bu kadar yaygın bir şekilde kullanılmasının nedenlerinden biri de budur denebilir.

İLETİŞİM SÜRECİ VE ÖĞELERİ

Hayatımızın büyük bir bölümünü okumak dinlemek, yazmak, konuşmak gibi faaliyetlere ayırarak geçirmektediyiz. Yapılan araştırmalar da, iletişimin, iş yaşamında ve günlük yaşamda zamanımızın büyük bir kısmını aldığını ortaya koymaktadır Sözlü ve yazılı iletişimin yanında vücut hareketlerimiz, yüz ifadelerimiz, sesimizin tonu, diğer insanlarla olan etkileşimlerimizde araya koyduğumuz mesafe, giydiklerimiz, içinde bulunduğumuz mekânları düzenleme şeklimiz de, ayrıca bir iletişim aracı olarak kulanılmaktadır. İçinde bulunduğumuz duygu durumuna ilişkin sesimizin tonu, söylenilenin içeriğinden çok, ipucunu içinde barındırabilmekte ve iletinin niteliğini farklılaştırabilmektedir
İletişim bireyin biyolojik gelişimine, kültürel ve toplumsal çevresindeki ilişki ve etkileşimlerine koşut olarak sürekli gelişen, değişen ve buna karşılık bireyi de değiştiren bir olgudur. Bunun yanında iletişim toplumsal ve kültürel değişim ve gelişim süreçleriyle bağlantılı, onların hem sonucu hem de nedeni olan bir süreçtir.

Kaynak: İletişim sürecinde mesajı gönderen ve iletişim sürecini başlatan öğedir. Kaynak, algılama, seçme, düşünme, yorumlama süreçlerinde ürettiği anlamlı iletileri simgeler aracılığı ile gönderendir. İletişim sürecinin başlangıcında kaynak iletmek istediğini, kendi ve alıcının anlayabileceği şekilde kodlar. Kaynak iletiyi alıcıya gönderen kişi, grup ya da kurum olabilir. Kaynak konumundakiler her ortamda konuşma, yazma yoluyla aktardıkları duygu ve düşüncelerle alıcı/alıcıları belli davranışları göstermeleri için yönlendirmeye çalışmaktadırlar. Mesaj bir kez kodlanıp alıcıya gönderildiğinde, mesajın yapacağı şeyleri önleyip, değiştirmek kaynağın gücü dışında kalmaktadır. Bu nedenle mesajların süreci etkileyecek tüm değişkenler düşünülerek kodlanması gerekmektedir.

İleti (Mesaj): Bir kişinin diğer kişiye ya da bir grup insana iletmek istediği fikir, düşünce ya da duygunun sözlü ya da sözsüz biçimidir. İletişim sürecinde kaynaktan gönderilen; bilgi, görüş ve davranışların kaynak tarafından ortak sembollere bağlı kalarak kodlanması durumu olarak da tanımlanmaktadır (Odabaşı ve Oyman, 2002.17). Bunlara ek olarak kaynağın duygu ve düşüncelerini konuşarak, yazarak jest ve mimikler eşliğinde aktardığı sözel, görsel bir ürün olarak da tanımlanabilir. İletişim olması için öncelikle uygun bir iletinin oluşması gerekmektedir. Mesaj ya da ileti, kaynak tarafından aktarılanların sembolik bir ifadesidir.

Mesajların dikkat çekici olması için sözel ve görsel unsurları içinde barındırması önem taşımaktadır. Görsel unsurların daha çok ilgi çektiğini söylemek mümkündür. Yapılan bir araştırmaya göre, bir mesajda sözcükler yüzde 5, ses tonu yüzde 25, sözel olmayan unsurlar ise yüzde 65 etki uyandırabilmektedir Göstergeler duyularımız yoluyla kavradığımız, kullanıcıların kabulüne bağlı, kendisinden farklı bir duruma gönderme yapmaktadır. Erkman'a göre (1987), göstergeleri de Görüntüsel göstergeler (ikon), belirtisel göstergeler ve simgeler olmak üzere üç kısımda incelemek mümkündür (Aktaran Zıllıoğlu: 2007:6):

Görüntüsel göstergeler: Haritaları, heykelleri, karikatürleri, fotoğrafları görüntüsel göstergeler

olarak sıralamak mümkündür. Tuvalet kapılarında kadını ve erkeği simgeleyen

figürler sıkça görülmektedir. Bunlar, gerçek nesnenin yerini tutan ve anlam olarak onu çağrıştıran bir pipo, ayakkabı, bir erkek ya da kadın silueti şeklinde de olabilir

- Belirtisel göstergeler: Gerçek hayattaki nesne ile varoluşsal bağlantısı olan göstergelere işaret etmektedir. Haber amaçlı kullanılan tamtam sesi, ya da ders zilinin çalması belirtisel gösterge olarak gösterilebilir Nedensiz gösterge (simge): Nesneyle uzlaşmalı, anlaşmalı ve kurallara bağlı bir ilişki içersindedir. Örneğin kalem dediğimizde kalem ile gerçek dünyada bizim nesne olarak algıladığımız ilişki, sadece dil ve kültüre özgü anlaşma ve kurallar sonucu oluşmuştur

Kodlama ve Kod Açma: İletişim, kodların kullanımını içerdiğine göre anlamların paylaşımını sağlayabilmek için iletişim sürecinde kodlamanın ve kod açmanın olması gerekmektedir. Kodlama bilgilerin, düşüncelerin ve duyguların alıcı tarafından anlaşımasına olanak tanıyacak şekilde iletime uygun hazır bir mesaja dönüştürülmesidir. Başka bir ifade ile iletişim sisteminin işleyiş süreci, kaynağın merkezi sinir sisteminde oluşan düşünceleri (anlamları) başkaları tarafından algılanabilir ve anlaşılabilir örgütlenmiş simge sistemlerine (kodlara) dönüştürmesi işlemine dayanmaktadır Kod açma ise kaynak tarafından gönderilen mesajların, alıcı tarafından anlamlandırılması; eş deyişle, iletiye yüklenen anlamın çözümlenmesi işlemidir. Kaynak tarafından gönderilen iletiler anlamsız işaretler ve sembollerden, anlamlı bir yapıya dönüşür.

Kod açma işleminin başarılı olması için kodlama işleminin yapıldığı kaynak ve kod açma işleminin yapıldığı alıcının ortak deneyimlerde buluşması gerekir Kaynak tarafından kodlanan ve seçilen kanallar (oluk) aracılığıyla hedefe gönderilen iletinin, hedefte istendik biçimde karşılık bulabilmesi, diğer bir deyişle, iletinin kaynağın anlamlandırdığı biçimde hedefte de aynı anlamı taşıması ve aynı biçimde çözümlenmesi kimi zaman mümkün olamamaktadır. İletişim sürecinde bu istenmedik durum; diğer bir deyişle, kişilerin iletilere ilişkin farklı anlamlar üretmelerinin sebebi, referans çerçevelerinin farklılığından kaynaklanmaktadır. Her insanın gerçeğe ilişkin görüşleri toplumsal ve kültürel çevresi içinde yaşadığı etkileşimler ve deneyimler ile biçimlenir. Bu bağlamda düşünüldüğünde, kişinin referans çerçevesini belirleyen iki
ana yapıdan söz etmek mümkündür: Bunlar kişinin *denem alanı* adı verilen iç etkenler ve *iletişim ortamını* ilgilendiren dış etkenlerdir (Zıllıoğlu, 2007:196):

- *Denem alanı,* kişinin geçmiş yaşantılarını, inanç ve tutumlarını, gereksinimlerini içinde barındırmaktadır. Birey için iletilerin anlamlı hale gelmesinde, bireyin temel fizyolojik ihtiyaçlarının yanında güven, güç başarı, bağlılık gibi gereksinimleri kaynak kişi ile ilgili düşünceler ve önyargıları içeren tutumlar, toplumsal değerler doğrultusunda benimsenen doğrular denem alanını oluşturur.
- *İletişim ortamı* ile ilgili dış etkenler olarak, kaynağın bulunduğu ortamla ilgili fizyolojik ve çevresel etkileri betimler. Işık miktarı, insan sayısı, kaynak-hedef arasındaki fiziksel mesafe gibi unsurlar bu bağlamda ele alınabilir.

Kanal (Oluk): İletinin kodlandıktan sonra, kod açma sürecinin gerçekleştiği ana kadar izlediği yol kanal olarak adlandırılmaktadır. Bir başka ifade ile kanalı; bilgi, duygu, düşüncelerin kaynak ve alıcı tarafından paylaşımının gerçekleşmesi sürecinde, iletilerin üzerine yüklendiği araçlar şeklinde tanımlamak mümkündür (Demiray, 1994: 15). İletişimde kanal dendiğinde, ışık dalgaları, radyo dalgaları, ses dalgaları, telefon kabloları, sinir sistemi gibi iletiyi taşıyan ortamlar kastedilmektedir. Bunlar duyu organlarını uyarabilecek ve belli fiziksel özellikleri olan aracılardır ve onları uyardıkları duyular açısından işitsel, görsel, koklamayla, dokunmayla, tad almayla ilgili kanallar olarak sınıflandırabiliriz. İletinin alıcıya ulaşması için mutlaka bir yol olmalıdır. Bu yolda kullanılan ortamlar iletişim gerçekleşme biçimine göre farklılaşabilmektedir.

Alıcı (Hedef): Kaynağın gönderdiği iletilerin hedefidir. Alıcı, konum itibarıyla tek bir kişi, kişiler, kurum ya da bir örgüt olabilmektedir. Alıcı iletiyi oluşturan kodları algılayıp anlamlandırır ve kendisi de bir ileti göndererek kaynak konumuna geçer. Kişiler arası iletişimde alıcının etkinliği ve iletişime katılım düzeyi yüksekken, televizyon gibi kitle iletişim araçları aracılığıyla gerçekleştirilen iletişimde, örneğin televizyon izlerken alıcının daha pasif olduğu söylenebilir. İletişimi etkili kılmak için gerek bir sınıf ortamında, gerekse televizyon başında, kodların alıcının anlamlandıracağı biçimde, alıcı odaklı olması gerekir.

Geri-Bildirim (Yansıma): Alıcının algıladığı ve yorumladığı iletilere, sözlü ve/veya sözsüz tepki verme sürecidir. Kaynak ve hedef arasındaki geriye bilgi akışı olarak tanımlanabilecek geri bildirim, mesajın alıcı tarafından anlaşılıp anlaşılmadığı, ne şekilde anlaşıldığı ve yorumlandığının kaynak tarafından bilinmesine olanak sağlar. Geri-bildirimi iletişimde bir çeşit kontrol mekanizması olarak görmek de mümkündür. Alıcıdan alınan tepkilerle, eş deyişle, geri-bildirim sayesinde bu kez alıcı ve kaynak rolleri değişerek, alıcı kaynak, kaynak ise alıcı konumuna geçmektedir. Bu durum da, iletişimin sürekli bir döngüyü içinde barındırdığının göstergesidir. Geri-bildirim aracılığıyla kaynak, aldığı cevaplar doğrultusunda iletilerini yeniden düzenleme fırsatı bulur. Birine söylediğiniz bir söz sonrası yüzünde oluşan kızgınlık ifadesi, aslında sözsüz bir geri-bildirimdir. Bu iletişim sürecinde kaynak olarak eğer tasarladığınız, karşınızdaki kişide bu hissi uyandırmak değilse, aldığınız geri-bildirim aracılığıyla iletinizi tekrar düzenleme olanağına sahip olursunuz.

Gürültü: İletinin anlaşılması ya da iletilmesini engelleyen her şey gürültü olarak değerlendirilmektedir. Gürültü tüm iletişim sürecinin işlemesini engeller. (Kreitner, Kinicki ve Buelens, 2002:297). İletişim sürecinde mesajın niteliğini etkileyen; eş deyişle, doğru ve etkin bir biçimde karşı tarafa aktarılmasını engelleyen unsurların tümü gürültü kavramı altında ele alınmaktadır. Alıcının hazır konumda olması, iletişimi etkili kılmak için önemlidir. Gürültü, alıcının hazır konumda olmasını
sıkıntıya sokmaktadır. Bu bağlamda gürültü dikkat dağıtıcı, görüntü ve uzaklık gibi çevresel faktörlerden olduğu kadar algılama, kişisel merak, istek azlığı gibi kişiye özgü niteliklerden oluşabilir

İLETİŞİM İLKELERİ

İletişimi sadece tanım düzeyinde açıklamak iletişimin doğasını tam olarak anlamada yetersiz kalabilir. İletişimi daha detaylı olarak açıklayabilmek için iletişimi anlamamıza rehberlik edecek bazı ilkeleri göz önünde bulundurmak gerekmektedir.

- ✓ *İletişim kendinizde başlar*
- ✓ *İletişimin hem bir içeriği hem de bir ilişkili boyutu vardır*
- ✓ *İletişim karmaşık bir süreçtir*
- ✓ *İletişimin niceliği, iletişimin niteliğini arttırmaz*
- ✓ *İletişim kaçınılmazdır, geriye döndürülemez ve tekrar edilemez*

İLETİŞİM BAĞLAMI

- *Fiziksel bağlam*, iletişimin meydana geldiği elle tutulur, gözle görülür somut çevredir. İçinde bulunduğunuz oda, koridor, park ya da toplantı salonu fiziksel bağlama örnek olarak verilebilir. Fiziksel bağlamın mesajınızın içeriği (ne söylediğiniz) ve biçimi (nasıl söylediğiniz) üzerinde bazı etkileri olur
- *Sosyal-psikolojik bağlam*, katılımcılar arasındaki statü ilişkileri, roller ve insanların içinde iletişim kurdukları toplumun kültürel kuralları gibi öğeleri içerir. Ayrıca, belli bir durum içinde dostluğu ya da düşmanlığı, resmi olmayı ya da olmamayı ve ciddiyeti ya da şakacılığı da içerir. Örneğin; bir mezuniyet partisinde gerçekleşen iletişimin bir cenaze töreninde gerçekleşmesi düşünülemez.

- *Zamansal bağlam*, ileti şimin gerçekleştiği bir günü içerdiği kadar tarihide içerir. Örneğin birçok insan için sabahları iletişim kurmak için uygun bir zaman değilk en diğerleri için çok ideal bir zaman olabilir. Kısmen mesajın etkisi ve uygunluğu iletildiği zamana bağlıdır, bu da tarihsel bağlamın önemli olduğunu göstermektedir

AOFDersleri.com