



İLETİŞİM ETİĞİ-H1

GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
Öğr. Gör. Uzm. Gerontolog F. Sıla AYAN

İletişim Nasıl Tanımlanır?

- Bilgi, düşünce, duygu, tutum ve kanılarla, davranış biçimlerinin kaynak ile alıcı arasındaki bir ilişki yoluyla bir insan ya da insanlardan diğerine bazı kanallar kullanılarak, anlam olarak üzerinde uzlaşılan simgeler aracılığıyla değişimi ve aktarılması sürecidir.
- İletişim "communis" kelimesinden türetilmiştir. "Commun" ortak anlamına gelir.



İletişimin Doğası

- İletişim temel olarak duyuşal ve ifade sistemlerimiz yoluyla mesaj gönderme ve mesaj alma sürecidir.
- Bu mesajların tam olarak iletilmediği durumlarda iletişimin gerçekleşmesinden söz edilemez.
- İnsan iletişimi karmaşıktır ve motivasyona ek olarak duyuşal algısal dilsel bilişsel ve motor becerilerin tamamını gerektirir.
- Bu kompleks kavramı anlamak adına temel süreç ve kavramlara odaklanılacaktır.



İletişim

- Doğru yapıldığında mutlulukların, olumlu duyguların ve heyecanların kaynağıdır.
- Bu tanımlar doğrultusunda iletişim için şunları söyleyebiliriz.
- İletişim,
- Toplumun temelini oluşturan bir sistem,
- Örgütsel ve yönetsel yapının düzenli işleyişini sağlayan bir araç,
- Bireysel davranışları görüntüleyen ve etkileyen bir teknik,
- Sosyal süreçler bakımından zorunlu bir bilim,
- Sosyal uyum için gerekli bir sanattır.



İletişim Nasıl Tanımlanır?

- İletişim bir organizmanın bir uyarıcıyla gösterdiği ayırıcı tepkidir
- İnsanın olduğu her yerde kişiler, gruplar ve türler arasında karşılıklı gerçekleşen, mesajların değiş-tokuşu sürecidir
- Duygu, düşünce, fikir, bilgi ve kültürü kapsayan anlamların semboller yardımıyla aktarıldığı bir süreçtir
- Anlamları itibarıyla uzlaşılmış simgeler yoluyla değişik zaman ve mekan boyutlarında gerçekleşen bilgi, düşünce ve duyguların aktarılması ve alış-verişidir



Neden Önemli?

- Mesleğiniz açısından önemi
- Kişisel gelişim
- Kendinizi ve sosyal çevrenizi anlamak
- Farklılaşan dünyaya uyum sağlayabilmek



İletişimin Amaçları

- Keşfetmek,
- İlişki kurmak,
- Yardım etmek,
- İkna etmek,
- Eğlenmek



İletişimin Diğer Özellikleri

- İletişimde kullanılan sözler, özel işaretler, bir bölgenin haritasına benzer.
- İletişimde kullanılan deyimlerin, kelimelerin, işaretlerin bazen değişik anlamları vardır. İletişim kalıpları insanların anlaşması yani mesajın etkili olması için gereklidir. İletişim kalıbı iyi düzenlenirse, işaretler, kısaltmalar anlamlı hale gelir. Mesajın etkisi artar.



İletişimin Üç Temel Özelliği

- İletişim etkinliğinin insanları gerektirmesi. İletişim ancak insanların birbirlerini anlama ihtiyaçları sayesinde kurulabilir.
- İletişim, paylaşmayı gerekli kılar; yani iletişimde gönderici ve alıcı, mesajın ortak bir anlamı üzerinde anlaşmalıdır.
- İletişim semboliktir. Semboller, jestler, mimikler, sesler, harfler, rakamlar ve sözcüklerdir.



İletişim Süreci ve Öğeleri

- İletişim, farklı disiplinler tarafından farklı açılarla değerlendirilir.
- Psikologlar, antropologlar, hekimler, mühendisler veya medya uzmanları iletişimi farklı şekillerde algılar.
- Dilbilimde kodlar, sosyal psikolojide etkileşim, felsefede sistematik düşünce aktarımı, antropolojide kültürün evrimindeki rolü ile önemlidir.



İletişimin Diğer Özellikleri

- İletişim insan davranışlarının bir ürünüdür.
- İletişim dinamik bir olgudur. Kültürel yapıdaki değişime paralel olarak iletişim değişir. Zamanla bazı kavramlar ve kelimeler yerini yenilerine terk eder.
- İletişim belirli kalıplara bağlıdır. İletişim kalıpları, genel kültürel yapıya bağlı olarak gruplarca oluşturulur ve kişilerin kabul etmeleri oranında süreklilik kazanır.



İletişimin İşlevleri

- Enformasyon: Kişisel, çevresel, yerel, ulusal ve uluslararası koşulları anlamak, bilinçli tepki göstermek ve doğru sonuçlara ulaşmak için gerekli olan haber, veri, bilgi, mesaj, fikir ve yorumların toplanması, depolanması, işlenmesi ve yayılmasıdır.
- Sosyalizasyon: Kişilerin içinde yaşadıkları toplumun etkin üyeleri olarak, faaliyet göstermelerini sağlayıp: toplumsal bağlılığı ve bilinci besleyecek genel bilgi birikimini oluşturmak ve böylelikle, toplumsal yaşama aktif bir şekilde katılmalarına izin vermek.



İletişimin İşlevleri

- **Motivasyon:** Her toplumun ve topluluğun yakın ve uzak hedeflerini oluşturmak, kişisel tercihlerin teşviki, kişisel ve toplumsal etkilerini geliştirmek, herkesçe kabul gören hedeflere ulaşmaya yardımcı olmak.
- **Tartışma:** Karşılıklı fikir birliğini ve alışverişini kolaylaştırmak ve kamuoyunu ilgilendiren konularda farklı görüşleri netleştirmek için gerekli ortamı oluşturmak, genel kabul gören tüm yerel, ulusal ve uluslararası konularda daha geniş kamuoyu ilgisi ve katılımı sağlamaktır.



Örgütsel Açıdan İletişim

- Bilgi Sağlama
- İkna Etme ve Etkileme
- Emredici ve Öğretici İletişim
- Birleştirme İşlevi



İletişimin İşlevleri

- **Eğitim:** Yaşamın tüm aşamalarında entelektüel gelişme, kişilik oluşumu, kişisel yetenek ve kapasitenin gelişimi için bilgi aktarmak.
- **Kültürel Gelişme:** Kültürel mirası korumak amacıyla, kültürel ve sanatsal ürünlerin yayınlanması, bireyin ufkunun genişletilmesi, hayal gücünün, estetik gereksinimlerinin ve yaratıcılığının canlandırılması yoluyla, kültürel gelişimin sağlanması.



İletişimin Bireysel İşlevleri

- Enformasyon toplar ve dağıtır
- Duygu ve düşünceler paylaşılır
- Karar destek sistemi sağlar
- Toplumsal statü kazandırır
- Birey kendini gerçekleştirir
- Temsil yeteneği kazandırır
- Sosyalleşme sürecine katkı sağlar



İletişimin İşlevleri

- **Eğlence:** Kişisel veya toplu olarak eğlenme amacıyla işaret, sembol, ses, görüntü aracılığıyla tiyatro, dans, sanat, edebiyat, müzik, spor vb. aktivitelerin yaygınlaştırılmasını sağlamak. **Entegrasyon:** Tüm insanların, grupların ve ulusların birbirini tanıma ve anlamlarını sağlamak, kendileri dışındakilerin yaşam koşullarını, görüşlerini ve isteklerini değerlendirebilmek için gereksinim duydukları farklı mesajlara ulaşmalarını sağlamak.

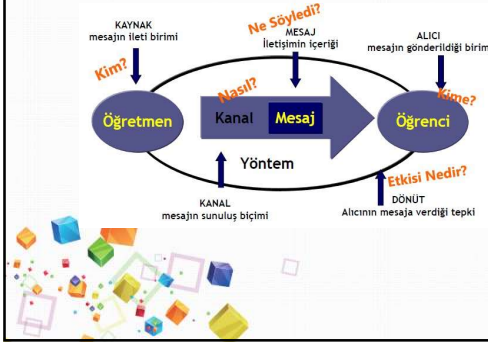


İletişimin Toplumsal İşlevleri

- Toplumu bilgilendirir
- Öğrenme sürecini destekler
- Kültürel yakınlaşma sağlar
- Kültürel aktarma sağlar
- Toplumsal yakınlaşma sağlar
- Toplumu motive eder
- Toplumu yönlendirir

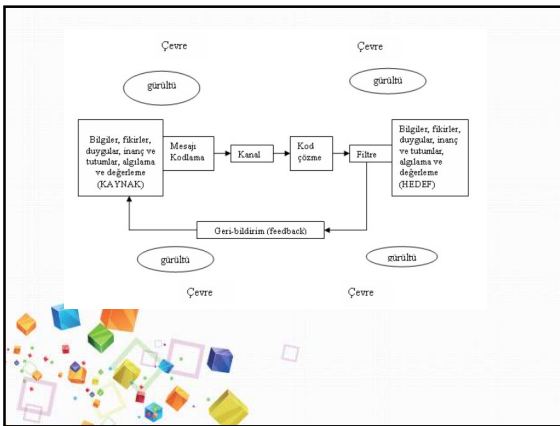


İletişim Süreci ve Unsurları



Kaynak ve Hedef/Gönderici ve Alıcı

- 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.
- Kaynağın iletişim becerileri (etkili konuşma, dinleme, yazma ve beden dilini etkili kullanma) konuştuğu konu hakkındaki bilgi düzeyi ve deneyimi kurulan iletişimin niteliğini belirler



Kaynak ve Hedef/Gönderici ve Alıcı

- Kaynak bilgili olmalı,
- Kodlama özelliğine sahip olmalı
- Düzlem ve rolüne uygun davranmalı
- Tanınmalı

Kaynak ve Hedef/Gönderici ve Alıcı

- Mesajı gönderen unsura kaynak/gönderici, mesajı alana ise hedef/alıcı denir.
- Kaynak, algılama, seçme, düşünme ve yorumlama süreçleri ile ürettiği anlamlı iletileri göstergeler aracılığıyla gönderen kişi veya kişilerdir.
- Kaynak, mesajın kodlayıcısıdır. Bireysel iletişimde birey hem kaynak, hem de hedefdir.

Kaynak ve Hedef/Gönderici ve Alıcı

- Algılama ve değerlendirme adı verilen ikinci basamakta kişiler kendilerine ulaşan mesajları değerlendirir; kısaca, onları "filtre" eder.
- Hedef/alıcı ise bu mesajı alan ve biyolojik, sözlü, psiko-sosyal bir tepki veren unsurdur.
- Alıcı, konum itibarıyla tek bir kişi, kişiler, kurum ya da bir örgüt olabilmektedir.

Kaynak ve Hedef/Gönderici ve Alıcı

- 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 araçlarını izlerken bu oran daha düşüktür.
- İletişimi etkili kılmak için gerek bir sınıf ortamında, gerekse televizyon başında, kodların alıcının anlamlandıracağı biçimde, alıcı odaklı olması gerekir.
- İletinin çok detaylı ya da kapsamlı olmasından ziyade, alıcıyı dikkate alarak kodlamanın oluşturulması, iletişimi daha anlaşılır kılacaktır.

Mesaj/ileti

- Mesaj, göndericinin fikirlerinin ve isteklerinin sembolere dönüşmüş halidir.
- Sembollerin tek başlarına bir anlamı yoktur.
- Sembollere, anlamları gönderici ve alıcı yükler.
- Eğer, alıcının verdiği ve göndericinin algıladığı anlamlar birbirlerine uygun ise, "tam iletişim" söz konusu olur.
- Etkin bir iletişimin gerçekleşmesi için, önce iletişimin tam olması gerekir.
- Bunun için göndericinin sembollerini, alıcının tanıması gerekir, aksi takdirde alıcı sembolleri tanıyamaz ve iletişim gerçekleşmez.

Mesaj/ileti

- İleti en temel anlamıyla kaynağın ürettiği sözel/görsel/görsel-ışıtsel ürünlerdir.
- 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 sembolere bağlı olarak kodlanması durumu olarak da tanımlanmaktadır.

Mesaj/ileti

- İletişim, kaynağın gönderdiği mesajın, alıcı tarafından algılanmasıdır.
- İletişimin görünür yönü genellikle mesajdır; çünkü mesajın alıcıları ve iletişimin izleyicileri, öncelikle mesajı, mesajın anlamını, amacını ve etkisini algılamak durumundadırlar.
- Bu nedenle, iletişimin ilk algılanan yönü olan mesajın, iletişim türünü ve etkinliğini belirlemede önemli bir payı vardır.

Mesaj/ileti

- Kaynağın duygu ve düşüncelerini konuşarak, yazarak jest ve mimikler eşliğinde aktardığı sözel, görsel bir ürün olarak da tanımlanabilir.
- Mesaj ya da ileti, kaynak tarafından aktarılanların sembolik bir ifadesidir.
- Yazı olarak ortaya konulan harflerden oluşan örüntüler, sözlü olarak anlatılanlar sırasında bu anlatımlara eşlik eden el, yüz, göz, kol, vücut hareketleri yanında jest ve mimikler de iletidir.
- Örneklerini düşünelim...

Mesaj/ileti

- Düşünce, duygu ya da bilginin kaynak tarafından kodlanmış biçimi olarak tanımlanan mesaj, bir duygu veya düşünceyi aktarmayı isteyen kaynağın ürettiği sözel, görsel ve ışıtsel imgelerden oluşan somut bir üründür.
- Mesaj, göndericinin alıcıya gönderdiği veri iletisidir.
- Mesaj bir konuşma ise, duyulan bir mesaj, yazılı sözcükler ise, okunan bir mesaj, jest ise, görülen ve hissedilen bir mesajdır.

Mesaj/ileti

- Mesaj özel anlamı olan kodlanmış sembollerdir. Mesajı gönderen kişi, gönderdiği mesaja özel bir anlam verir.
- Orijinal mesaj ve algılanan mesaj arasında fark ne kadar büyürse, kişiler arası iletişim o kadar zayıflar; mesajın anlamında o ölçüde sapma olur.
- Etkin bir iletişim için, gönderici ve alıcı, aynı anlamı paylaşmalıdırlar.



Mesaj/ileti

- Mesajın taşınması gereken özelliklerden en önemlisi, kullanılan dildir.
- Mesajda kullanılan dil, alıcı ve hedef tarafından kolayca anlaşılabilen ortak, açık, net ve kesin bir nitelik taşınmalıdır.
- Mesajın içeriği ise, yanlış yoruma yer bırakmayacak derecede açık anlam ve düşüncelerden oluşmalıdır.
- Mesajın doğru anlaşılabilmesi, mesaj içeriğinin alıcı tarafından algılanabilmesine ve yorumlanabilmesine bağlıdır.



Mesaj/ileti

- Bir mesaj bilgi içerir.
- Genellikle insanlar arasında konuşma ve yazma ile ilişkili, çeşitli işaretler mesaj olarak düşünülür.
- Bu işaretler, sözlü veya sözsüz olabilir. Jestlerle, göz kırpmakla, kaş çatmakla insanlar sözsüz olarak mesajlarını iletirler.



Mesaj/ileti

- Gönderici mesajı kodlarken, alıcının onu algılaya yeteneğini göz önünde bulundurmalıdır.
- Mesajın özelliğine göre iletişim çeşitlenir.
- Söz konusu olan çeşitliliğe göre mesajın taşınması gereken özellikler vardır.
- Burada önce genel olarak mesajların taşınması gereken özellikleri belirtip, daha sonra mesaj türlerine göre etkinliği sağlayacak özellikler üzerinde durmak yararlı olacaktır.



Mesaj/ileti

- Mesajın etkin iletişimi sağlayabilmesi, başka bir deyimle, hedefin olumlu geri bildirimde bulunmasını sağlayabilmesi için, taşınması gereken bazı şartlar vardır.
 - Hedefin, bilgi, düşünce ve deneyimlerine uygunluk,
 - Hedefin tutum, inanç ve değer yargılarına uygunluk,
 - Hedefin ihtiyaç, istek ve amaçlarına uygunluk,
 - Hedefin ilgi alanlarına uygunluk,
 - Hedefin toplum içindeki rollerine ve konumuna uygunluk göstermelidir.



Mesaj/ileti

- Mesajlar açık ve anlaşılır bir dile sahip olmalı, uygun kanalla uygun zamanda gönderilmelidir.
- Sözel mesajlar, yazılı, sözlü ve görsel materyallerden oluşan mesajları içerir, kelimelere dayalıdır.
- Kelimeler, anlamların ve davranışların kavramlaştırılmış biçimidir. İnsan kelimeler yoluyla düşüncesini bir başkasına aktarır; böylece temel konuşma biçimini geliştirir.



Mesaj/ileti

- Konuşma ve yazılı iletişimde etkinliğin ilk şartı, uygun kelimeleri, deyimleri seçmek ve onları alışılmış, biçimde kullanmaktır.
- Anlaşılmayan, toplumca benimsenmeyen kelime ve sözcüklerle gerçekleştirilen iletişim, ya mesajı tam olarak alıcıya iletemeyecek veya alıcının mesajı yanlış yorumlamasına neden olacaktır.
- Jargon kullanımı!



Mesajın İçeriği ve Yapısı

- Mesajın içeriği anlam, yapısı gösterge ve kodlarla ilişkilidir.
- Anlam iletişimin odak noktası ve aktarmak istediği ana kavramdır.
- Her iletinin ileten (gönderici) için bir anlamı vardır.



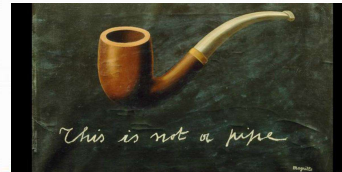
Mesaj/ileti

- Sözel olmayan mesajlar jest ve mimiklere dayalıdır.



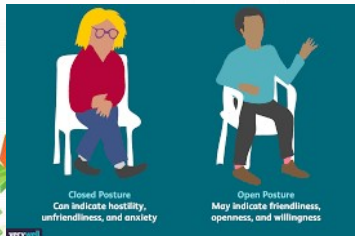
Göstergeler

- Görüntüsel göstergeler:



Beden Dili

- Beden dilimiz biz farkındayken veya farkında olmadan farklı mesajlar verebilir.



Göstergeler

- Belirtisel göstergeler: Gerçek hayattaki nesne ile varoluşsal bağlantısı olan göstergelere işaret etmektedir. Haber amaçlı kullanılan tamam sesi, ya da ders zili çalması belirtisel gösterge olarak gösterilebilir. Termometredeki değişimler de birer belirtisel göstergedir. Çünkü gerçek hayattaki durumlardaki değişimlerle ilişki içerisindedir.



Göstergeler

- Nedensiz gösterge (simge): Nesneyle uzlaşmalı, anlaşmalı ve kurallara bağlı bir ilişki içerisindedir. Örneğin kalem dediğimizde kalem ile gerçek dünyada bizim nesne olarak algıladığımız ilişki, sadece dil ve kültüre özgü anlaşma ve kurallar sonucu oluşmuştur. Aslında kalem dediğimizde aklımıza nesne olarak kalemin gelmesi, yıllara ve yaşamışlıklara dayalı bir anlamı barındırır.



Kodlama ve Kod Açma

- Kod açma işleminde dinleme ve algılar önemli bir yer tutar.
- Dinleme, sözlü ve/veya sözsüz iletileri alma, (kavrama, yorumlama ve değerlendirme işlemlerinden sonra) onlardan bir anlam oluşturma ve onlara tepkide bulunma sürecidir.
- Dinleme çoğu zaman iletişimin unutulmuş bir parçasıdır, ancak iletişime ilgili en temel ve en önemli becerilerden biridir.
- Dinleme pasif bir eylem değil bilinçli bir etkinliktir. İnsanlar seçici algıyı işe koşarak seçici bir şekilde dinlerler.
- Algıda seçicilik

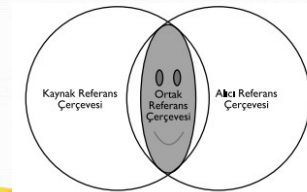


Kodlama ve Kod Açma

- Bilginin, düşüncenin duygunun iletme uygun, hazır bir mesaj haline getirilmesine kodlama denir.
- Kaynağın aklından geçirdiği, düşünceler alıcının anlayabileceği simgelerle kodlanarak, mesaja dönüştürülür.
- Kaynağın mesajı kodlaması, aynı zamanda onun tecrübelerini de kapsar.
- Kodlama, mesajın gönderileceği ortamın seçimi ile de ilgilidir. Kişilerin arkadaşlarıyla günlük konuşmaları, resmi toplantı konuşmaları veya teknik bir konuda konuşmaları, ortama bağlı değişik konuşma yöntemlerini gerektirir ve bu konuşmalar ortamına göre kodlanır.



Ortak Referans Çerçevesi



Kodlama ve Kod Açma

- 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 çözümlemesi 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.



Kişisel Referans Çerçevesi ve Bileşenleri

- 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.



Kişisel Referans Çerçevesi ve Bileşenleri

- 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. Öte yandan kılık kıyafet, roller, toplumsal statüleri ilişkin davranış beklentileri ve davranış kuralları da referans çerçevesini şekillendirir.



Kanal

- İletinin kodlandıktan sonra, kod açma sürecinin gerçekleştiği ana kadar izlediği yol kanal olarak adlandırılmaktadır
- Kanal sinyali taşıyan herhangi bir fiziksel araçtır. Işık dalgaları, görsel sinyalleri, hava dalgaları ise ses sinyallerini taşır.
- Kanal fiziksel olabilir (sesimiz, bedenimiz), teknik olabilir (telefon) ya da toplumsal olabilir (okullarımız, gazeteler vb.).
- Kanal, mesajın göndericiden alıcıya iletiildiği yoldur.



Kişisel Referans Çerçevesi ve Bileşenleri

- 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. Öte yandan kılık kıyafet, roller, toplumsal statüleri ilişkin davranış beklentileri ve davranış kuralları da referans çerçevesini şekillendirir.



Kanal

- Örgütlerde iletişim kanalları, resmi ve gayri resmi olabilir.
- İşletme içindeki resmi iletişim kanalları; emir-komuta zinciri, intranet, öneri/şikâyet kutuları, şirket dergisi ya da işletme toplantıları olabilir.
- Gayri resmi iletişim kanalları ise; dedikodu, söylenti haberleri, işletme dışı gruplaşmalar ve bizzat yöneticinin çalışanlarıyla resmi olmayan kanallardan konuşmalarıdır.



Kişisel Referans Çerçevesi ve Bileşenleri

- Yukarıda ortak tecrübe alanı veya referans çerçevesinin genişliğine bağlı olarak, kişiler arası iletişim tam ve etkin olacaktır.
- Bu alanı genişletmek ise, bireylerin "kendine yontan önyargı", "temel tutum hatası" ve "öntip" oluşturmama gibi faktörlere bağlıdır.
- Kendini güven içinde görmeyen bireylerin, iletişimi kısıtlı bir referans çerçevesinde sürecektir.



Kanal

- İletişimin gerçekleşebilmesi ve etkili olabilmesinde kanal seçiminin çok büyük önemi vardır.
- İletişimde ulaşılacak istenen amaç(lar), hedefin özellikleri, zaman ve mekan sınırlılıkları ya da olanakları kanalın seçiminde temel bir rol oynar.
- Başka bir deyişle kime, ne için, neyi iletmek istediğimizle kullanacağımız kanal arasında sıkı bir ilişki vardır.
- Örneğin; görme engelli bir hedef için görsel kanalları kullanamayız.



Kanal

- Kanal seçimi beraberinde araç seçimini de getirir.
- İletişim araçları, iletileri kanal boyunca aktarılabilir işaretlere dönüştüren fizik ya da teknik araçlardır.
- Başka şekilde tanımlarsak iletişim aracı, içinde kanallar bulunduran ve kanallar yoluyla iletili alan, gönderen, yayan belirli yapısal özelliklere sahip ortam ve nesnelerdir.
- Ses, yüz, beden, telefon, kitap, resim, televizyon, radyo, gazete, vb. iletişim araçlarına örnek olarak verebiliriz.
- İletişimde seçilen kanallar, araçların seçiminde etkili olduğu gibi, kanalların ve araçların özellikleri de kullanılacak kodların ve iletişim sistemlerinin seçimini belirler.



Algılama ve Değerlendirme

- Filtre etme, alıcının kendisine ulaşan mesajı değerlendirmesiyle ilgilidir ve burada devreye algılama girer.
- Algı, insanın çevresindeki uyaranların, ya da olayların farkına varması ve onları yorumlaması sürecidir.
- Algı, kişinin belli bir bilgiyi duyma, organize etme, anlama ve değerlendirme sürecidir.
- Algılama, bir olay ve nesnenin varlığı üzerinde duyular yoluyla bilgi edinmedir.



Güncel kitle iletişim araçları ve sosyal medyayı kanal olarak tartışalım



Algılama ve Değerlendirme

- Algılamada dışsal faktörler. Farklılık, yoğunluk, sıklık, hareketlilik, tekrarlama, kontrast, yenilik, benzerlik gibi faktörlerdir.
- Algılamada içsel faktörler. Kişilik, ihtiyaçlar, amaçlar, motivasyon, inançlar, değerler ve tutumlar, umutlar, beklentiler, arzu ve istekler, geçmiş tecrübeler ve alışkanlıklar gibi faktörlerdir.



Kanal

- Kanal, kaynak ve alıcı arasındaki bağıdır. İnsanın beş duyu organı, onun iletişim kanallarıdır.
- İletişim kanalları formel (resmi) ve informal (resmi olmayan) olmak üzere iki gruba ayrılır. Formel iletişim kanalları, yönetim tarafından belirlenen ve kabul edilen iletişim kanallarıdır.
- Formel iletişimin yanında, informal iletişim kanallarını da kullanır.



Geri Bildirim

- 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 Bildirim

- Geri-bildirim aracılığıyla kaynak, aldığı cevaplar doğrultusunda iletilerini yeniden düzenleme fırsatı bulur.
- Geri-bildirim kavramı beş farklı boyutta incelenebilir. Bunlar sırasıyla, olumlu-olumsuz, kişi odaklı mesaj odaklı, anında-gecikmeli, kontrollü-kontrolsüz, destekleyici-eleştirel geri-bildirim şeklinde sıralanabilir.



Geri Bildirim

- Örneğin arkadaş ortamında iletilere gayet doğal ve kendiliğinden ortaya çıkan tepkiler verebilirsiniz, ancak patronunuz size işiniz hakkında ne düşündüğünüzü sorduğunda burada daha dikkatli bir şekilde tepki verirsiniz.
- Destekleyici geribildirim ise kişinin kendisinin ya da söylediklerinin değerinin onayladığı geri-bildirimdir. Birini avutmaya çalışmanız ya da birini konuşmak için cesaretlendirmeniz bu geri-bildirim türüne örnek olarak verilebilir.
- Diğer taraftan eleştirel geri-bildirimde değerlendirme vardır. Eleştirel geri-bildirim verilirken birinin performansı hakkında yargıda bulunulur.



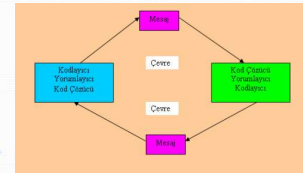
Geri Bildirim

- Olumlu geri-bildirim kaynağın iletilerinin iyi algılandığının ve iletişimi bu şekilde sürdürebileceğinin göstergesidir. Olumsuz geri-bildirim ise bazı şeylerin yanlış gittiğinin ve yeni düzenlemelerin yapılması gerektiğinin göstergesidir. Gülme ve alkışlama olumlu geri-bildirime, oflamalar, pufamalar ve rahatsızlığı ifade eden sözsüz iletişim öğeleride olumsuz geri-bildirime örnek olarak verilebilir.
- Geri-bildirim kişiyi ya da mesajı odak noktası yapabilir.
- Yüzyüze iletişimde kaynak, hedeften anında geri-bildirim alma imkânına sahiptir.



Geri Bildirim

- Etkin bir iletişim, pozitif geri-bildirim sayesinde kurulabilir. Pozitif geri bildirim, iletişim sürecinde şu anlama gelir:
 - Mesaj alınmıştır,
 - Mesaj algılanmıştır,
 - Mesaj doğru bir biçimde yorumlanmıştır,
 - Alıcı, gelecek adım (geri bildirim) için hazırdır.



Geri Bildirim

- Bu noktada yüzyüze iletişim, gerek sözlü gerekse sözsüz ipuçlarıyla geri-bildirim sağlanması açısından üstünlüklere sahiptir denebilir.
- Bazen geri-bildirim kendiliğinden ve dürüstçe gösterilen doğal tepkiler (kontrolsüz) şeklinde olabileceği gibi bazen de belirli bir amaca hizmet etmek için dikkatlice yapılandırılır (kontrollü).



Geri Bildirim

- Etkin bir geri-bildirim;
 - Kaynağa yardımcı olmayı amaçlar,
 - Mesajın tam bir karşılığıdır,
 - Zamanlaması tamdır,
 - Kaynağın amacına ulaşmasını sağlayacak kadar açık ve seçiktir,
 - Yapıcıdır ve davranış üzerinde durur.



Geri Bildirim

- Etkin olmayan geri-bildirim ise;
 - Mesajın anlamını özel olarak içermez ve geneldir,
 - Mesajın anlamı ile doğrudan ilgisi yoktur,
 - Zamanlama itibarıyla hatalıdır,
 - Kişiyi ve kişiliği vurgular,
 - Anlaşılmayacak kadar karmaşıktır,
 - Spekülasyonlara dayalıdır; veri ve bilgi içermez, yorum ağırlıklıdır.



İletişim İlkeleri

- İletişim kendinizde başlar
- İletişim diğerlerini içerir
- 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

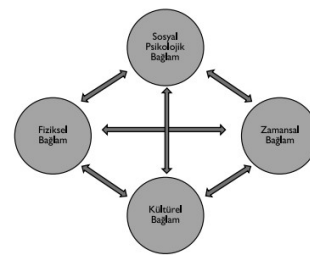


DiAA

- Dikkatleri kazanın. Örneğin çok ilginç bir söz veya anekdot aktararak söze başlayın.
- İlgi çekin. Dinleyenlere konunuzun neden önemli olduğunu anlatın.
- Arzu yaratın. Görüşlerinizin onlar için yararlı olacağını belirtin.
- Anlaşma sağlayın; dinleyicilere tezinizin onlar içinde aslında ne kadar yararlı olduğunu kabul ettirmeye çalışın



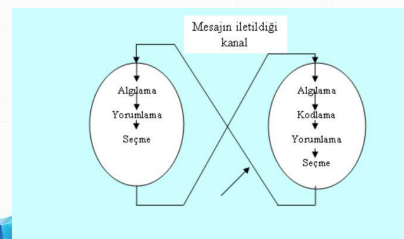
İletişim Bağlamı



Gürültü



İletişim Sürecinin İşleyişi



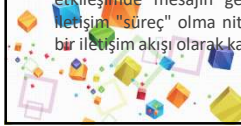
İletişim Sürecinin İşleyişi

- Yüz yüze olmayan iletişim ise daha çok kitle iletişim araçları kullanılarak yapılan iletişimdir. Yüz yüze olmayan iletişim üç şekilde gerçekleşir.
 - Fotoğraflı iletişim (resim, grafik ve afişlerle kurulan iletişim)
 - Hem yazılı hem de fotoğraflı iletişim (dergiler, gazeteler, broşürler yardımıyla kurulur.)
 - Sesli ve görüntülü iletişim (radyo televizyon ve sinema ile kurulur.)



İletişim Sürecinin İşleyişi

- İki yönlü iletişim, göndericinin, mesajına alıcıdan geri bildirim aldığı anda ortaya çıkan iletişimdir.
- İki yönlü iletişimde problem çözme ve karar verme, iki yönlü etkin dinlemenin sonucunda ortaya çıkar.
- Tek yönlü iletişimde sadece bir mesaj, diğer bir kişiye gönderilir ve geribildirim ve etkileşimli akış olmaz.
- Aksine iki yönlü iletişimde gönderici ve alıcılar karşılıklı etkileşim içindedirler. İki yönlü iletişim, "yazılı" veya "sözlü" olarak, iki kişi arasında kurulur. İki yönlü iletişimde kaynak ile alıcı arasındaki etkileşimde mesajın geri bildiriminin olmaması durumunda, iletişim "süreç" olma niteliğini kaybeder ve doğrusal, tek yönlü bir iletişim akışı olarak kalır.

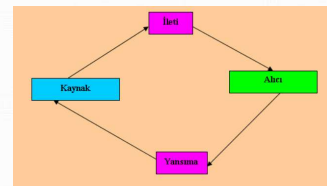


İletişim Sürecinin İşleyişi

- Tek yönlü iletişim, bir mesajın kaynaktan alıcıya, alıcının aktif geri bildirimi olmaksızın yapılan iletişim biçimidir.
- Tek yönlü iletişim, bir kaynakla bir veya birden fazla hedef arasında kurulur.
- Tek yönlü iletişimde kaynak bir kişi, hedef bir veya birden fazla olabileceği gibi, kaynak birden fazla, hedef bir kişiden oluşabilir.
- Ancak sık yaşanan tek yönlü iletişim biçimi, kaynağın tek, hedefin birden fazla olmasıdır.
- Tek yönlü iletişimin diğer bir yönü, tek yönlü iletişimde kaynak mesajı gönderdiği zaman, hedeften geri bildirimde bulunmasını beklemmez. Burada asıl amaç, mesajı hedefe ulaştırmaktır.



İletişim Sürecinin İşleyişi



Çift Yönlü İletişim



İletişim Sürecinin İşleyişi



Tek Yönlü İletişimin Yönü



Tek ve İki Yönlü İletişimin Karşılaştırılması

- Tek yönlü iletişim, iki yönlü iletişimden daha çabuk işler,
- İki yönlü iletişimde, tek yönlüden daha doğru iletişim kurulur,
- İki yönlü iletişimde alıcı kendinden emindir ve güven duygusu içindedir. Mesajı daha doğru yargılama imkânına sahiptir,
- İki yönlü iletişim, görece olarak gürültü ve diğer başka dış faktörlerin etkisi altındadır.
- İki yönlü iletişim, demokratik bir iletişim biçimidir.



Kaynaklar

- MEB (2011) İletişim Süreci ve Türleri
- Zillioğlu M (1993) *İletişim Nedir?* Cem Yayınları: İstanbul
- Güz N (b.t.) İletişim Süreci ve Temel Öğeler, *İletişim Fakültesi Dergisi* 121-142
- Küçük M v.d. *İletişim Bilgisi* T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2712 Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 1675 : Eskişehir

