

**T.C.
MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI**

SAĞLIK HİZMETLERİ

İLETİŞİM SÜRECİ

Ankara, 2015

- Bu modül, mesleki ve teknik eğitim okul / kurumlarında uygulanan Çerçeve Öğretim Programlarında yer alan yeterlikleri kazandırmaya yönelik olarak öğrencilere rehberlik etmek amacıyla hazırlanmış bireysel öğrenme materyalidir.
- Millî Eğitim Bakanlığınca ücretsiz olarak verilmiştir.
- **PARA İLE SATILMAZ.**

İÇİNDEKİLER

AÇIKLAMALAR	iii
GİRİŞ	1
ÖĞRENME FAALİYETİ-1	3
1. İLETİŞİM ÖGELERİ ÇEŞİTLERİ VE ŞEKİLLERİ	3
1.1. İletişimin Tanımı ve Özellikleri	3
1.2. İletişimin Fonksiyonları	4
1.3. İletişimin Amacı	6
1.4. İletişim Öğeleri	7
1.4.1. Kaynak (Gönderici, Verici)	8
1.4.2. Mesaj	9
1.4.3. Kodlama-Kod Alma	11
1.4.4. Kanal	11
1.4.5. Alıcı (Hedef)	12
1.4.6. Algılama ve Değerlendirme (Filtre)	13
1.4.7. Geri Bildirim (Feed - Back)	14
1.5. İletişim Sürecinin İşleyişi	15
1.5.1. Tek Yönlü İletişim	16
1.5.2. İki Yönlü İletişim	16
1.6. İçsel (Öz iletişim) İletişim /Kişinin Kendisi İle İletişimi	17
1.7. Kişiler Arası İletişim	18
1.8. Grup İletişimi	20
1.9. Kitle İletişimi	21
1.10. Örgütsel İletişim	22
UYGULAMA FAALİYETİ	25
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	26
ÖĞRENME FAALİYETİ-2	29
2. İLETİŞİM ÇEŞİTLERİ	29
2.1. Sözlü İletişim	29
2.1.1. Yüz Yüze İletişim	30
2.1.2. Araçlı İletişim	30
2.2. Sözsüz İletişim	31
2.3. Yazılı İletişim	32
2.4. Simgesel İletişim	33
2.5. Kitlesele İletişim	34
UYGULAMA FAALİYETİ	35
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	36
MODÜL DEĞERLENDİRME	37
CEVAP ANAHTARLARI	39
KAYNAKÇA	40

AÇIKLAMALAR

ALAN	Sağlık Hizmetleri
DAL	Alan Ortak
MODÜLÜN ADI	İletişim Süreci
MODÜLÜN SÜRESİ	40/24 ders saati
MODÜLÜN AMACI	Bireye/öğrenciye; iletişim öğeleri, iletişim çeşitleri ve iletişim şekilleri ile ilgili bilgi ve beceri kazandırmaktır.
MODÜLÜN ÖĞRENME KAZANIMLARI	<ol style="list-style-type: none">1. İletişim öğelerini, çeşitlerini ve şekillerini açıklar.2. Etkili iletişim kurallarını açıklar.
EĞİTİM ÖĞRETİM ORTAMLARI VE DONANIMLARI	Ortam: Derslik Donanım: Bilgisayar, projeksiyon, DVD player
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	Modülün içinde yer alan her faaliyetten sonra verilen ölçme araçları ile (test, çoktan seçmeli, doğru-yanlış, v.b) kendi kendinizi değerlendireceksiniz.

GİRİŞ

Sevgili Öğrenci,

İnsanların günlük yaşamlarında birbiriyle ilişki içinde olmaları, iletişim sürecini kullanmaları gerekmektedir. İnsanların kendilerini ve birbirlerini tanımaları, isteklerini, beklentilerini, duygu ve düşüncelerini ortaya koyabilmeleri, söz ve davranışlar aracılığı ile olur. Söz ve davranışların kullanılması iletişim sürecinin işlediğini gösterir. İletişim sürecinde duygusal, sosyal ve biyolojik ihtiyaçlarımızı gideririz.

Varlığımızı sürdürmek, haberleşmek, paylaşmak, etkilemek, yönlendirmek, mutlu olmak vb. amaçlarla iletişim kurmaya devam ederiz. Gelişen teknoloji ile birlikte değişen tek şey iletişim yöntem, teknik ve iletişim araçlarıdır. İletişim hep vardı ve var olmaya devam edecektir.

İletişim, hayatı kolaylaştırmaktır. Her insan sevginin ve ilginin fazlasını bekler. Siz de iletişimi kullanarak insanlara olumlu yaklaşın. Hem kendinize hem de insanlara hayatı kolaylaştırın. Unutmayın ki sevgi ve dostluk, insanları doğru anlamak ve onlarla doğru iletişim kurmakla mümkün olacaktır.

İşte bu modülde iletişim öğeleri, iletişim şekilleri ve iletişim çeşitlerini bulacak ve bundan sonraki hayatınızda daha sağlıklı iletişimler kuracaksınız.

ÖĞRENME FAALİYETİ-1

ÖĞRENME KAZANIMI

İletişim öğelerini, çeşitlerini ve şekillerini açıklayabileceksiniz.

ARAŞTIRMA

- İlk çağlardan bu yana insanlar nasıl iletişim kurmuşlardır? Araştırınız.
- Farklı kanallar kullanarak gerçekleştirilen iletişim süreçlerine örnekler bulunuz.
- İletişimi şema üzerinde gösterirken çevre faktörü neden önemlidir? Araştırınız.
- İletişimde olduğunuz insanlarla ilişkilerinizi gözden geçirerek kimlerle hangi şekilde iletişim kurduğunuzu arkadaşlarınızla sınıfta tartışınız.

1. İLETİŞİM ÖGELERİ ÇEŞİTLERİ VE ŞEKİLLERİ

Toplumsal bir varlık olan insan, başka insanlarla sürekli etkileşimde bulunmak ve onlarla anlamlı ilişkiler kurmak zorundadır. Her insan, diğer insanlarla olan ilişkilerini içinde yetiştiği ve yaşadığı kültürün içinde, belli bir çerçevede yürütür. İletişim tarzımızı kendi kültürümüz içinde oluştururuz. Anne, yönetici, öğretmen veya öğrenci, ne olursak olalım kendimizi ifade edebilmek, söyleyeceğimizi söyleyebilmek, anlaşılacak, kabul görmek en büyük ihtiyacımızdır. Bu ihtiyacımızı diğer insanlarla iletişim kurarak gideririz.

1.1. İletişimin Tanımı ve Özellikleri

İletişim kavramı Latince “communis” sözcüğünden gelmektedir. Dilimizde iletişim, haberleşme ve bildirişim sözcükleriyle tanımlanır. Bu tanımla ortaklık kurma amaçlanmaktadır. İletişimde bilgiyi yayma, insanları eğitme, eğlendirme ve etkilemekle birlikte asıl amaç bilgi vermektir. İletişim, kısa, açık, net, anlaşılır ve direkt olmalıdır.

İletişim ile ilgili farklı tanımlardan birkaçını sıralarsak:

- İletişim, insanların duygu, düşünce, inanç, tutum ve davranışlarının sözlü, yazılı ve sözsüz olarak iletilmesidir.
- Vericiden alıcıya aktarılan bilgi veya haber sürecidir.
- Anlamak ve anlaşılmasıdır.
- İletişim, mesaj, gönderici ve mesaj alan olmak üzere, üç önemli unsuru olan ve bilgi, duygu, görüntü veya sesin iletilmesi ve işlenmesi sürecidir.

- İnsanlar veya gurupların birbirlerini etkilemek için ortaya koydukları her türlü bilinçli veya bilinç dışı davranış olarak tanımlanır.

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 olgusunun bazı temel özellikleri vardır. Bu özellikleri şu şekilde sıralayabiliriz;

- İletişim etkinliği için mutlaka insanın olması (İletişim ancak insanların birbirlerini anlama ihtiyaçları sayesinde kurulabilir.),
- İletişimin paylaşmayı gerekli kılması (İletişimde gönderici ve alıcı, mesajın ortak anlamı üzerinde anlaşmalıdır.),
- İletişimin sembolik olması (Semboller, jestler, mimikler, sesler, harfler, rakamlar ve sözcüklerdir. Alıcı ve gönderici mesaja aynı anlamı veriyorsa, iletişim ancak o zaman tam olarak ortaya çıkar.),
- İletişimin insan davranışlarının bir ürünü olması,
- İletişimin dinamik bir olgu olması (Gönderici ve alıcının durumuna göre değişiklik gösterir.),
- Kültürel yapıdaki değişime paralel olarak iletişimin değişmesi (Zamanla bazı kavramlar ve kelimeler yerini yenilerine terk eder.),
- İletişimin belirli kalıplara bağlı olması (İletişim kalıpları, genel kültürel yapıya bağlı olarak gruplarca oluşturulur ve kişilerin kabul etmeleri oranında süreklilik kazanır. İletişimde kullanılan deyimlerin, kelimelerin ve işaretlerin bazen değişik anlamları vardır.) dır.

1.2. İletişimin Fonksiyonları

İletişim kaynaktan hedefe bilgi aktarımıdır.

- Buna göre iletişim kurmanın dört temel fonksiyonu vardır. Bunlar;
 - Bilgi,
 - Motivasyon,
 - Kontrol,
 - Heyecanlandırmadır.

- İletişimin sosyal sistem içindeki temel fonksiyonları da şu şekilde sıralanabilir:
- **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 yayılmasını sağlamaktır.
 - **Sosyalizasyon:** Kişilerin içinde yaşadıkları toplumun aktif üyeleri olarak faaliyet göstermelerini sağlayıp toplumsal bağlılığı ve bilinci besleyecek genel bilgi birikimini oluşturmak ve böylece, toplumsal yaşama aktif bir şekilde katılmalarına izin vermektir.
 - **Motivasyon:** Her toplumun ve topluluğun yakın ve uzak hedeflerini oluşturmak, kişisel tercihleri teşvik etmek, kişisel ve toplumsal etkilerini geliştirmek, herkesçe kabul gören hedeflere ulaşmaya yardımcı olmaktır.
 - **Tartışma:** Karşılıklı fikir alışverişini ve fikir birliğini kolaylaştırmak, 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.
 - **Eğitim:** Yaşamın tüm aşamalarında entelektüel gelişim, kişilik oluşumu, kişisel yetenek ve kapasitenin gelişimi için bilgi aktarmaktır.
 - **Kültürel gelişme:** Kültürel mirası korumak amacıyla, kültürel ve sanatsal ürünlerin yayımlanması, bireyin ufkunun genişletilmesi, hayal gücünün, estetik gereksinimlerinin ve yaratıcılığının canlandırılması yoluyla, kültürel gelişimi sağlamaktır.
 - **Eğlence:** Kişisel veya toplu olarak eğlenmek amacıyla, işaret, sembol, ses, görüntü aracılığıyla tiyatro, dans, sanat, edebiyat, müzik, spor vb. aktivitelerin yaygınlaştırılmasını sağlamaktır.
 - **Entegrasyon:** Tüm insanların, grupların ve ulusların birbirini tanıma ve anlamalarını, kendileri dışındakilerin yaşam koşullarını, görüşlerini ve isteklerini değerlendirebilmek için gereksinim duydukları farklı mesajlara ulaşmalarını sağlamaktır.

İletişimin günümüzde, uluslararası alanda enformasyon gücünü dünyaya ileten ve bildiren bir işlevi vardır. İletişim, uluslararası arenada siyasi, ekonomik, toplumsal bir güç kazanmanın en etkili yoludur. Bugün gelişmişliğin ölçütü olarak, enformasyon üretimi kullanılmaktadır.

Bir toplum ne kadar fazla enformasyon üretiyorsa, o oranda gelişmiş, güçlü ve saygın bir toplum sayılır. Enformasyonu pazarlamanın tek yolu tüm dünyayla iletişim kurmaktır.

İletişimin bireysel fonksiyonlarının yanı sıra toplumsal fonksiyonları da vardır. Bunlar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

BİREYSEL FONKSİYONLAR	TOPLUMSAL FONKSİYONLAR
Enformasyon toplamak ve dağıtmak	Toplumu bilgilendirmek
Duygu ve düşünceleri paylaşmak	Öğrenme sürecini desteklemek
Karar destek sistemi sağlamak	Kültürel yakınlaşma sağlamak
Toplumsal statü kazandırmak	Kültürel aktarma sağlamak
Bireyin kendisini gerçekleştirmesini sağlamak	Toplumsal yakınlaşma sağlamak
Temsil yeteneği kazandırmak	Toplumu motive etmek
Sosyalleşme sürecine katkı sağlamak	Toplumu yönlendirmek

Tablo 1.1: İletişimin bireysel ve toplumsal fonksiyonları

1.3. İletişimin Amacı

İletişimde amaç; öncelikle kişinin kendisini tanıması, anlaması ve farkına varmasıdır. Kendisini tanıyan kişinin diğer insanlarla anlaşma ve uyum sağlaması da kolaylaşır. Verilerin hedefe iletilmesi ve hedeften istenilen durum ile doğru orantılı olarak dönüt alınmasıdır. “Anlamıyor.” yerine “Anlatamıyorum.” denilmesi gerekir.

İnsanların birbirleriyle iletişim içinde olmalarının esas amacı bazı temel gereksinimlerini gidermektir. İletişim yoluyla ilişkinin amacı gerçekleştirilmeye çalışılır.

İlişkide amaç;

- Enformasyon vermek veya almak,
- Bir etkinlik için tasvip (veya aksi) vermek veya almak,
- Bir imaj veya kimliği tasdik etmek veya reddetmek,
- Bir emre uymayı veya uymamayı açıklamak veya kazanmak,
- Birlikte bir şey yapmak,
- Herhangi bir psikolojik veya maddi kazanç sağlamak,
- Paylaşmak, baskı kurmak, tanımak, tanıtmak,
- Bir şeyler almak veya vermek,
- Herhangi bir nedenle birliktelik kurmak olabilir.

İletişimin birden çok amacı vardır. Bunları kısaca;

- Bilginin taşınması ve belirsizliği gidermek,
- İnsanların duygularını, düşüncelerini, isteklerini karşısındakilere aktarmak,
- Sağlıklı iletişim ile toplumsal güveni sağlamak,
- İnsanın toplumsal rol ve sorumluluklarını yerine getirmek,
- İnsanın kendisini ve başkalarını tanımasını sağlamak,

Alıcıda etki ve davranış değişikliği yaratmayı amaçlamak şeklinde sıralayabiliriz.

İletişimde açıklık gerekir. Söylenilen şeyin istenildiği gibi algılanabilmesi için anlaşılması istenilenin net bir şekilde söylenmesi gerekir. Örneğin, aşağıdaki vakada, iletişimde açıklık yoktur:

Ankara - İstanbul seferini yapan trene yaşlı bir bayan biner ve kondüktöre Eskişehir'e gelince kendisini haberdar etmesini ısrarla belirtir. Kondüktör mesajı alır fakat bayanı haberdar etmesi gerektiği, Eskişehir'i geçtikten sonra aklına gelir. Doğru, makiniste gider ve durumu anlatır. Makinist Eskişehir istasyonuna kadar geri döner. Kondüktör yaşlı teyzenin yanına giderek onu uyandırır. Eskişehir istasyonunda olduklarını söyler. Teyze ise önce kondüktöre teşekkür eder, sonra da çantasından ilaçlarını alıp içer ve kondüktörün şaşkın bakışları arasında tekrar uyumak için hazırlığını yapar.

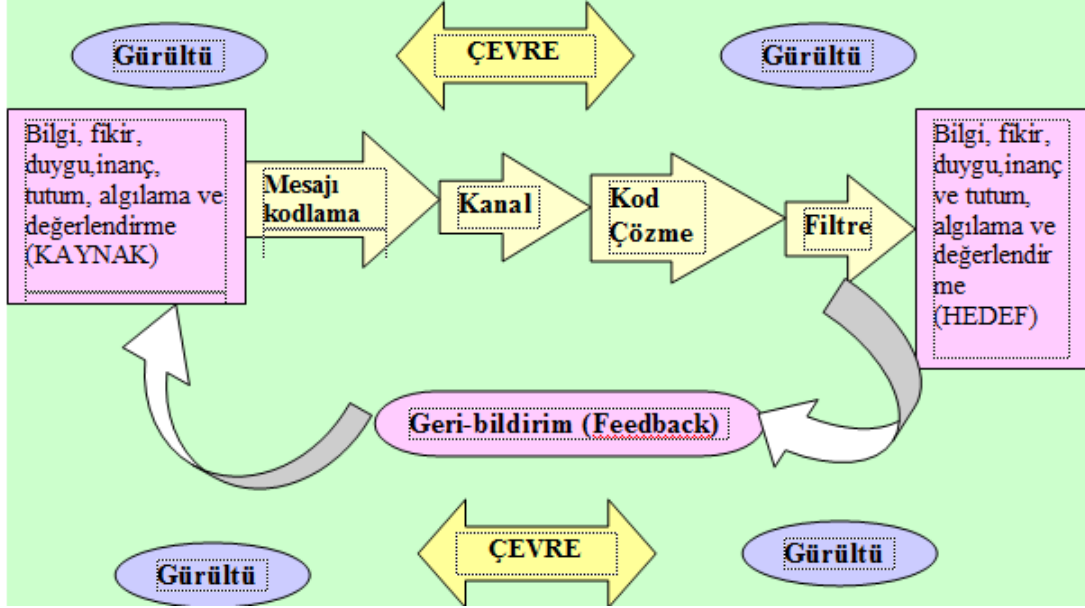
1.4. İletişim Öğeleri

Bireyler, sözel (konuşarak) ve sözel olmayan (davranışlar, mimikler) yollarla birbirleriyle iletişim içine girer. Sözel olsun ya da olmasın iletişimin gerçekleşmesinde bazı öğelere gereksinim vardır.

➤ İletişim sürecinin öğeleri;

- Kaynak (gönderici),
- Mesaj,
- Kodlama- kod açma,
- Kanal,
- Alıcı (hedef),
- Algılama ve değerlendirme(filtre),
- Feedback (geri bildirim) tir.

Şimdi iletişim şeması üzerinde bu öğelerin nasıl işlediğini görelim.



Şekil 1.1: İletişim süreci

1.4.1. Kaynak (Gönderici, Verici)

İletişim süreci içerisindeki kişilerden, iletişimi başlatan, diğer insanlara düşünce ve duygularını aktarma girişiminde bulunan kişiye gönderici veya verici kişi denir. Bu nedenle "verici" kendi duygu ve yaşantılarını alıcı durumunda olanların bütün duyularına ulaşabilecek biçime getirmeye çalışır. Gönderici olmadan iletişim kurulamaz. İletişimde en önemli sorumluluk göndericiye aittir. Çünkü iletişim sürecini başlatan ve mesajı kodlayarak gönderen odur. Vericinin yoğun ve etkin bir iletişim kurabilmesi için alıcının mümkün olduğu kadar çok duyusuna ulaşması gerekir.

Gönderici, iletişimi başlatan veya iletiyi gönderendir. İletişim ilk önce göndericinin zihnindeki düşüncelerle ortaya çıkar. Kaynak, sahip olduğu tecrübe ve bilgilere göre bir mesaj oluşturur. Mesajı iletmeden önce onu "kod"lar. Bir düşüncüyü formüle ederek mesaj halinde kanalı kullanarak alıcıya gönderir.

Kişiler arası iletişim, gönderici ve alıcı olmak üzere en az iki kişiyi gerektirir. Kişiler arası iletişimin alıcısı ikiden fazla olabileceği gibi, göndericisi de ikiden fazla olabilir.

Örneğin, ana-baba ve çocuk ilişkisinde iletişim iki kişi arasında kurulurken, bir sanat toplantısında veya bir konferansta çok sayıda alıcı bulunur.

Verici ve onun gönderdiği mesajlar aynı olduğu halde, her alıcının kod çözme süreci kendisine özgüdür. Bu sebeple herkes toplantıdan farklı bir izlenim ve yorumla çıkar. Kişilerarası iletişim, insanlar arasında veri değişimini kapsar.

İletişimin başarılı bir şekilde gerçekleşmesinin koşullarından biri göndericinin uygunluğudur. Gönderici, mesajını, alıcının zihinsel algı yeteneğine göre kodlamalıdır. Alıcının algılayamayacağı bir mesaj onun açısından sadece bir gürültüdür. Vericinin yoğun ve etkin bir iletişim kurabilmesi, alıcının mümkün olduğu kadar çok duyusuna ulaşabilmesiyle mümkündür.

Örneğin, yüz yüze iletişimde sözlü mesajlara göz ilişkisi ve dokunma eşlik edebilir. Bir öğretmenin, ders anlatırken, dikkati dağılan öğrencisinin omzunu tutması onun derse olan ilgisini artırır. Genel iletişimlerde yazılı malzemenin verilmesi, slayt ve film gibi görsel malzemenin kullanılması farklı duylara ulaşılması sebebiyle anlatımı zenginleştirir.

➤ İyi bir iletişimde kaynağın taşınması gereken özellikler

- **Kaynak bilgili olmalıdır:** Kaynak, göndereceği mesaj konusunda bilgili olmalıdır. Kaynak, bilgisi oranında kodlama, mesajı gönderme gücüne sahiptir. Bilgi, mesajın kodlanma biçimini belirlediği gibi içeriğini ve alıcıdan beklenecek olan davranışı da etkiler. Kaynak, göndereceği mesajın oluşturacağı davranış hakkında, mesajın nedeni konusunda ve mesajın kodlarının etkisi konusunda bilgili olmalıdır. Kaynağın bilgili olması iletişimin sürekliliğini de etkiler. Eğer kaynak gerekli bilgiye sahip olursa alıcının istediği bilgileri sağlayabilir. Aksi takdirde, kaynak, bir aktarıcı olmaktan öteye geçemez.
- **Kaynak kodlama özelliğine sahip olmalıdır:** Kaynak, alıcıya göndereceği mesajın nasıl kodlanacağını, sözlerin ve işaretlerin anlamının ne olduğunu bilmelidir. Yanlış veya yetersiz biçimde kodlanan bir mesaj etkin olmayacağı gibi istenilenin dışında bir davranış da yaratabilir.
- **Kaynak düzlem ve rolüne uygun davranmalıdır:** Kaynak bulunduğu düzleme uygun davranmalı, göndereceği mesaj ile statüsü ve rolü arasında ilişki olmalıdır. Kaynağın, davranışın gerçekleştirdiği statü ve role uygun düşmeyen bir mesajı göndermesi halinde, mesaj ya alıcılarca işleme konmaz ya da olumsuz etkileşime neden olur.
- **Kaynak tanınmalıdır:** Etkin bir iletişimin sağlanması için alıcılar kaynağı tanımak isterler. Alıcı, aldığı mesajı değerlendirirken kaynağın özelliğine göre değerlendirir. Kaynak, alıcı tarafından ne ölçüde tanınıyorsa ve bu tanıma ne ölçüde olumlu ise gerçekleşen iletişim o ölçüde etkin olur. Tanınmayan veya olumsuz tanınan kaynağın gönderdiği mesajlar alıcılar üzerinde olumlu etki oluşturmaz.

1.4.2. Mesaj

Bir yaşantıya ait duygu ve düşüncenin kodlanarak sözlü, sözsüz veya yazılı bir anlatımla alıcı kişiye ulaşmasını sağlayan sembollere mesaj denir. Sembollerin tek başlarına bir anlamları yoktur. Sembollere anlamları gönderici ve alıcı yükler. Eğer alıcının verdiği ve göndericinin algıladığı anlamlar birbirlerine uygun ise "tam iletişim" söz konusu olur. Mesajlar, bir vericiden çıkan duygu ve düşüncelerin, alıcının duyu organlarıncı algılanmasına yöneliktir.

Mesaj alıcıya ait ne kadar çok duyu organına ulaşırsa anlatım o ölçüde güçlü olur. Bu sebeple görme, işitme, dokunma ve hatta koku ile ilgili faktörlerin iletişimde yer alması mesajı güçlendirir. Böylece mesajı alacak kişideki bütün alıcılara ulaşma ve onları daha kolay anlama imkânı oluşur.

➤ **Mesajın etkili iletişimi sağlaması ve hedefin olumlu geri bildirimde bulunması için taşınması gereken şartlar;**

- Hedefin bilgi, düşünce ve deneyimlerine uygunluğu,
- Hedefin tutum, inanç ve değer yargılarına uygunluğu,
- Hedefin ihtiyaç, istek ve amaçlarına uygunluğu,
- Hedefin ilgi alanlarına uygunluğu,
- Hedefin toplum içindeki rollerine ve konumuna uygunluğudur.

➤ **Mesajın taşınması gereken özellikler**

Mesajın taşınması gereken en önemli özellik kullanılan dildir. Mesajda kullanılan dil, ortak, açık, net ve kesin bir nitelik taşınmalıdır. Mesajın içeriği ise yanlış yoruma yer bırakmayacak derecede açık, anlaşılır ve tam olmalıdır.

• **Mesajın genel özellikleri**

- **Mesaj anlaşılır olmalıdır:** Anlaşılabilirlik hem şekil, hem de içerik açısından olmalıdır.
- **Mesaj açık olmalıdır:** Kaynak, gönderdiği mesajla alıcıdan ne istediğini belirtmelidir.
- **Mesaj doğru zamanda iletilmelidir:** Her iletişim etkinliğinin bir yeri ve zamanı vardır veya iletişim mesajın içeriğine uygun zamanda etkin olur.
- **Mesaj uygun kanalı izlemelidir:** İletişimin gerçekleştiği ortamda düzenlenmiş olan bir iletişim ağı vardır. Mesaj bu yolu izleyerek alıcıya gitmeli, gerekiyorsa vardığı her noktada istenilen biçimde tamamlanmalı ve alıcıya ulaşmalıdır.
- **Mesaj, kaynak ve alıcı arasında kalmalıdır:** Mesaj, kaynaktan alıcıya ulaşıncaya kadar değişik kişi ve kademelerden geçebilir. Mesajın kaynaktan alıcıya ulaşması sırasında bazı etkenler ek kaynak durumuna geçip alıcıya ilave mesajlar gönderebilir. Bu durumda mesaj, kaynağın gönderdiğinin yanında ilave anlamlar kazanır.

• **Mesajın türlerine göre taşınması gereken özellikler**

Mesajlar, sözel ve sözel olmayan mesajlar olarak iki gruba ayrılır.

- Sözel mesajları, yazılı mesajlar, sözlü mesajlar, grafik, desen, resim, tablo şeklinde görmek mümkündür. Sözel mesajlarda en belirgin iletişim biçimi konuşma ve yazmadır. Bu iki tür iletişim

sözel iletişim olarak isimlendirilir. Yazılı talimatlar, iş mektupları, organizasyon el kitapları, konuşma şeklinde yapılan görüşmeler, eğitim çalışmaları, grup tartışmaları, toplantılar sözel iletişim türleridir.

- Sözel olmayan (beden dili) mesajları, jest ve mimiklere bağlı gerçekleşen mesajlar olarak görebiliriz. Yüz yüze iletişimde, bilerek veya kontrolsüz biçimde sözel olmayan iletişim yoluna başvurup jest ve mimiklere dayalı mesajın gönderildiği sık görülür. Jest ve mimikler toplumun kültürel yapısına göre anlam kazanır. Bazen uzun cümleler basit bir hareketle anlatılabilir.

1.4.3. Kodlama-Kod Alma

Bilginin, düşüncenin, duygunun iletme uygun, hazır bir mesaj biçimine dönüştürülmesine kodlama denir. Kaynağın aklından geçirdiği düşünceler, alıcının anlayabileceği simgelerle kodlanarak mesaja dönüştürülür. Kaynağın mesajı kodlaması aynı zamanda onun deneyim ve yaşantılarının da yansımasıdır. Kodlama, mesajın gönderileceği ortama, yani yüz yüze olmasına, telefon, telsiz gibi araçların kullanılmasına bağlı olarak değişir.

Kodlama, basit bir el hareketinden karmaşık bir matematik formülüne kadar çok geniş bir alanı kapsayabilir. Kodlama, simgelerin anlama dönüştürülmesidir. Mesajın yorumlanarak anlamlı bir sürece sokulması sürecine kod açma denir. İletişim süreci içerisinde, mesajlar, ancak kod açma yoluyla kâğıt üzerindeki anlamsız işaretler ya da birtakım ses ya da görüntü sinyalleri olmaktan çıkıp anlam kazanırlar. Kodlama kaynak, kod açımı ise alıcı tarafından yapılır. İletişimin başarısı, mesajın alıcı tarafından kod açımının yapılabilmesine bağlıdır. Bu ise alıcı ile kaynağın yaşantılarının çakışması ya da en azından kesişmesini gerektirir. Ortak yaşantı ve deneyimlerin bir yansıması olarak iletişimde ortak bir dilin kullanılması, kod açımını etkin bir şekilde gerçekleştirir.

Örneğin, kaynağın alıcıya mesajı gönderirken beklediği bir davranış vardır. Alıcı mesajı "A", "B" ve "C" düşüncelerinden herhangi biri şeklinde alabilir. Eğer kaynağın gönderdiği mesaj "A" düşüncesi doğrultusunda ise ve alıcı mesajı "A" düşüncesi şeklinde alıyorsa iletişim tamdır. Kaynak, bu düşünce doğrultusunda istenen davranışı da gösteriyorsa iletişimin etkinliği sağlanmış olur. Ancak alıcı, "B" veya "C" düşüncelerini oluşturacak şekilde mesajı alır ve bu düşüncelerden biri doğrultusunda bir davranış gösterirse iletişim tam olmadığı gibi istenen etkinlikten de uzak olur. O halde iletişimin tam olabilmesi için mesajın iyi kodlanması, alıcının mesajı doğru algılaması ve istenen davranışı göstermeye istekli olması gerekir.

1.4.4. Kanal

Kanal, mesajın göndericiden alıcıya iletiildiği yoldur. Etkin bir iletişim için kullanılan kanal, mesaja uygun olmalıdır. Mesajın bozulmadan iletilmesi uygun bir kanalla mümkün olur. Burada kastedilen uygunluk, mesajın türüne göre seçilecek kanalın uygunluğudur. Mükemmel bir kara yolu otomobil için önemlidir.

Ancak bir tren açısından hiçbir anlam ifade etmez. Bu bakımdan mesaj için uygun bir kanal, iletişim açısından bulunması gereken önemli bir unsurdur.

Kanal, ışık, radyo, ses dalgaları, telefon kabloları ve sinir sistemi gibi mesajı taşıyan araçlardır. İletişim kanallarını genel olarak kişiler arası ve kitle iletişimi olarak iki ana başlık altında sınıflandırarak açıklayabiliriz. Kişiler arası iletişim kanalları, kaynak ile alıcının yüz yüze gelmesi durumunda, bireyin söz, yazı, resim, fotoğraf ya da hareketi ile olabilir. Kitle iletişim kanalları, kaynak tarafından kodlanan bir mesajın, televizyon, film, gazete, video vb. kitle iletişim araçları ile iletilmesi durumunda gerçekleşir. Kitle iletişiminde kullanılan kanallar, birey ya da grup olarak kaynağın mesajlarını çok sayıdaki alıcı gruplara ulaştırmasını sağlar.

İletişim kanalları, duyu organlarını uyarabilen ve belli fiziksel özellikleri olan araçlardır. Dolayısıyla iletişim kanalları, uyardıkları duyarlar açısından işitsel, görsel kanallar, dokunma, koklama, tat alma ile ilgili kanallar olarak da sınıflandırılırlar. Alıcı, kod açmayı beş duyusunu kullanarak gerçekleştirebilir. Bir mesaj görülebilir, dokunulabilir, duyulabilir vb. bir özellik taşıyabilir. Ne kadar çok duyu organı iletişimin gerçekleşmesi için kullanılırsa iletişim de o denli etkili olur.

İletişimin etkili olabilmesinde, kanal seçiminin çok büyük önemi vardır. Hangi kanalın seçileceği, iletişimin amaçları, alıcının özellikleri ile zaman ve mekânın sınırlılıklarına bağlı olarak değişir. İletişimde, kime, ne için, neyi iletmek istediğimiz ile kullanacağımız kanal arasında da sıkı bir bağ bulunmaktadır.

➤ **Kitle iletişiminde kanal seçimi;**

- En az maliyetle en çok sayıda kişiye hangi kanalların ulaşabileceği,
- Hangi kanalların en çok etkiye sahip olduğu,
- Hangi kanalların kaynağın amaçlarına daha çok uygunluk taşıdığı,
- Hangi kanalların mesaj içeriğine daha uygun olduğu gibi birtakım ölçütlere göre belirlenir.

1.4.5. Alıcı (Hedef)

İletişim sürecinde kaynağa hedef olan kişi, grup ya da kitleye iletişim sürecinde alıcı denir. Alıcı bir kişi, örgütlenmiş bir grup, örgüt ya da toplum olabilir.

İletişimin gerçekleşmesi için en az iki kişiye ihtiyaç vardır. Bunlardan biri kaynak, diğeri alıcıdır. İnsan kendisiyle kurduğu iletişimin dışında, tek başına bir iletişim kuramayacağına göre, mutlaka alıcı veya alıcılar gerekir. Kodlanmış mesajı alan ve kodunu açan kişi alıcıdır. Alıcı; mesajı taşıyan sembolleri algılayıp anlam vererek iletişimi sonlandırır ya da kendisi bir mesaj göndererek gönderici konumuna geçer. İletişim sürecinde gönderilen mesaj, alıcı algılayana kadar tamamlanmaz. Kaynak gönderdiği mesajın alıcı tarafından mutlaka alınmasını ister. Alıcı mesajı aldığı anda tepki gösterir. İş iletişiminde ise alıcının mesajı alması yetmez, anlaması, kabul etmesi ve bir davranış gerçekleştirmesi gerekir.

O halde iletişimin tamamlanması, mesajın alınmasına bağlı iken, etkinliği mesajın alınması ve istenen davranışın alıcı tarafından gösterilmesine bağlıdır. Etkin iletişim için alıcının aktif bir dinleyici olması gerekir.

➤ **Alıcının aktif bir dinleyici olabilmesi için;**

- Etkin sessizlik içinde olması,
- Dinlerken her türlü ön yargı, değerlendirmeler ve genellemelerden kendini uzak tutması,
- Göndericiye karşı empati (duygudaşlık) göstermesi,
- Sabırlı olması ve konuşmacının sözünü kesmemesi gerekir.

Alıcının göndericiye karşı olan tutumu, güveni ve inancı, mesajın farklı değerlendirilmesine neden olabilir.

➤ **Etkin bir iletişim için alıcıda bulunması gereken özellikler**

- Alıcı mesajı algılayabilmelidir.
- Alıcı bilgili olmalı ve bir geri besleme sistemine sahip olmalıdır.
- Alıcı seçici olmamalıdır.
- Alıcı bulunduğu düzleme uyabilmelidir.
- Alıcı kaynak olma özelliği taşımalıdır.

Bu iletişim modelinde de gördüğümüz gibi kaynağın ve alıcının duygu, tutum ve iletişim bilgisi etkileşim sırasında önemlidir. Aynı şekilde mesajın iletilmesinde kullanılan kanallar, bu kanalların etkin kullanımı ve mesajın doğru olarak alınması ve yorumlanması da o denli önemlidir.

Bu unsurlardan biri eksik olursa iletişim kurulamaz. Örneğin, gönderici mesajı gönderir, ancak alıcı onu duymaz veya algılayamaz ise iletişim gerçekleşmez.

1.4.6. Algılama ve Değerlendirme (Filtre)

Filtre, göndericinin ve alıcının kendine ulaşan mesajları değerlendirmesine denir. Duyu organlarımıza ulaşan veriler, algılama olmaksızın tek başlarına bir anlam ifade etmezler. Bunların bir anlam ifade edebilmeleri için verilerin algılanması gerekir. Algı, insanın çevresindeki uyaranların ya da olayların farkına varması ve onları yorumlaması sürecidir. Aynı zamanda algı, kişinin belli bir bilgiyi duyma, anlama ve değerlendirme sürecidir. Algılama kişiler arasında farklılık gösterir.

Algılamadaki farklılığı, dışsal ve içsel faktörler olmak üzere iki unsura bağlayabiliriz.

- **Algılamada dışsal faktörler:** Farklılık, yoğunluk, sıklık, hareketlilik, tekrarlama, kontrast, yenilik ve benzerlik gibi faktörlerdir.

- **Algılamada içsel faktörler:** Kişilik, ihtiyaçlar, amaçlar, motivasyon, inançlar, değerler, tutumlar, umutlar, beklentiler, arzular, istekler, geçmiş tecrübeler ve alışkanlıklar gibi faktörlerdir.

Kişinin içinde bulunduğu durum, kişinin beklentilerini, geçmiş yaşamını, toplumsal ve kültürel unsurları algılama sürecini etkilemektedir. Bütün bu unsurlar kişilerin aynı mesajı farklı yorumlamasına sebep olmaktadır. Gönderici, göndereceği mesajı formüle edip onları kodlar. Kendisine ulaşan bilgileri kullanarak, bunları kendi amaç, değer yargıları, inanç ve tutumları doğrultusunda belirli kodlara çevirecektir. Başka bir deyişle her mesaj, göndericinin algılama yeteneğinin sonucu olarak ortaya çıkar. Dolayısıyla algılama süreci filtre rolü oynar.

1.4.7. Geri Bildirim (Feed - Back)

Alıcının kaynaktan gelen mesaja gösterdiği tepkinin, tekrar kaynağa ulaşması sürecidir. Geri bildirim, alıcı ve gönderici arasındaki geriye bilgi akışıdır. Bu sayede gönderici, mesajının anlaşılıp anlaşılmadığını öğrenir. Geri bildirimde bir mesaj alındıktan sonra, kodu çözülür ve mesaja bir tepkide bulunulur. Hedef, onu tekrar kodlayarak uygun bir kanalla kaynağa gönderir. Gönderilen mesajın tekrar kodlanarak geri bildirimde bulunulması durumunda ilk "kaynak" bu kez "hedef" olur. Bu döngüsel sürece kısaca geri bildirim denir.

Geri bildirim olmadığı bir iletişim, "tek yönlü iletişim" dir. Geri bildirim, bir tür kontrol mekanizmasıdır ve iletişim sürecini etkiler. Geri bildirim, iletişim sürecinde alıcıya çok yönlü olarak kendini ifade etme olanağı verir. Diğer yandan kaynağın kendini tanımasını ve değiştirmesini sağlar.

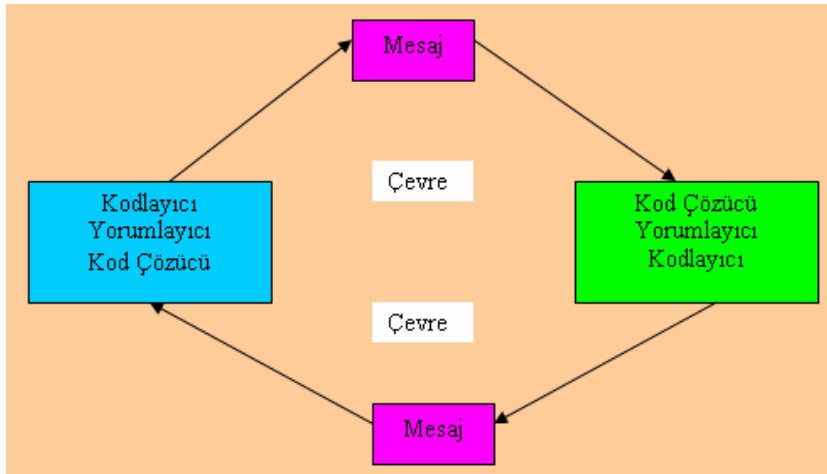
Geri bildirim, mesajın içeriğine göre olumlu ve olumsuz olmak üzere ikiye ayrılır. Olumlu (pozitif) geri bildirim bir davranışı zaten ilerlemekte olduğu yönde destekleyen ya da pekiştiren bir durumdur. Bir söylev sırasındaki alkışları örnek olarak verebiliriz.

Alıcı mesajı tam olarak algılar ve bunu kaynağa doğru biçimde gönderirse buna pozitif geri bildirim denir.

Olumsuz (negatif) geri bildirim ise kaynağa mesajın amaçlandığı şekilde ulaşmadığını ifade eden geri bildirimdir. İletişimde mesaj, alıcı tarafından anlaşılmıyor, eksik anlaşılıyor veya eksik iletiliyorsa buna negatif geri bildirim denir. Sıkıntı dolu bakışlar, itiraz dolu başırtılar, gazete politikasını eleştiren mektuplar olumsuz geri bildirim örnekleridir. Etkin bir iletişim, pozitif geri bildirim ile kurulabilir.

- **Pozitif geri bildirimde**
 - Mesaj alınmıştır.
 - Mesaj algılanmıştır.
 - Mesaj doğru bir biçimde yorumlanmıştır.
 - Alıcı, gelecek adım (geri bildirim) için hazırdır.

- **Etkin bir geri bildirim**
 - Kaynağa yardımcı olmayı amaçlar.
 - Mesajın tam karşılığıdır.
 - Zamanlaması tamdır.
 - Kaynağın amacına ulaşmasını sağlayacak kadar açık ve seçiktir.
 - Yapıcıdır ve davranış üzerinde durur.
- **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.
 - Anlaşılacak kadar karmaşıktır.
 - Spekülasyonlara dayalıdır. Veri ve bilgi içermez, yorum ağırlıklıdır.
- **Etkin bir iletişimde kısaca**
 - 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 için de aslında ne kadar yararlı olduğunu kabul ettirmeye çalışın.



Şekil 1.2.: Geri bildirim süreci

1.5. İletişim Sürecinin İşleyişi

İletişim, işleyiş yönü bakımından tek yönlü ve iki yönlü iletişim olmak üzere ikiye ayrılır.

1.5.1. Tek Yönlü İletişim

Bir mesajın, alıcının kaynağa aktif geri bildirim olmaksızın yapılan iletişim biçimidir. İletişim sürecinin tek yönlü işleyişi bir verici bir alıcı ya da bir verici çok alıcı şeklinde olabilir. Amaç sadece mesajı iletmektir. Alıcının mesajı istenilen biçimde ve özde algılayıp algılamadığı ve ne ölçüde etkilendiği araştırılmaz. Bu durumda mesajın iletilmesiyle doğacak sonuçların anında değerlendirilmesi ya da denetlenmesi söz konusu olamaz. Burada asıl amaç, mesajı hedefe ulaştırmaktır.

Tek yönlü iletişim genellikle organizasyonlarda kullanılır. Bu durumda mesaj yukarıdan aşağıya doğru olur. Organizasyonlarda politikalar, planlar, stratejiler ve bilgiler yukarıdan aşağıya doğru akarken aşağıdan yukarıya doğru düşünceler, öneriler ve şikâyetler iletilir. Tek yönlü iletişimde gönderici alıcıdan geri bildirim almaz veya bunu beklemmez. Üst yöneticilerden gelen açıklamalar, tek yönlü iletişim örneğidir.

- **Tek yönlü iletişim sürecini haklı gösteren bazı nedenler ve düşünceler**
 - İletişimin tek yönlü oluşu uygulamaya hız kazandırır ve zamandan tasarruf sağlar.
 - İki yönlü iletişim giderleri artırır (kırtasiyecilik gibi).
 - Mesajın açık ve anlaşılabilir nitelik taşıması halinde çift yönlü işlemesine gerek yoktur.
 - Normal ölçüde anlayış ve kavrama yeteneğine sahip olan kişiler gönderilen mesajı kolaylıkla algılar.
 - Bireyler birbirine güvenmelidir. Gönderilen her mesajın sonuçlarını araştırmak ve denetlemek, çalışanlar arasında güvensizlik ve huzursuzluk yaratır.

1.5.2. İki Yönlü İletişim

Kaynağın; mesajına alıcıdan geri bildirim aldığı anda ortaya çıkan iletişime iki yönlü iletişim denir. Astlara bir öneride bulunmak, soru veya zıt düşünceleri almak, iki yönlü iletişime örnektir. İki yönlü iletişimde problem çözme ve karar verme, iki yönlü etkin dinlemenin sonucunda ortaya çıkar. Göndericiden çıkan mesaj, alıcıya geldiğinde tekrar ve kısa zamanda göndericiye döner. Amaç, elde edilen sonuçların mesajın kaynağına uygunluğunu saptamak ve bu arada bazı sapmalar varsa bunları gidererek mesajı amacına ulaştırmaktır. 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 tek yönlü bir iletişim akışı olarak kalır.

- **Tek yönlü iletişim ile iki yönlü iletişim arasındaki farklar**
 - 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 gürültü ve diğer başka dış faktörlerin etkisi altındadır.
- İki yönlü iletişim demokratik bir iletişim biçimidir.

İki yönlü iletişim, teknik açıdan olduğu kadar yönetsel açıdan da etkin bir iletişimdir. Etkin iletişime iki yönlü iletişim süreci denir.

Gülme ve gülümseme davranışları çeşitli topluluklarda birbirinden farklı anlamlar taşıyabilir. Japonlarda gülümseme bir keyif anlatımı değil küçük yaşlardan başlayarak öğrenilen bir terbiye kuralıdır. Bunu bilmeyen Avrupalıları çoğu zaman öfkeliendirecek bir davranış niteliği kazanabilir.

Bir Avrupalının yanında çalışan yaşlı Japon hizmetçi, kocasının öldüğünü bildirerek cenazeye katılmak üzere gülümseyerek izin ister. Birkaç saat sonra döndüğünde elindeki vazoda bulunan külleri gösterir ve yine gülümseyerek "işte kocam" der. Doğaldır ki Avrupalı Hanım, hizmetçisinin olağanüstü katı yürekli bir yaratık olduğuna oracıkta karar verir.

Oysa bu gülümseme kendileri için sosyal bir davranıştan başka bir şey değildir. Kişiyi tıpkı belirli bir saygı ifadesi olarak yerlere kadar eğilmesinin öğretilmiş sosyal bir görevdir. Kendi dertleri ile başkalarını da üzmemek için onlara daima gülümseyerek hitap eder.



Resim 1.1: İki yönlü iletişim

1.6. İçsel (Öz iletişim) İletişim /Kişinin Kendisi İle İletişimi

Kişinin kendisi ile iletişimi onun içsel iletişimidir. İnsanın ilk iletişimi kendi iç dünyasında başlar. Kişinin ihtiyaçlarının, değerlerinin, tutum, davranış ve yeteneklerinin farkına varması, düşündüklerini kavramaya çalışması ancak kendisi ile geliştirdiği iç iletişim ile mümkün olur.

Simgeleri (sözcük, davranış, gülümseme, yüzdeki kızgın ifadeler) bireyin kendi içinde üretmesi ve yorumlaması kendisiyle iletişimdir. Bu iletişim, en yoğun iletişim türüdür. Bu, bir anlamda kişinin kendisini hesaba çekmesidir. Kişinin kendi iç dünyası ile iletişimi, onun düşünmesi, hayal kurması, duygulanması, ihtiyaçlarının farkına varması, iç gözlem yapması

veya rüya görerek iç dünyasından mesajlar alması, kendine sorular sorarak bunlara cevaplar aramasıdır. Kişi, iç dünyası ile iletişimde hem kaynak yani gönderici hem de alıcı pozisyonlarında bulunmaktadır. Bu, zihinsel bir süreçtir.

İnsanın çevresi ile kuracağı iletişim kendi içinde başlar. Kişilerle iletişim sürecinde bir insan, kısa sürelerle hem bilgi kaynağı hem de alıcı durumundadır. Bilgi kaynağı olduğunda bilgi üretmeye, hedef olduğunda gelen bilgileri yorumlamaya çalışan bu kişi, her iki durumda da iç iletişim kurmaktadır. Kişi, bu iletişimde kendisine ters düşerek çatışmaya girerse çoğu kez savunma mekanizmalarına başvuracaktır. Örneğin, sigaranın zararlarını bildiği halde kullanmaya devam etmesi ve “Stresimi azaltarak sağlığımı iyileştiriyor.” demesi ya da bu şekilde düşünmesi savunma mekanizmasıdır.

İnsanın iletişimde içine yönelmesi, kendi iç dünyasını ilgilendiren psikolojik bir olaydır. Yemek ve içmek insanın biyolojisi için ne anlama geliyorsa iletişim de insan psikolojisi için aynı anlama gelir. İnsan iletişim kurma ihtiyacını başkaları ile karşılayamadığı zaman kendi kendisiyle iletişim kurarak bu ihtiyacını gidermeye çalışır.



Resim 1.2: Tek yönlü iletişim

1.7. Kişiler Arası İletişim

Kaynağını ve hedefini insanların oluşturduğu iletişime “kişiler arası iletişim” denir. Başka bir tanımda ise kişiler arası iletişim; iki ya da daha fazla kişi arasında meydana gelen mesaj alışverişidir. Karşılıklı iletişimde bulunan kişiler sembol üreterek, bunları birbirlerine aktararak ve yorumlayarak iletişimi sürdürürler. İletişimi gerçekleştirenler birbirlerinden sürekli geri bildirim alırlar. Roller göreceli ve esnekler. Çünkü taraflar nöbetleşe gönderici ve alıcı olarak iletişimde bulunur.

- Bir iletişim etkinliğinin kişiler arası iletişim sayılabilmesi için şu üç faktörün bulunması gerekir:
 - Kişiler arası iletişime katılanlar, belli bir yakınlık içinde yüz yüze ilişki hâlinde olmalıdır.
 - Katılımcılar arasında tek yönlü değil, karşılıklı mesaj alışverişi dolayısıyla çift yönlü iletişim olmalıdır.
 - Söz konusu mesajlar, sözlü ve sözsüz nitelikte olmalıdır.

Yüz yüze iletişimde ne söylediğiniz değil, nasıl söylediğiniz önemlidir. Kişiler arası iletişimde kelimelerin, ses tonunun ve beden dilinin bıraktığı etkiler farklılık gösterir.

Kişiler Arası İletişimde		Telefonla İletişimde	
Kelimeler	% 7	Kelimeler	% 18
Ses Tonu	% 38	Ses Tonu	% 82
Beden Dili	% 55	-	-

Tablo 1.2: Kişiler arası iletişimde kelimelerin, ses tonunun ve beden dilinin bıraktığı etki oranları

Kişiler arası iletişimde önemli olan göndericinin bilgi, haber, görüş ve tutumları ile alıcıya mesajı doğru iletmesidir. Tek tek, ya da pek çok kişinin duyularına ileti yönelterek kurulan kişiler arası iletişimde, sözlü ve sözsüz mesajlar kullanılabilir.



Resim 1.3: Kişiler arası iletişim

➤ **Kişiler arası iletişimin sınıflaması**

- **Dil:** Karşılıklı konuşma hatta mektuplaşma bu gruba girer.
- **Dil ötesi:** Ses tonu, sesin hızı, sesin şiddeti vb. özelliklerdir. Kelimelerin nasıl söylendiği üzerinde durulur.
- **Yüz ve beden:** Yüzümüzdeki ifade, vücudumuzun duruşu, el ve vücut hareketlerimiz, göz temasımız, sözsüz iletişimde önemli yer tutar.
- **Bedensel temas:** Sözsüz iletişimde bir diğer mesaj yollama şeklidir. Birinin elini öpersek onun bizden büyük olduğunu ifade etmiş oluruz. Bazı davranışlar kültürel farklılıklar gösterebilir.
- **Mekân kullanımı:** Samimi olduğumuz kişilerle daha yakın durup sohbet ederken, adres sormak için yaklaşan birisinden en az bir adım uzaklaşmak isteriz. Üst düzey çalışanın odasının ve masasının daha geniş olması da bu iletişimin varlığını kanıtlar.

- **Araçlar:** Kişilere mesaj iletmek için kullandığımız bazı yollar vardır. Bu yollardan bazıları rozet takmak, koku sürmek, seçtiğimiz kıyafetler ve renkler olabilir.

Kişiler arası iletişimin en karmaşık aracı olan konuşma, bilgi aktarma, başkalarının davranışlarını yönlendirme, buyruklar, kimi kez şakayla, kimi kez saldırgan kırıcı sözlerle karşdakini etkilemek için kullanılır. Kişiler arası iletişim iki şekilde yapılır:

- Sözlü iletişim yoluyla
- Sözsüz iletişim yoluyla

Sözlü iletişimde konuşma en önemli yeri tutarken sözsüz iletişimde ise yüz anlamları, göz hareketleri, giyinme, sesin özellikleri, beden dili, kişinin içinde bulunduğu duygusal durumu anlatabilir. Örneğin, kızgınlık, ilgisizlik, utanma, kararsızlık vb. kişiler arası iletişim yöntemlerinde sözlü ve sözsüz iletişimin avantaj ve dezavantajları vardır. Bunlar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

BIÇİM	AVANTAJLARI	DEZAVANTAJLARI
SÖZLÜ	Değiştirme ve Geri Bildirim Kolaylığı	Yanlışlık Yapma Olasılığı Göreli Olarak Fazladır
	Zaman ve Kullanım Kolaylığı	Kalıcılığı Yoktur
YAZILI	İletişimin Doğru Olmasına Katkı Sağlar	Değişim ve Geribildirim Yavaştır
	İletişimin Kayıtlı ve Kalıcı Olmasını Sağlar	Zaman Tüketimi ve Zorluğu Fazladır

Tablo 1.3: Kişiler arası iletişim yöntemlerinin avantajları ve dezavantajları

1.8. Grup İletişimi

Grup içi iletişim birbirine ileti gönderen ve birbirinin iletilerini kabul eden belirli sayıdaki kişi arasında sürdürülen iletişimdir. Grubun ortak özellikleri, grup iletişimini büyük ölçüde belirlemektedir. Grup iletişiminde kişiler arası iletişimde olduğu gibi aynı mekânı paylaşma ve iletişimin yüz yüze gerçekleşmesi söz konusudur. Her üye grup içinde birbirine bağımlı durumdadır.

Organizasyonlarda hiçbir iletişim, sadece yönetici ve ast arasında olmaz. Grup iletişimi de bazı durumlarda aracı ile yapılan iletişim olarak gerçekleşebilir. Telekonferans teknikleriyle gerçekleştirilen iletişim de aracı ile yapılan grup içi ve gruplar arası iletişime iyi bir örnektir.

Grup iletişimde başarılı olmak için bazı özel becerilerin bulunması gerekir. Organizasyonlarda grup üyeleri arasındaki uyumluluğu sağlayan faktör iletişimdir. Grup davranışlarının temel amacı insanlar arasında etkileşim sağlamaktır. Grup iletişimde grubun büyüklüğü ve grup üyeliği dönüşüm hızı grupta iletişimi etkileyen faktördür.

Grublarda iletişim merkezi ve merkezi olmayan iletişim şeklinde ortaya çıkar. Merkezî iletişim biçiminde tek kişi ağın neresinde olursa olsun mesajı gönderme ve almada anahtar bir rol oynar. Merkezî olmayan iletişimde ağın herhangi bir yerinde olan birinin iletişimi kontrol etmesi veya merkezi bir rol oynaması söz konusu değildir. Merkezi olmayan iletişimde mesaj, ağlar yoluyla grup üyeleri arasında serbestçe dolaşır. Grup üyeleri ağ üzerinde eşit statüye ve öneme sahiptir.

Grup iletişimde grup üyeleri, düşüncelerini grubun diğer üyeleri ile iletişim kurarak paylaşır.

- **Grup iletişiminin etkinliğini artırmak için takip edilecek kurallar**
 - Grup üyesi, iletişimde sözleri ağzında gevelerse söylenen şey önemli olsa bile söyleyiş biçiminden dolayı etkisiz kalır.
 - Grup üyesinin açıklamaları ifade ediş biçimi, tüm grubu içine alacak biçimde olmalıdır. Birey kendini vurgulamamalıdır.
 - Grup üyeleri düşünceleri organize ederken bunu grubun diğer üyeleriyle birlikte etkileşimli olarak yapmalıdır.
 - Grup üyesinin düşünce ve görüşleriyle ilgili olarak söyledikleri bir ihtiyaçla bağlantılı olmalıdır.
 - Belli bir zamanda söylenenler sadece belli bir konu ile ilgili olmalıdır. Böylece grup söylenenleri daha iyi algılayacaktır.
 - Söylenenlerin grup üyeleri tarafından anlaşıldığından emin olmak için konuşma, özlü ve üyelerin anlayacağı dille yapılmalıdır.

1.9. Kitle İletişimi

Kentleşme ve sanayileşmenin yarattığı toplumsal koşullar kitle iletişiminin ortaya çıkışını zorunlu kılmıştır. Teknolojik gelişme sinema, afiş, televizyon, radyo, gazete gibi kitlesel medyayı ortaya çıkarmıştır. Kitle iletişimi; toplumu bilgilendirmek, bir kurumu veya kişiyi övmek, suçlamak ve savunmak amacıyla kurulabilir.

- **Kitle iletişim araçlarının işlevleri;**
 - Haber verir,
 - Eğlendirir,
 - Bilgi verir ve eğitir,
 - Mal ve hizmetleri tanıtır,
 - Boş zaman geçirir.

İnsanoğlu, var olduğu günden bugüne dek iletişim kurmak için çeşitli araçlara başvurmuştur. Kendi gelişimine paralel olarak kullandığı araçlar gelişmiş ve sürekli gelişen iletişim araçları birbirini tamamlamış ancak birisi diğerinin yerini alamamıştır. İletişimin en yalın, en ilkel araçlarından biri kabul edilen işaretlere, kelimelere dayalı olan yazı ve konuşma dilinin yanı sıra beden dili ile sözsüz anlatımlar (jestler, mimikler, dokunma, cevap vermeme, sessiz kalma gibi davranış ve tutumlar; dans, resim, vb.) da yüzyıllar boyunca kullanılagelmiştir.

Teknolojik gelişimin doğal sonucu olarak gelişen ve elektronikleşen iletişim araçları iletişime sürat ve kolaylık sağlamakla kalmamış aynı zamanda iletişimi kitle iletişimine çevirmiştir.

Günümüzde posta, telgraf, telefon, faks gibi haberleşme araçlarıyla gazete, radyo, televizyon, uydu ve bilgisayarlar (İnternet ve e-mail) gibi kitle iletişim araçları iletişimin ayrılmaz parçaları durumuna gelmiştir. Bu elektronik iletişim araçları, haberleşme ağıyla kültürü yaygınlaştırarak dünyamızı "küresel bir köy" e dönüştürmüştür.

Günümüzde toplumsal varoluşu gerçekleştirerek ortaklık yaratmak, bu varoluşu ve ortaklığı sürdürebilmek için kitle iletişiminde dolayısıyla kitle iletişim araçlarına ihtiyaç vardır. Çünkü kitle iletişim araçları, sahip olduğu özellikleriyle alıcı kitlesi üzerinde yarattığı etki ve etkileşim süreci sonunda toplumsallaştırmayı gerçekleştiren araçlardır.

➤ **Kitle iletişim araçlarının özellikleri**

- Sosyal statüsüne göre herhangi bir farklı yaklaşım oluşturmadan çok sayıda insana aynı iletiyi aynı anda ulaştırabilmektedir.
- Yayınları ile belirli bir süreklilik ve düzenlilik (yayın periyodu) gösterir.
- Sürekli ve düzenli yayınları ile toplumda kendilerine karşı bir talebin oluşmasına neden olur; bu talep, zamanla alışkanlığa, hatta ihtiyaca dönüşür.
- Aktarılan iletiler, belge niteliği ve değeri taşıdığı için inandırıcılık ve alıcıyı ikna etme özelliğini de kazanmaktadır. Özellikle radyo ve televizyon iletiyi olay anında aktarabilme özelliğine sahiptir.
- Kitle iletişim araçları ile gerçekleşen iletişim sürecinde geri besleme imkânı yoktur. Bu nedenle alıcının tepkisi anında ölçülememektedir.

1.10. Örgütsel İletişim

Örgüt kavramı, “ortak bir amacı gerçekleştirmek amacıyla bir araya gelmiş kurumların ya da kişilerin oluşturduğu birlik” olarak tanımlanır. Üniversite, belediye, fabrika, kamu yararına çalışan dernek vb. gibi biçimsel örgüt olarak da adlandırılan bu toplumsal birimlerin aynı amaç etrafında iletişim içerisinde bulunmaları gerekmektedir. Örgütün temelinde bireyler vardır. Birey ve örgüt arasındaki ilişkiyi ve örgütün bütünlüğünü sağlayan iletişimi, insan vücudundaki sinir sistemine benzetebiliriz.

Örgüt içi iletişimin temelini kişisel iletişim oluşturur. Kişisel iletişim bireyin örgüt hakkındaki öznel yargılarından oluşur. Birey bu yargıya göre örgüte karşı bir tutum geliştirir. Her insanın sağlıklı bir temele dayansın veya dayanmasın çeşitli kişi ve konular hakkında peşin ve değişmesi zor birtakım değer yargıları vardır. Bu yargılar bazen yaşanmış acı tecrübelerle bazen de önyargıya bağlı olabilir. Bu tür yargıların olumsuz etkileri en çok iletişim olgusunda kendini gösterir.

➤ **Örgütlerde iletişimin temel amaçları;**

- Bilgi,
- Motivasyon,
- Kontrol,
- Örgütsel heyecandır.

Örgütsel iletişimin işleyişi hiyerarşiye bağlı olarak ortaya çıkan ve adına örgütsel yapı dediğimiz piramit içinde gerçekleşir. Yapı bakımından formel (resmi-biçimsel) ve informal (doğal) olmak üzere iki ana grupta incelenebilir. Örgütlerde iletişim denildiği zaman genellikle formel iletişim anlaşılır. Her tür resmî bildirimleri, talimatları, raporlama biçimlerini kapsayan bu iletişimin yanında kişiler kendiliğinden gelişen sosyal grupları birbirine bağlayan doğal iletişimi de kurarlar. Örgütler gerek iç çevreleri gerekse dış çevreleriyle iletişim kurarken çeşitli yöntemler kullanırlar. Bu yöntemler, iletişimin yapısal özelliklerinin yanında, mesaj akımının yönü bakımından da önemlidir.

➤ **Biçimsel (formel) iletişim**

- **Dikey iletişim:** Örgütün hiyerarşik düzeninde üst kademeler ile alt kademeler arasında emir ve bilgi akışını sağlayan iletişimdir. Örgüt amaçlarına etkin biçimde ve kısa sürede ulaşmak için yöneticilerle astların arasında emir ve bilgi akışını sağlayan iletişim kanallarının sağlıklı işlemesi gerekir. Bu kanallar aşağıdan yukarıya ve yukarıdan aşağıya doğru iki yönde işler.
- **Yatay iletişim:** Örgütlerde aynı düzeydeki departman yöneticileri ve çalışanlar, ortaklaşa bağlı buldukları üst kademeye başvurmadan iletişim kurmak için bu kanaldan yararlanırlar. Yatay iletişim kanalları benzer konulardaki yöneticilerin iş birliği yapmalarına katkıda bulunur. Otoriter yönetim yapısına sahip örgütlerde bile özellikle emir ve talimatların iyi anlaşılması konusunda dikey iletişimin yetersiz kaldığı durumlarda yatay iletişim kurulur.



Resim 1.4: Örgütsel iletişim

UYGULAMA FAALİYETİ

İletişim öğelerini, çeşitlerini ve şekillerini açıklayınız.

İşlem Basamakları	Öneriler
➤ İletişim öğelerini şema üzerinde gösteriniz.	➤ Modüldeki iletişim süreci şemasını inceleyiniz. ➤ Öğrendiğiniz bilgileri kullanarak iletişim süreci şemasını çiziniz.
➤ İletişim süreci ile ilgili kavram haritası hazırlayınız.	➤ Öğrendiğiniz iletişimle ilgili kavramların listesini oluşturarak başlayabilirsiniz.
➤ Kişinin kendisi ile iç iletişimini sağlayınız.	➤ İhtiyaçlarınızın, değerlerinizin, tutumlarınızın, davranış ve yeteneklerinizin farkına vararak iç iletişim kurunuz.
➤ Kişiler arası iletişim kurunuz.	➤ Çevrenizdeki insanlarla iletişim kurunuz. ➤ Kişiler arası iletişiminizin ne kadar sağlıklı olduğunu gözden geçiriniz.
➤ Grup iletişimi kurunuz.	➤ Grup iletişiminde ne kadar başarılısınız? İlişkilerinizi gözden geçiriniz.
➤ Kitle iletişimi kurunuz.	➤ Kitle iletişim araçlarını ne kadar kullanıyorsunuz? Size sağladığı yarar ve zararları gözden geçiriniz.

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

Aşağıdaki soruları dikkatlice okuyarak doğru seçeneği işaretleyiniz.

1. Aşağıdakilerden hangisi iletişimin süreç olma özelliğine işaret eder?
A) Mesaj gönderimi
B) Kodlama
C) Kod açma
D) Etkileşim
E) Gürültü
2. Aşağıdakilerden hangisi tek yönlü iletişim sürecini haklı gösteren nedenlerdendir?
A) Tek yönlü iletişim, iki yönlü iletişimden daha çabuk işler.
B) İletişimin tek yönlü oluşu uygulamaya hız kazandırır, zamandan tasarruf sağlar.
C) Demokratik bir iletişim biçimidir.
D) Gürültü ve diğer başka dış faktörlerin etkisi altındadır.
E) Mesajı daha doğru yargılama imkânına sahiptir.
3. Bilginin, düşüncenin, duygunun iletme uygun hazır bir mesaj biçimine dönüştürülmesine iletişim sürecinde ne ad verilir?
A) Kanal
B) Alıcı
C) Kodlama
D) Kod açma
E) Geri besleme
4. Aşağıdakilerden hangisi iletişim sürecindeki öğelerden biri değildir?
A) Alıcı
B) Gönderici (kaynak)
C) İleti
D) Seçici algı
E) Kanal
5. Aşağıdakilerden hangisi etkin bir iletişim için alıcıda bulunması gereken özelliklerden değildir?
A) Hangi kanalların etkili olduğunu bilmelidir.
B) Alıcı mesajı algılayamayabilir.
C) Alıcı seçici olmalıdır.
D) Alıcı bulunduğu düzleme uymalıdır.
E) Alıcı kaynak olma özelliği taşımamalıdır.
6. Aşağıdakilerden hangisi etkin geri bildirim özelliği taşır?
A) Kaynağa yardımcı olmayı amaçlar.
B) Mesajın tam karşılığıdır.
C) Zamanlaması tamdır.
D) Yapıcıdır ve davranış üzerinde durur.
E) Hepsi

7. Aşağıdakilerden hangisi iki yönlü iletişimin etkinlik açısından farklarından biri değildir?
- A) İki yönlü iletişim tek yönlü iletişimden daha çabuk işler.
B) İki yönlü iletişimde alıcı kendinden emindir ve güven duygusu içindedir. Mesajı da ha doğru yargılama imkânına sahiptir.
C) İki yönlü iletişim, görelî olarak gürültü ve diğêr başka dış faktörlerin etkisi altındadır.
D) İki yönlü iletişim, demokratik bir iletişim biçimidir.
E) İki yönlü iletişimde tek yönlüden daha doğru iletişim kurulur.
8. Bir iletişim etkinliğinin, kişiler arası iletişim sayılabilmesi için aşağıdakilerden hangisi doğrudur?
- A) İletişime katılanlar belli bir yakınlık içinde yüz yüze ilişki hâlinde olmalıdır.
B) Kişi bu iletişimde, kendisine ters düşerek çatışmaya girmemelidir.
C) Bireyin kendi içinde üretimi ve yorumlanması olmalıdır.
D) Kişiler, kısa sürelerle hem bilgi kaynağı hem de alıcı durumundadır.
E) En yoğun iletişim türüdür.
9. Kişiler arası iletişim sınıflamasında aşağıdakilerden hangisi yanlıştır?
- A) Dil ötesi
B) Yüz ve beden
C) Mekân kullanımı
D) Kültür
E) Bedensel temas
10. Aşağıdakilerden hangisi kişiler arası iletişim yöntemlerinde sözlü ve sözsüz iletişimin avantajlarından?
- A) İletişimin kayıtlı olmasını ve kalıcılığı sağlar.
B) Yanlışlık yapma olasılığı fazladır.
C) Kalıcılığı yoktur.
D) Değişim ve geri bildirim yavaştır.
E) Zaman tüketimi ve zorluğu fazladır.
11. Kitle iletişim araçlarının işlevleri aşağıdaki seçeneklerden hangisinde doğru verilmiştir?
- A) Haber verir.
B) Eğlendirir.
C) Bilgi verir ve eğitir.
D) Mal ve hizmetleri tanıtır.
E) Hepsi
12. Örgütlerde iletişimin amaçlarından hangisi yanlıştır?
- A) Bilgi
B) Motivasyon
C) Sürat
D) Kontrol
E) Örgütsel heyecan

DEĞERLENDİRME

Cevaplarınızı cevap anahtarıyla karşılaştırınız. Yanlış cevap verdiğiniz ya da cevap verirken tereddüt ettiğiniz sorularla ilgili konuları faaliyete geri dönerek tekrarlayınız. Cevaplarınızın tümü doğru ise bir sonraki öğrenme faaliyetine geçiniz.

ÖĞRENME FAALİYETİ-2

ÖĞRENME KAZANIMI

Etkili iletişim kurallarını açıklayabileceksiniz.

ARAŞTIRMA

- İletişimde olduğunuz insanlarla ilişkilerinizi gözden geçirerek kimlerle ne tür iletişim içerisinde olduğunuzu ayırt edip arkadaşlarınızla sınıfta tartışınız.
- Tek yönlü ve iki yönlü iletişim sürecinin gerçekleştiği örnek olayları araştırarak sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

2. İLETİŞİM ÇEŞİTLERİ

İnsan ister tek başına ister bir örgütün bireyi olarak ele alınsın, amaçlarına iletişim kurarak ulaşabilir. İletişim kurma ihtiyacı çevreyi etkileme isteğinden kaynaklanır. Her insanın iletişim şekli farklıdır.

İletişim çeşitlerini, sözlü iletişim, sözsüz iletişim, yazılı iletişim, simgesel iletişim ve kitlesel iletişim olmak üzere beş gruba ayırabiliriz.

2.1. Sözlü İletişim

Konuşma dili olarak adlandırılır. Yüz yüze görüşmeler, toplantılardaki konuşmalar, sözlü brifingler, sunumlar, telefon görüşmeleri, eğitim kursları, konferanslar, komiteler, oryantasyon programları sözlü iletişime örnektir. Sözlü iletişim, temel iletişim kurma yöntemidir. Yüz yüze olabileceği gibi televizyon, radyo ve telefonla da olabilir.

Dil ve dil ötesi olmak üzere iki kısma ayrılır. Dil ile iletişimde karşılıklı konuşmaları ve mektuplaşmaları kabul edebiliriz. Dil ile iletişimde kişiler mesajlarını birbirine iletirler. Dil ötesi iletişim de ise sesin niteliği önemlidir (ses tonu, sesin hızı, şiddeti, hangi kelimelerin vurgulandığı, duraklamalar vb.).

Dil ile iletişimde kişilerin ne söyledikleri, dil ötesi iletişimde ise nasıl söyledikleri önemlidir. Mesajın doğru iletilmesi, seçilen kelimelere bağlıdır. Ancak algılanması önemli ölçüde dil ötesine göre oluşur. Sözlü iletişimde etkinlik bakımından sesin büyük bir önemi vardır. Ses insanın tutumunu, duygularını ve iç dünyasını yansıtır. Sesli anlatımın başlıca öğeleri, ses hacmi, ses perdesi, tonlama, kalite, hız, lehçe ve stildir. Mesajın aktarılmasında sözcükler, beden dili ve ses iletişim becerisinin bütünü oluşturur.

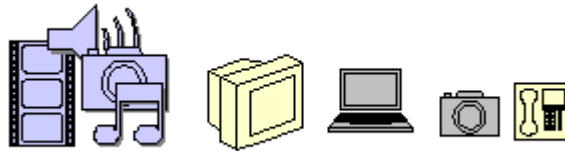
- **Sözlü iletişimin avantajları**
 - Verilen haberin anlaşılma derecesi denetlenebilir.
 - Soru sorulabilir.
 - Verilen cevaplar kontrol edilebilir.
 - Anlaşılmayan konulara açıklık getirilebilir.
 - Eş zamanlı olarak geri bildirimde bulunulabilir.
- **Sözlü iletişimin sakıncaları**
 - Söylenen bir kelimenin, yazıyla ifade edilen bir kelimeye oranla, yanlış anlaşılma ihtimali daha yüksektir.
 - Planlar, politikalar ve stratejilerle ilgili kalıcı ve uzun süreli iletişim için uygun bir iletişim yöntemi değildir.
 - Alınan sözlü mesaj, zamanla ya tamamen ya da kısmen unutulur veya değişikliğe uğrar.

2.1.1. Yüz Yüze İletişim

En etkin iletişim biçimidir. İki kişinin karşılıklı olarak bilgi alışverişinde bulunmasıdır. Yüz yüze iletişimin en önemli özellikleri, bilgi değişiminin hızlı bir şekilde yapılabilmesi, vücut işaretlerinin ve baş hareketlerinin kullanılabilmesidir. Duruşu, oturuşu, el ve ayaklarını kullanım biçimi bize kişinin duygu ve düşünceleri hakkında fikir verebilir. Gerçek iletişim, kişinin gözlerinin içine bakarak yapılanıdır. Tüm duygularını hissederek ve yaşayarak karşısındaki kişiye aktarmasıdır. Bu durumda kişi kendini öz benliğiyle ifade eder. Ne dediği ve ne yaptığı net olarak anlaşılır. Tüm duygularının yansımaları karşı tarafça kolaylıkla algılanabilir. Yüz yüze iletişim; kısa, açık ve ciddi olmalıdır.

2.1.2. Araçlı İletişim

Bilgi akışının araçlarla sağlanmasıdır. Bu akış "bireyden çoğula" veya "çoğuldan bireye" bilgi yönüyle olan iletişime göre çeşitlendirilir. İletişimde duyuya yönelik algılama söz konusudur. Algılama ve algılama adına karşılıklı bilgi aktarımı iletişim araçları ile sağlanmaktadır. Bunları şu şekilde gruplandırmak mümkündür.



Şekil 2.1: İletişim araçları

- **Görsel-işitsel iletişim araçları:** Göz ve kulağımıza hitap eden multimedya teknolojilerini kullanan iletişim araçlarıdır. Örneğin, TV, sinema, radyo, vb.
- **Telekomünikasyon iletişim araçları:** Göz ve kulağa hitap eden elektrik, elektronik / elektromanyetik, optik teknolojileri kullanan iletişim araçlarıdır. Örneğin telefon, cep telefonu, fax, telex, vb.
- **Kali-Grafik iletişim araçları:** Yazı ve çizi ile oluşturularak formatlandırılan basım, yayım araçlarıdır. Örneğin, gazeteler, dergiler, afişler, el ilanları, tabelalar, mektuplar, notlar, kitaplar, vb.
- **Organizasyon iletişim araçları:** Ekipler aracılığıyla gerçekleştirilen; kişi veya topluma aktarılacak mesajları tanıtmayı ve eğlence, eğitim, gezi, tüketme adına yapılan etkinlikleri sağlayan iletişim araçlarıdır. Örneğin, fuarlar, defileler, konferanslar vb.
- **Sanatsal iletişim araçları:** İster plastik, ister estetik olsun, her türlü sanat faaliyeti veya sanatçı ile sağlanacak iletişim araçlarıdır. Örneğin, dans, resim, müzik, şarkı, sergi, konser, tiyatro, defile, heykel, seramik, animasyon vb.

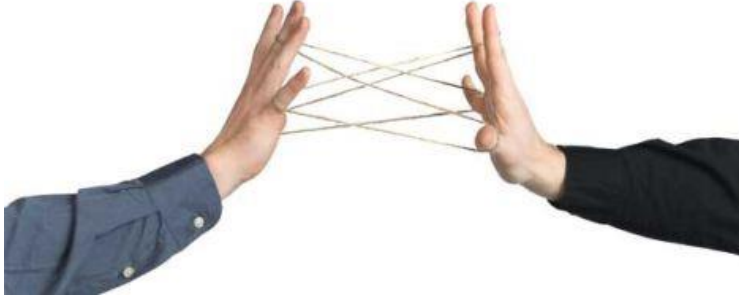
2.2. Sözsüz İletişim

İletişimin birincil aracı dildir. Fakat iletişim sadece sözcüklerle kurulamaz. Vücut dili, elbiseler, mekân kullanımı, jest ve mimikler, göz hareketleri ve teması mesaj iletimine yardımcı olur. Görünüş, davranış, dokunuş gibi sözsüz ileti kaynakları yer ve zamanı en iyi kullanma süreci içerisinde de çok önemli bir yere sahiptir. Duygu ve düşüncelerin kelimelere dökülemediği durumlarda bir bakış, başın bir dönüşü, bir jest, savunucu bir mimik binlerce kelimedenden fazla anlam taşımaktadır. Sözsüz iletişim, çoğu kez alıcı üzerinde sözlü iletişimden daha fazla etki bırakır.

- **Sözsüz iletişimin fonksiyonları;**
 - Sözsüz jestlerle sözlü mesajı pekiştirmek amacıyla kullanılan onaylama hareketleri veya tekrar,
 - Jestlerle kafayı olumsuz anlamda sallayarak yalanlama veya aksini iddia etme,
 - Sözlü mesajın yerine geçebilecek bir davranışta bulunma,
 - Gözlerle mesaj iletme,
 - Mesajın anlamını tamamlama ve mesajı vurgulamadır.
- **Sözsüz iletişim şekilleri**
 - Bunların ilki mekân kullanımınıdır. Daha üst düzeyde olanların kullandıkları mekânlar, statü ve otorite durumlarını gösterecek şekilde dizayn edilir.
 - İkinci türünü beden dili oluşturur. Konuştuğumuz sırada birinden uzaklığımızı beden diliyle iletilmiş bir mesajdır.
 - Üçüncü unsur ise dil yoluyla betimlemedir. Betimlemede mesajın asıl anlamlarının yanında yan anlamlarının da üzerinde durulur. İnsanlar mesajı iletmede sözlerin yanında beden dilini de kullanırlar. Gözleriyle, yüz kaslarıyla, ağız hareketleriyle sözlü mesajlarını desteklerler. Hatta vücudun duruşu, bize kelimelerin söylediklerinden daha fazlasını söyler.

Sözsüz iletişim kültürden kültüre farklılık gösterir, dolayısıyla sözsüz iletişim ancak belirli bir kültürel yapı içerisinde anlamını bulur.

- **Sözsüz iletişimin özellikleri**
 - Etkilidir.
 - Duyguları belirtir.
 - Çift anlamlıdır.
 - Belirsizdir.



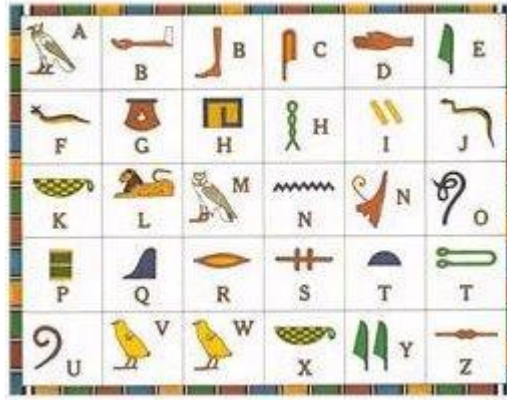
Resim 2.1: Sözsüz iletişimde beden dili

2.3. Yazılı İletişim

Örgütlerin işleyişinde sıkça kullanılan bir iletişim yöntemidir. Mektuplar, özetler, makaleler, tutanaklar, basın bildirimleri, aylık, yıllık raporlar, gelişim raporları bu grup altında toplanabilir. Yazılı iletişim sözlü iletişime göre daha gecikmeli kurulur ancak güvenlidir. Özellikle ayrıntıların önemli olduğu durumlarda tercih edilir. Yazılı iletişim; bireyler ve gruplar arasındaki iletişimden çok, örgütsel iletişimde büyük bir önem taşır. Örgütsel iletişimde yazının önemi gittikçe artmaktadır. Bunun nedeni;

- Bilgi alanında artan uzmanlaşma,
- Faaliyetlerin her aşamasında araştırma faaliyetlerinin önemi,
- Örgütsel yapılarda yaşanan büyük ölçekli gelişmeler,
- Yönetimin profesyonel bir uğraş alanı olarak gelişmesi,
- Ekonomik yapı içerisinde bilgiye duyulan ihtiyacın artmasıdır.

Yazılı iletişim, sözlü iletişime göre, alıcının onu okuması, yorumlaması ve cevaplaması nedeniyle gecikmeli olarak kurulur. Yazılı iletişimi yeniden düzenleme ve sürekli saklama imkânı vardır.



Şekil 2.2: İlk çağlarda iletişimde kullanılan yazı

2.4. Simgesel İletişim

Simge, nesnelerin zihnimizde oluşturduğu algılardır. Dolayısıyla nesne ile aramızda simgesel bir iletişim vardır. Bu iletişim, sosyokültürel koşullara bağlıdır. Örneğin, terazi adaletin simgesidir. İnsanlar, hayvanlar, fotoğrafik görüntüler, renkler, resimler, çiçekler vb. nesnelere iletişim kurabilirler. Bütün kültürler çok çeşitli simgelere sahiptir. Ama birbirini izleyen kültürlerde bazı simgeler değişmektedir. Renkler çok eski çağlardan beri birer simgesel iletişim aracı olmuştur. Kızıl renk, Türk kültüründe manevi ve millî bir renk olarak algılanmaktadır. Türkler “al” sözünü bir renk adının yanı sıra “bayrak” adı olarak da kullanmışlardır.



Şekil 2.3: İletişimde simgesel resimler

Renklerin iletişimde kullanılması daha çok psikolojik duygularla ilgilidir. İçinde bulunulan durumu, seçilen renkler açığa çıkarır. İnsan, farkında olmadan, yaşadığı dünyayı ve iç dünyasını bazen renklerle anlatır. Renklerle iletişimin temelinde simgesel anlamlar yatmaktadır. Kırmızı gül aşkı temsil eder. Duyguların renklerle ifadesi bazen simgesel, bazen de sözsüz iletişim şeklinde gerçekleşir.

Çocukların dünyasında simgelerin önemi çok büyüktür. Onlar dış dünyayı, nesnelere sembollerle algırlar ve sembollerle iletişim kurarlar. Örneğin, erkek çocuğun silaha olan ilgisi onun güce olan merakıyla alakalıdır. Kız çocuklarının bebekle kurduğu simgesel iletişim onun aile ve çocuk merkezli dünyasıyla ilgilidir.



Resim 2.2: Çocukların dünyasında simgeler

2.5. Kitleleşme İletişim

Toplumsal alanda gerçekleşen bir iletişimdir. Kitle iletişimi her türlü basın yayın araçları (radyo, televizyon, dergi, gazete, bilgisayar vb.) ve diğer yollarla gerçekleşir. Toplumu bilgilendirmek, bir kurumu veya kişiyi övmek, suçlamak, savunmak amacıyla ya da geniş kitlelerle iletişim kurmak amacıyla kullanılır. Kitle iletişimi, sosyalleşmenin gereği olarak ortaya çıkar. Kitle iletişiminde kullanılan uydu teknolojileri, kitleler arası iletişimi sağladığı gibi dünya uluslarını da birbirine bağlamaktadır. İnsanoğlunun düşünce ve duygu alış verişini kısıtlamak ya da genişletmek onun yaşam biçimini değiştirir. Bu değişim, mesajın yoğun biçimde üretilmesinden ve geniş bir alana yayılmasından kaynaklanır.

Kitle iletişiminde alıcı, kaynaktan uzak ve bağımsızdır. Tek yanlı ve kamusaldir. İçeriği herkese açık ve üyelik esasına göre çalışmaz. Burada izleyici kitle geniştir ve farklı toplulukları bir araya getirir. Profesyonel iletişimciler (spiker, gazeteci vb.), toplum adına iletişim kurar.



Şekil 2.4: İletişim sürecinde kullanılan araçlar

UYGULAMA FAALİYETİ

Etkili iletişim kurallarını açıklayabileceksiniz.

İşlem Basamakları	Öneriler
➤ Amaca uygun iletişim türünü seçiniz.	➤ Kendinize bir amaç belirleyiniz. ➤ Seçeceğiniz iletişim türünü tespit ediniz.
➤ Jest ve mimiklerini doğru kullanınız.	➤ Seçilen iletişim çeşidini doğru kullanınız ➤ Sevincinizi ve öfkenizi mimiklerinizi kullanarak belli ediniz.
➤ Kişiler arası iletişim ile ilgili kavram haritası hazırlayınız.	➤ Modülünüzde öğrendiğiniz kavramları listeleterek işleme başlayabilirsiniz.
➤ Grup iletişimini canlandırır.	➤ Arkadaşlarınızla grup oluşturarak bir senaryo hazırlayabilirsiniz.
➤ Örgüt yapısı ile ilgili sunu hazırlar.	
➤ Kitle iletişim araçlarını kullanınız.	

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

Aşağıdaki soruları dikkatlice okuyarak doğru seçeneği işaretleyiniz.

1. Aşağıdakilerden hangisi sözsüz iletişimin özelliklerinden değildir?
A) Sözsüz iletişim etkilidir.
B) Sözsüz iletişim duyguları belirtir.
C) Sözlü iletişim uygun iletişim değildir.
D) Sözsüz iletişim çift anlamlıdır.
E) Sözsüz iletişim belirsizdir.
2. Aşağıdakilerden hangisi sözlü iletişim arasında yer almaz?
A) Yüz yüze görüşmeler
B) Halka hitaplar
C) Telefonla yapılan görüşmeler
D) Fotoğraflar
E) Sunumlar
3. Aşağıdakilerden hangisi sözlü iletişimin avantajlarındanır?
A) Yanlış anlaşılma ihtimali daha yüksektir.
B) Verilen haberin anlaşılma derecesi denetlenebilir.
C) Verilen cevaplar kontrol edilemez.
D) Alınan sözlü mesajlar zamanla unutulabilir.
E) Eş zamanlı olarak geri bildirimde bulunulamaz.

DEĞERLENDİRME

Cevaplarınızı cevap anahtarıyla karşılaştırınız. Yanlış cevap verdiğiniz ya da cevap verirken tereddüt ettiğiniz sorularla ilgili konuları faaliyete geri dönerek tekrarlayınız. Cevaplarınızın tümü doğru ise modül değerlendirmeye geçiniz.

MODÜL DEĞERLENDİRME

Aşağıdaki cümlelerin başında boş bırakılan parantezlere, cümlelerde verilen bilgiler doğru ise D, yanlış ise Y yazınız.

1. () İletişim insanların duygu, düşünce, inanç, tutum ve davranışlarının sözlü, yazılı ve sözsüz olarak iletilmesidir.
2. () Motivasyon iletişimin fonksiyonudur.
3. () İletişim her zaman yüz yüze kurulur.
4. () İletişim, işleyiş yönü dikkate alındığında tek yönlü ve iki yönlü iletişim olarak ikiye ayrılır.
5. () Ortalama olarak iletişimde kelimeler % 60, ses tonu % 30, beden dili % 10 rol oynar.
6. () Dil ile iletişimde insanların ne söyledikleri değil nasıl söyledikleri önemlidir.
7. () Yatay iletişim kanalları, benzer konumlardaki yöneticilerin iş birliği yapmalarına katkıda bulunmaz.
8. () Kitle kavramı “ortak bir amacı gerçekleştirmek amacıyla bir araya gelmiş kurumların ya da kişilerin oluşturduğu birlik” olarak tanımlanır.

Aşağıdaki cümleleri dikkatlice okuyarak boş bırakılan yerlere doğru sözcüğü yazınız.

9. İletişimile.....arasında kurulur.
10. Bir yaşantıya ait duygu ve düşüncenin kodlanarak sözlü, sözsüz veya yazılı bir anlatımla alıcı kişiye ulaşmasını sağlayan sembolleredenir.
11. Bilginin, düşüncenin, duygunun iletme uygun, hazır bir mesaj biçimine dönüştürülmesinedenir.
12. Algılamadaki farklılığı,veolmak üzere iki unsura bağlayabiliriz.
13. Sözsüz iletişimbelirtir.
14. Bir mesajın kaynaktan alıcıya, alıcının aktif geri bildirimini olmaksızın yapılan iletişim biçimine.....denir.
15., bireyler ve gruplar arasındaki iletişimden çok, örgütsel iletişimde büyük bir önem taşır.

DEĞERLENDİRME

Cevaplarınızı cevap anahtarıyla karşılaştırınız. Yanlış cevap verdiğiniz ya da cevap verirken tereddüt ettiğiniz sorularla ilgili konuları faaliyete geri dönerek tekrarlayınız. Cevaplarınızın tümü doğru ise bir sonraki modüle geçmek için öğretmeninize başvurunuz.

CEVAP ANAHTARLARI

ÖĞRENME FAALİYETİ 1'İN CEVAP ANAHTARI

1	D
2	B
3	D
4	D
5	A
6	E
7	A
8	A
9	D
10	A
11	E
12	C

ÖĞRENME FAALİYETİ 2'NİN CEVAP ANAHTARI

1	C
2	D
3	B

MODÜL DEĞERLENDİRME CEVAP ANAHTARI

1	Doğru
2	Doğru
3	Yanlış
4	Doğru
5	Yanlış
6	Doğru
7	Yanlış
8	Yanlış
9	Kaynak - alıcı
10	Mesaj
11	Kodlama
12	Dışsal - içsel faktörler
13	Duyguları
14	Tek yönlü iletişim
15	Yazılı iletişim

KAYNAKÇA

- BRIDGE Berna, **Okulda İletişim**, Beyaz Yayınları, İstanbul, 2003.
- CÜCENOĞLU Doğan, **Yeniden İnsan İnsana**, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1997.
- GÖKÇE Orhan, **İletişim Bilimine Giriş**, İstanbul, 2003.
- LAZAR Judith, **İletişim Bilimi**, Vadi Yayınları, Ankara, 2001.
- RİGEL Nurdoğan, **Rüya Körleşmesi**, Der Yayınevi, İstanbul, 2000.
- SİLLARS Stuart, **İletişim**, MEB Yayınları, Ankara, 1995.
- TABAK Ruhi Selçuk, Sibel SOLMAZ, **Sağlık Hizmetlerinde İletişim**, Somgür Yayıncılık, Ankara, 2008.
- TUTAR Hasan, M. Kemal YILMAZ, **Temel İletişim**, Nobel Yayın, 2003
- USLUATA Ayseli, **İletişim**, İletişim Yayınları, İstanbul.
- YÜKSEL Erkan, H. İbrahim GÜRCAN, **Haber Toplama ve Yazma**.