



ODÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi  
Issn: 1309-9302 <http://sobiad.odu.edu.tr>  
Cilt: 3 Sayı: 6 Aralık 2012

## KURUM İÇİ İLETİŞİMİN KALİTEYE OLAN ETKİSİ: YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN KURUM İÇİ İLETİŞİMİN KALİTESİNE OLAN ETKİSİNİ İNCELEMAYA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

*THE EFFECT OF INTERNAL COMMUNICATION TO QUALITY: A  
RESEARCH DESIGNED FOR EXAMINING THE EFFECT OF NEW  
COMMUNICATION TECHNOLOGIES TO THE QUALITY OF  
INTERNAL COMMUNICATION*

İ.Pelin DÜNDAR\*

Elif Koralp ÖZEL\*\*

### Öz

Bilgisayar ve internete dayalı yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkışı, zaman ve mekandan bağımsız yeni iletişim ortamları yaratarak, kurum içi iletişimin kalitesi üzerinde etkin rol üstlenmiştir. Kurumların kalite hedeflerine ulaşabilmesi ancak kurum içi iletişim sürecine işlerlik kazandırılması ile mümkündür. Yeni iletişim teknolojileri ise söz konusu süreci yeni baştan şekillendirmekte ve kurum içi iletişimin kalitesinde belirleyici olmaktadır. Adı geçen çalışmada; kurum içi iletişim kavramı açıklandıktan sonra kalite ile olan bağlantısı üzerinde durulmuş ve yeni iletişim teknolojilerinin bu ilişkiye olan etkisi ele alınmıştır. Söz konusu etkinin ispatı açısından akademik personele düzenlenen anket sonuçları değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Yeni İletişim Teknolojileri, Kalite, Kurum İçi İletişim.

### Abstract

Arising of new communication Technologies which depends on internet and computer plays an effective role on quality of internal communication via creating new communication platforms which is free of

---

\*Doç.Dr., Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Basın Ekonomisi ve İşletmeciliği Anabilim Dalı

\*\*Doktora Öğrencisi, Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü

time and place. There alisation of quality objectives of the institution is just possible with gaining operability to internal communication process. New communication technologies re-design such process and determine the quality of internal communication. In the mentioned study, after defining the internal communication concept, its connection with quality is accentuated and the effect of new communication technologies on this relationship is undertaken. For proven of point at issue, the survey results which is edited to academic staff wase valuated.

**Keywords:** New communication technologies, quality, internal communication

## GİRİŞ

Günümüzde yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkışı ve her geçen gün daha da fazla kullanılır hale gelmesi, kurum içi iletişimin gerçekleşmesi noktasında önemli yenilikleri beraberinde getirmektedir. Elektronik posta, sosyal medya, web sitesi, mesajlaşma programları, usenet, intranet, bloglar gibi bilgisayar ve internete dayalı teknolojiler, yeni iletişim mecraları oluşturarak kurum içi iletişimin yeni formunu meydana getirmekte ve kalitenin gelişimi sürecine katkıda bulunmaktadır.

Yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı kurumlara, zaman ve mekandan bağımsızlık, bilgi alışverişinde kolaylık, verilerin saklanması, maliyetten tasarruf gibi konularda kazanımlar sağlayarak kurum içi iletişimin kalitesini güçlendirmektedir. Belirli bir kalite hedefine ulaşmak için çaba harcayan kurumlarda çalışanların çabalarının koordine edilmesi, bilgi akışının sağlanması, her tür kurumsal faaliyete işlerlik kazandırılması ancak kurum içi iletişim ile mümkündür. Kurum içi iletişime etkinlik kazandırılması, kurumun çıktıları olan ürün veya hizmetin kalitesini de doğrudan etkilemektedir. Yeni iletişim teknolojileri ise, kurum içi iletişimde sağladığı kazanımlarla insan odaklılık, sürekli eğitim ve sürekli gelişme, katılımcılık, paylaşım ve liderlik unsurlarıyla şekillenen kalite olgusuna ulaşmada önemli bir rolü üstlenmektedir. Yeni iletişim teknolojileri doğru, yerinde ve bilinçli biçimde kullanıldığında kurum içi iletişimin ve buna bağlı olarak da kurumun çıktıları olan ürün/hizmetin kalitesini yükseltmektedir.

Yukarıda vurgulanan unsurlara paralel olarak adı geçen çalışmada yeni iletişim teknolojilerinin kurum içi iletişimin kalitesine olan etkisi aktarılmaya çalışılmaktadır. Çalışmada öncelikle iletişim, kurumsal iletişim ve kurum içi iletişim kavramları ele alınmakta ve bu kavramların kurumlar açısından önemi vurgulanmaktadır. Çalışmanın devam eden kısmında; kurum içi iletişimde yeni iletişim teknolojilerinin yeri, önemi ve kurum içi

iletişim ile kalite ilişkisi açıklanmaktadır. Çalışma, yeni iletişim teknolojilerinin kurum içi iletişimin kalitesine olan etkisini incelemeye yönelik gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarıyla tamamlanmaktadır.

### **Kurum İçi İletişim**

Ortak bir hedefe ulaşmak için işbirliği içinde çalışan insanların oluşturduğu kurumlar açısından düşünüldüğünde, iletişim kavramı hayati derecede önem taşımaktadır. Kurum içi iletişim sadece daha iyi bir işveren-çalışan ilişkisi yaratmamakta aynı zamanda çalışanların nasıl davranacakları, nasıl bir performans gösterecekleri, buna bağlı olarak da işletmenin nasıl bir performansa sahip olacağı üzerinde de önemli bir etki yaratmaktadır. (Lyn Smith ve Pamela Mounter, 2008: 21) Dolayısıyla kurum içi iletişimden söz edildiğinde iletişimin belirli amaçları dikkat çekmektedir. Kurum içi iletişimle öncelikle kurum içindeki bilgi akışını temin etmek hedeflenmektedir. Emir komuta zincirinin kurulması, her bir çalışanın kurum içinde sorumluluk ve yetkilerini öğrenmesi, kendilerinden beklentileri kavraması kurum içi iletişimle imkan dahilinde olmaktadır. Bu bilgi akışı tek yönlü olarak algılanmamalıdır. Aynı şekilde çalışanların üst yönetime beklentilerini ve isteklerini iletmesi de kurum içi iletişimle gerçekleşmektedir.

Motivasyonu artırmak ve çalışanlar arasında iyi ilişkiler inşa etmek de kurum içi iletişimin amaçları arasında yer almaktadır. Etkili bir kurum içi iletişim, çalışanlarının iş tatminini artırmakta, yönetimle ve çalışanlarla ilişkilerini düzenleyerek gelişimine katkıda bulunmaktadır.

Kurumun iletişime ilişkin yaklaşımı ne olursa olsun tüm çalışanların iletişimle ilgili en önemli beklentisi, çalışan ve yöneticiler arasındaki bariyerlerin kaldırıldığı, işe ilişkin konularda hedeflere ulaşılması için fikirlerinin alındığı, kendi işleri ile ilgili konularda iletişim kurularak hareket edildiği bir anlayışın benimsenmesidir. (Yeygel Çakır ve Temel Eğinli, 2010:175)

Kurum içi iletişimin bir başka amacı ise koordinasyonu temin etmektir. Her bir çalışanın çabalarının ortak bir hedef için eşgüdümlemesi hem iletişim çatışmalarını önlemekte hem de kayıpların önüne geçmektedir. Bunun için planlama aşamasından itibaren koordinasyona önem verilmesi önem arz etmektedir. Koordinasyonun sağlanmasında ise iletişim bir araç rolünü üstlenmektedir.

### **Kurum İçi İletişimde Yeni İletişim Teknolojileri Yeri ve Önemi**

Kurum içi iletişimle ilgili buraya dek belirtilen noktalar bizi şu sonuca götürmektedir; kurum içi iletişime sadece bireysel değil, aynı zamanda toplu halde yapılan bir etkinlik gözüyle bakıldığında; kurum içi iletişim, yalnızca haber ve mesaj alışverişi sağlayan bir ortam oluşturmakla kalmayıp, bunun yanında her türlü fikrin, gerçeğin ve verinin ulaştırılmasına ve paylaşılmasına da zemin hazırlamaktadır.

Yaratılan bu ortam hiç şüphesiz sosyal sistem içerisinde iletişim olgusuna bazı fonksiyonlar yüklemiştir.

Bunlar:(iletisimbilimleri.blogspot.com)

- Enformasyon
- Sosyalizasyon
- Motivasyon
- Tartışma
- Eğitim
- Kültürel Gelişme
- Eğlence
- Entegrasyondur.

#### **Enformasyon:**

Kurumla ilgili konuları anlamak ve devamında da bilinçli tepkiler gösterebilmek, hedeflenen sonuçlara ulaşabilmeyi başarabilmek için öncelikle gereken veri, bilgi, mesaj, fikir ve yorumların depolanmasına ihtiyaç bulunmaktadır. Aksi taktirde veri, bilgi, mesaj, fikir ve yorumları işlemek ve kurum içinde paylaşım olanak tanımak için yayılmasını sağlamak mümkün gözükmemektedir.

#### **Sosyalizasyon:**

Kurum içinde bireylerin kendilerinin etkin faaliyette bulunmalarını sağlayan sosyalizasyon süreci sadece kuruma bağlılığı ve kuruma yönelik bilinci oluşturmakla kalmayıp aynı zamanda kurumdaki faaliyetlere aktif katılma sürecini teşvik etmektedir. İşte bu noktada “kurum içi iletişim çalışanların katılımını teşvik etmede hayati önem taşımakta ve yüksek performanslı takımlar için gerekli bir bileşen olarak görülmektedir.”(EmanuelCamilleri, 2011: 270)

#### **Motivasyon:**

Yukarıda belirtilen yaratılması zorunluluk arz eden ortamın temellerini atmak sadece birey ve kuruma yönelik faaliyetlerin gelişim

sürecine katkıda bulunmakla kalmayıp aynı zamanda genel kabul gören hedeflere ulaşmayı da kolaylaştırmaktadır.

**Tartışma :**

Kurum içinde farklı görüşlerden yola çıkarak mevcut sorun ya da sorunlara yönelik alternatif çözüm önerileri yakalamak için gereken ortamı oluşturabilme yeti ve becerisine sahip olmak gerekmektedir.

**Eğitim:**

Kurum içinde sadece yeteneklerin gelişimine olanak tanımak için değil aynı zamanda kişilik oluşumuna katkıda bulunmak maksadıyla bilgi aktarımına imkan sağlamak şarttır.

**Kültürel Gelişme:**

Kurum içi iletişim farklı altı yapıda bulunan bireylerin çalışmalarının, duygu ve düşüncelerinin ortak bir platformda paylaşımına olanak tanıdığı için kurum bünyesinde kültürel gelişme adına önemli adımlar atabilmeye yönelik olarak destek görevini görmektedir.

**Eğlence:**

Kurum içi iletişimin yaygınlaşması ve kurum bünyesinde giderek benimsenmesi durumunda kurumda çalışan bireyler sadece gelişim ya da eğitime yönelik bilgileri paylaşmakla kalmayıp aynı zamanda sanat, müzik, spor v.b. aktivitelerin varlığından da birbirlerini haberdar etme gereksinimi içerisine girmektedir.

**Entegrasyon:**

Kurumda çalışan tüm bireylerin, grupların, bölümlerin birbirlerini tanımak ve başkalarının gözünden olayları ya da gelişen sonuçları değerlendirmek gayesiyle gereksinim duydukları birtakım veri, bilgi ya da mesajlara ulaşabilmelerini sağlamak son derece önem arz etmektedir.

Tüm belirtilen fonksiyonların işlevselliği yani kurumdaki iletişimin işleyişi çalışanların belirli iletişim araçlarını kullanmaları ile oluşmaktadır. Çalışanlar kurum içi iletişimde bilgi alışverişini sağlamak için bazı araçlara gereksinim duymaktadır. Kurum içi iletişimde kullanılan geleneksel araçlar yazılı, sözlü ve elektronik araçlar olarak üçe ayrılırken, son dönemde gelişen yeni iletişim teknolojileri, kurum içi iletişimde önemli bir rol üstlenmiştir. Bilgisayar ağı ve internete dayalı yeni iletişim teknolojilerinin kurum içi iletişimdeki yeri her geçen gün daha da artmaktadır.

Öncelikle kurum içi iletişimde kullanılan geleneksel iletişim araçlarına bakıldığında yazılı olanlar, yazılı genelgeler ve belgeler, raporlar, yazılı yayın organları (dergi, gazete vb.), broşür, el kitapları, afişler, posterler, duvar tabloları, ilanlar, yıllıklar, şikayet kutusu olarak sıralanabilmektedir. Sözlü iletişim araçları dendiğinde ise akla ilk önce sözlü açıklamalar, konferanslar, telefon konuşmaları, sözle verilen emirler, duyurular, toplantılar, kutlamalar, davetler gelmektedir. İletişim aracı olarak kullanılan elektronik iletişim araçları ise telefon, faks, teleks, video konferans, kapalı devre TV kanalı ve radyodur.

Yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkmasıyla birlikte bunlara elektronik veri ağı olan bilgisayar ile internete dayalı iletişim araçları eklenmiş; bilgisayar kullanımı ve internet kurum içi iletişimde önemli bir fonksiyon üstlenmiştir. İletişim teknolojisi iletişim alanındaki bütün teknolojileri kapsayan bir kavram olarak kullanılmaktadır. "Rice, yeni iletişim teknolojilerini tipik olarak mikroişlemci ya da bilgisayar yetilerini kullanan ve kullanıcılar arasında ve kullanıcıyla enformasyon arasında etkileşime olanak tanıyan ya da bunu zorunlu kılan iletişim teknolojileri olarak tanımlamıştır"(Akar, 2004:39) İletişim teknolojisi alanındaki en önemli gelişmeler radyo, televizyon ve telefonla yaşanmıştır. İletişim teknolojisindeki ikinci büyük aşama ise bilgisayarın geniş kitlelerce kullanılması ve internetin yaygınlaşmasıyla kaydedilmiş ve yeni iletişim teknolojileri iletişimde önemli bir kavram haline gelmiştir.

Kurum içi iletişim açısından değerlendirildiğinde kurumlar ve çalışanlar yeni iletişim teknolojilerini hem birbirleriyle iletişim kurmak hem de faaliyetlerini, çalışmalarını, organizasyonlarını, hizmetlerini, ürünlerini tanıtmak, bilgi paylaşımı gerçekleştirmek ve sosyalleşmek amacıyla kullanmaktadır.

Rogers kurumsal bir sınıflandırma ile yeni iletişim teknolojilerinin üç özelliğini şöyle tanımlamıştır. (Akt:Akar,2004:38) (Geray, 2003: 18-19)

**Karşılıklı etkileşim:** Bu özellik sayesinde iletişim süreci kişilerarası iletişime benzer bir şekilde tarafların anında iletileri birbirlerine aktarmalarına olanak sağlamakta, ancak bu süreç kişilerarası iletişime benzemektedir. Yeni teknolojiler kişilerarası iletişimden çok daha geniş kitlelere hitap etmektedir.

**Kitlesizleştirme:** Söz konusu özellik bireyin yüz yüze olmayan iletişim içerisinde geniş hedef kitleler ile mesaj alışverişi yapmasını sağlamaktadır.

**Eşzamansız olabilme:** Yeni iletişim teknolojileri birey için uygun bir zamanda mesaj gönderme ve alma yeteneklerine sahiptir. Mesajın alınması veya yollanmasının zamanını kullanıcı kendi ayarlamaktadır. Karşılıklı etkileşim, kitlesizleştirme, eşzamansız olabilme özellikleri dikkate alındığında, belirtilen bu özellikler paralelinde yeni iletişim teknolojileri iş ortamında pek çok yeniliğe yol açmaktadır. Bilgisayar teknolojileri üretimi, çoğaltmayı, yazılı belgeleri saklamayı, uzun mesafelerde bilgi alışverişini, birlikte çalışmayı, zaman ve mekandan bağımsız olarak toplantı düzenlemeyi kolaylaştırmaktadır. Çalışanlar artık fiziki yakınlık olmadan da elektronik araçlar sayesinde birbirleriyle sürekli temas kurabilmektedir. Email, internet gibi araçlar yöneticilerin çalışanlarla iletişim kurmasına, çalışanların ise kurumla ilgili gelişmelerden haberdar olmasına yardımcı olmaktadır. (JoepCornelissen, 2011: 164)

Yeni iletişim teknolojilerinin bu özellikleri dikkate alındığında, bilgisayar ve internet odaklı yeni iletişim teknolojilerinden elektronik posta, web sitesi, mesajlaşma programları, Usenet, bloglar, sosyal ağlar, VoIP gibi araçlar kurum içi iletişimde öne çıkmaktadır. (Aslan, 2008: 211-232) Bu sayılanlara kurum içi iletişim söz konusu olduğunda intranet'i de eklemek gerekmektedir. Yeni iletişim teknolojilerine dayalı iletişim araçlarını tanıyabilmek için bunlara biraz daha yakından bakmak faydalı olacaktır.

**Elektronik posta:** İnternet kullanıcısı olan bir kişinin diğer bir veya daha fazla internet kullanıcılarına eş zamanlı olmadan mesaj, dosya, fotoğraf, video gibi içerikleri iletmesine imkan tanıyan bir iletişim aracıdır. İnternet üzerinde insanlar arasında bilgi paylaşımını sağlayan ve yaygın olarak kullanılan internet uygulamalarından biridir. İnternete ulaşma imkanı bulunan herkes elektronik posta adresi edinebilmektedir. Kurumlar da çalışanlarına elektronik posta adresi sağlayarak kurum içi ileti paylaşımını gerçekleştirmektedir.

**Web sitesi:** Bir kişiden çok sayıda kişiye yönelik yapılan kitlesel ve eşzamanlı olmayan iletişimidir. Web sitesi, kişilere ya da kurumlara ait olan ve internet kullanıcıları tarafından ulaşılabilen bir iletişim panosudur. Kurumlar web sitesi ile kendilerini tanıtabilmekte, bilgi paylaşabilmekte, duyurularda bulunabilmekte, kurum dışı ve kurum içi iletişim için web sitesinden faydalanabilmektedir. Çalışanlar ve kurum dışı kişiler de kurumla ilgili gelişmeleri ve haberleri web sitesi üzerinden takip edebilmektedir.

**Mesajlaşma programları:** Bir kişiden diğer kişiye veya çok kişi arasındaki eşzamanlı iletişime olanak tanıyan programlardır. Msn

Messenger, Yahoo Messenger gibi popüler anlık mesajlaşma programları karşılıklı olarak kısa mesajlaşma ve görüntülü konuşma imkanı sunmaktadır. Elektronik postadan farklı olarak mesajlaşma programları kısa mesajlara dayalıdır. Bu programda kişiler eşzamanlı olarak mesajlaşabilmektedir, ancak bu programların yeni sürümleri online olan kullanıcının, online olmayan kullanıcıya da mesaj göndermesine fırsat tanıyacak şekilde düzenlenmiştir. Bu durumda alıcı, mesajı sisteme girdiği anda alabilmektedir.

**Usenet:** E-grup gibi çok sayıda kişi arasında gerçekleşen ve eşzamanlı olmayan bir sanal iletişim biçimidir. Tartışma forumları ve haber grupları olarak tanımlanabilecek Usenet ile kullanıcılar haberleri okuyabilmekte, yazabilmekte ve tartışabilmektedir. Usenet, internet kullanıcılarının değişik konulardaki haberler, yazı, grafik, fotoğraf, programlarını paylaşabildiği herkese açık bir tartışma platformu olarak bilinmektedir. (<http://en.wikipedia.org>)

**Bloglar:** Blog internet günlüğü anlamına gelmektedir. Bloglar içinde yaşadığımız bilişim çağında, teknoloji kısılacındaki insanın bir çeşit kendini dışa vurması ve yeni bir ifade biçimi olarak değerlendirilmektedir. Bloglar çoğunlukla yazarların gündelik deneyimlerini ve yaşadıklarını aktarmaktadır. (Aslan, 2008:220)

**Sosyal ağlar:** Sosyal medya olarak da anılan sosyal ağlarda benzer ilgi alanlarına sahip kişiler bir araya gelerek sanal mahalleler oluşturmaktadır. Her bir internet kullanıcısının internette bloglar ya da Facebook, twitter, Friendfeed gibi platformlar aracılığıyla bilgi ve görüşlerini paylaşabilmesine olanak tanıyan sosyal ağlar, yeni iletişim teknolojileri için de önemli bir araç olarak dikkat çekmektedir. Facebook, twitter gibi sosyal ağlarda kişiler bilgi alışverişinde bulunabilmekte, çeşitli konulardaki fikirlerini açıklama olanağı elde edebilmektedir. Çalışanlar kendi bloglarını oluşturabildiği gibi kurumlar da söz konusu sosyal ağlarda kendi sayfalarını kurarak çalışanları ve kurum dışındaki kişilerle iletişim kurabilmektedir.

**VoIP:** Data hatları üzerinden telefon görüşmesi ve belirli standartlarda ses iletilmesi için kullanılan VoIP'de (Voice over Internet Protocol) genellikle internet değil, kurum ya da kuruluşa özel bir intranet sistemi ya da geniş alan ağı olan (WAN) ve bazen bu iş için özelleşmiş donanımlar kullanılmaktadır. Ancak özellikle son yıllarda bu teknolojiyi kullanarak, internet üzerinden aynı yazılımı kullanan bilgisayarlar arası ücretsiz, bilgisayardan sabit ve mobil telefonlarla düşük ücretli konuşma gerçekleştirebilen 'Skype' benzeri yazılımlar üretilmiştir. (Aslan, 2008: 232)



Pek çok kurum çalışanları ve müşterileriyle düşük ücrete ya da ücretsiz iletişim kurmak amacıyla bu sistemi kullanmaktadır.

**İntranet:** Sadece belirli bir kurum içindeki bilgisayarları, yerel ağları ve geniş alan ağlarını birbirine bağlayan özel bir ağıdır. Bu kurumsal bilgi portalının kurulma amacı kurum içinde bilgileri paylaşmaktır. Çalışanlar ve yöneticiler bu kapalı devre web sistemde birbirleriyle fotoğraf ve bilgi paylaşabilmekte, kurumla ilgili düşüncelerini, sorunları, önerileri dile getirebilmektedir. ([http // tr.wikipedia.org](http://tr.wikipedia.org))

Bilgisayar ağı ve internetle birlikte doğan yeni iletişim teknolojilerine bağlı olarak ortaya çıkan sosyal medya, elektronik posta, web sitesi, mesajlaşma programları, usenet, intranet, bloglar gibi yeni iletişim araçları günümüzde kurum içi iletişimde de önemli bir rol üstlenmektedir. Sayılan yeni iletişim teknolojilerine dayalı araçlar kurum içi iletişimde tercih edilen modellere göre işlerlik kazanmaktadır. Her geçen gün daha fazla kurum, web sitesi, Facebook ya da twitter sayfası oluşturarak kurumla ilgili bilgi ve duyurularını çalışanlarıyla sosyal medya üzerinden paylaşmaktadır. Öte yandan günümüzde hemen her kurum bir web sitesine sahip hale gelmiştir. İtranet de kurumların çalışanlarıyla iletişimi noktasında önemli bir işlev görmektedir. Diğer taraftan elektronik posta hem kurumun çalışanlarıyla hem çalışanların birbiriyle haberleşmesinde, bilgi paylaşımında vazgeçilmez bir konuma gelmiştir. Sosyal medya, usenet ve mesajlaşma programları ve bloglar da çalışanların birbirleriyle iletişimlerini kolaylaştırmakta ve artırmaktadır. Özellikle bankalar ve çalışanlarıyla sık telefon görüşmesi yapmak zorunda olan diğer kurumlar, VoIP sisteminden faydalanarak ücretsiz ya da düşük ücretli iletişim kurabilmektedir. Sayılan örnekler göstermektedir ki yeni iletişim teknolojileri kurum içi iletişimde dikkate değer bir rol almaktadır. Ve bu rolün etkinliği her geçen gün daha da artmaktadır.

### **Kurum İçi İletişim ve Kalite**

İletişim olmadan kurumların faaliyetlerini sürdürmeleri mümkün değildir. Belirli bir hedefe ulaşmak için çaba harcayan çalışanların çabalarının koordine edilmesi, bilgi akışının sağlanması, her tür kurumsal faaliyete işlerlik kazandırılması ancak iletişim süreci ile mümkündür.

Etkin bir kurum içi iletişim, kurumun çıktıları olan ürün veya hizmetin kalitesini de doğrudan etkilemektedir. Yönetimde kalite girişimi, iletişimle başlamaktadır. İletişim kurum içinde çalışanların bilgileri anlaşılabilir sembollerle ifade etmesini ve kuruma aktarmasını ifade etmektedir. Bu açıdan bakıldığında da sadece yöneticilerin başarısı değil

aynı zamanda kurumların etkinliği üzerinde önemli rol oynayan iletişim, süreç olmanın yanı sıra yöneticilerin iş akışını sağlamak gayesiyle kullandığı en temel araç konumundadır. Dolayısıyla kurum yöneticileri ne istediklerini, ne zaman istediklerini ve nasıl istediklerini çalıştıkları ekibe iletişim kanalıyla aktarmaktadır. Kurumların varlıklarını sürdürebilmeleri, sürekli iyileştirme potansiyeli içerisinde yol kat edebilmeleri iletişim sayesinde mümkündür. Aksi taktirde; kurumlar yok olma tehlikesi ile karşı karşıya kalabilmektedir. Kurumlar bünyeleri içerisindeki hem bireysel hem de grupsal çalışmaları disipline ederken, temel bir üretim faktörü dahilinde çalışmalarına ivme kazandırmaktadır. Bu da; hiç şüphesiz bilgidir. Böyle bir ortamda düşünceleri mutlak kılmak isteyen her kurum, iletişim olgusundan her daim destek almak zorundadır.

İletişim ile ilgili çaba ve çalışmalar üzerinde yoğunlaşırken ihmal edilmemesi gereken bazı hususlar söz konusudur. İletişimin insan odaklı olduğu gerçeği bunlardan ilkidir. Nitekim kaliteye doğru yol alırken de kurumların gözden kaçırmaması gereken en önemli nokta tüm çabaların başlangıç ve odak noktasının insanoğlu olduğu gerçeğidir. Çünkü ne kadar ileri teknolojiyen, ne kadar mükemmel yönetim sürecinden, ne kadar üstün bir sistem tasarımından bahsederek edelim, belirttiğimiz noktalara işlevsellik kazandıracak olan insanoğludur. Bu sebeple hiçbir süreçte insan ile çalışıldığı gerçeği unutulmamalıdır. Her ne kadar tüm kurumlar bunun olması gerektiği kanaatini taşıyalar da kurumsal kültürün en önemli ögesi olan insan faktörüne çoğu zaman gereken önemin verilmemesi beklenen kurum kültürünün oluşumuna ket vurmakta, bu da doğal olarak kuruma ait vizyonun oluşumu ve onu destekleyen misyonların belirlenmesine gölge düşürmektedir. İkinci husus, iletişimin paylaşımı getirdiğidir. Toplam kalite yönetiminin kritik öğelerinden birisi de katılımcılık ve yetki devridir. Sadece mesajı gönderen ya da yetkiyi verenin değil aynı zamanda mesajı alan ya da yetkiyi üzerine almayı kabul eden tarafın ortak bir paydada buluşması gerekmektedir. Bu durum kuruma süreç açısından bakıldığında; uzun vadede iyileştirmeyi getirmektedir. Çünkü yetkiyi alan birey ya da bireyler bu yetkiye layık olma bilinciyle hareket ederek kendi çizgilerini aşma konusunda efor sarf etme eğilimi içerisine girmektedir. Üçüncü husus ise iletişimin sembolik olduğudur. Semboller sadece jestler, mimikler değil aynı zamanda sesler, harfler, rakamlar ve tabii ki sözcüklerdir. Hem alıcı hem de gönderen mesaja aynı anlamı verdikleri zaman sonuç: etkili iletişimdir. Ancak bunun olabilmesi için zaman içerisinde kurum içinde çalışanların aynı çizgide buluşmaları gerekmektedir. İşte bu nokta da yeni iletişim teknolojileri bu süreci hızlandırma adına düşünülen noktalara yeni bir boyut açmıştır.

Günümüzde globalleşme sadece yeni teknolojilere değil yönetim işlevine de yeni kazanımlar getirmiştir. Daha esnek ve şeffaf bir yönetim sayesinde dışa kapalı olmaktan kurtulan kurumlar etkileşimli ve işlevsel bir yapıya bürünmüşlerdir. Değişimin kurumlarda katılımcılık sayesinde vücut bulacağına inanan kurumlar çalışan odaklı bir yönetime yaklaşmanın ayakta kalmak için bir zorunluluk olduğu gerçeğini idrak etmiş bulunmaktadır. Bu da karşılıklı yönetim anlamına gelen yönetişim olgusunun kurumlarda yerini bulmasını getirmektedir. Yönetişim olgusuna süreçler bazında doğru olarak işlevsellik kazandırıldığında sadece katılım/katılımcılık değil, hesap verebilirlik ve şeffaflık ile insan unsurunu öne çıkartan bir yönetim felsefesi ve beraberinde kalite anlayışı şekillenmektedir.

Kalitenin üretim sürecinde iyileştirilmesi ve korunması, tüm kurumsal ve yönetsel eylem ve aşamalarda çalışanlar arasında sağlıklı bir iletişim kurulmasına bağlıdır. Kurumlarda çalışanlar arasında güçlü bir bölüm ayrımcılığı ve rekabet oluşabilmektedir. Bu gibi durumlarda ilişki zayıflığı ve iletişim engellerinin varlığı, iş ve kalitenin olumsuz etkilenmesine yol açabilmektedir. Bu nedenle iyi bir iletişim sağlanması ve dayanışma ekip ruhu ve takım oluşumu için bölümler arası engeller ortadan kaldırılmalıdır. Her elemanın katılımını artırmak amacıyla tasarlanmış stratejiler kurumsal iletişime oldukça gereksinim duymaktadır. Bu bağlamda, iletişimin görevi, karşılıklı anlayışı arttırmak, kurumun tüm çalışanlarına bağlılık ve karşılıklı karar alma olanağı tanımak ile serbest bilgi akışını sağlamak yoluyla katılımı güvence altına almaktır. Şüphesiz ki, bu yeni yönetim yaklaşımı, özellikle düşünce ve yorumları alabilmeye dayanan iyi iletişim kurma becerisine ağırlık vermektedir. (Halis, 2000:221)

İyi iletişim kurma becerisine zemin hazırlayan ve kurumlarda kalite olgusuna giden yolu giderek kısaltma misyonunu üstlenen yeni iletişim teknolojileri toplumda bireylerin gündelik yaşam pratiklerini değiştirmekle kalmayıp aynı zamanda bireylerin kendilerini sürekli yenilemeleri gerekliliğini getirmekte ve güncellenen teknolojileri sürekli kullanma zorunluluğu içerisine giren bireyler giderek uzmanlaşmaya daha kısa zamanda ulaşma keyfiyetini yaşayabilmektedir.

Zamandan ve maliyetten tasarrufu da beraberinde getiren yeni iletişim teknolojileri sayesinde iletişim hem çok yönlü hem de açık olabilme olanağına kavuşmaktadır. Çünkü kurum içerisinde yeni iletişim teknolojileri sayesinde paylaşılan mesajlar/bilgiler kuruma ait geniş bir platforma yayılmaktadır. Böylelikle bireyler kendileri ile direkt ilgili olmayan ama içerisinde çalıştıkları kuruma ait birçok bilgiye erişim

olanağını yakalamaktadır. Bu sayede de yeni iletişim teknolojileri bireylerin kurumla özdeşleşmelerine olanak tanımakta ve aidiyet duygusu yaratmaktadır.

Diğer taraftan da yeni iletişim teknolojilerinin sosyal paylaşım olanağına tanınması ve bu sayede bireylerin zaman zaman söylemekten çekindiği düşünce ve söylemlerini rahatça ifade edebildikleri ortama sahip olmaları kurum içi iletişimi etkin kılmakla kalmayıp kurum dışı iletişime de kapıları aralamaktadır. Bu sayede kurumda çalışanlar diğer kurumlar ile kendi çalıştıkları kurumları kıyaslama olanağına kavuşmakta ve zaman içerisinde eksikliklerini kendiliğinden gözlemlene fırsatı yakaladıkları için de kendilerini eğitime tabi tutmak zorunluluğu içerisinde girebilmekte ve kısa zaman diliminde gelişim gösterme fırsatına kavuşmaktadır.

Sadece bilginin paylaşımına açılmasına imkan yaratmakla kalmayıp aynı zamanda bilginin yönetilmesine de zemin hazırlayan yeni iletişim teknolojileri sayesinde ham veri ya da bilgiler birçok birey tarafından paylaşımına sunulduğu için yeni fikirlerin doğması imkan dahilinde olmaktadır. Bu sayede bireyler bir taraftan bilgi açıklarını kapatma şansını yakalarken diğer taraftan da birçok düşüncenin bir araya gelmesi sayesinde soru ya da sorunların çözümüne yönelik sinerjik etkiyi elde edebilmektedir.

Yeni iletişim teknolojileri ile değişime uğrayan bir başka olgu da kurum kültürüdür. Kurumlar gelişen teknolojiye karşı ne kadar bilinçli bir şekilde uyumlaştırma yoluna giderlerse, değişimden o kadar az etkilenirler ve buna bağlı olarak da gereksinimlerini karşılayacak şekilde kurum kültürlerini yeniden oluşturabilirler. Bunun ilk yolu ve belki de en önemlisi var olan kültürü anlamaktır. Çünkü kurum içinde yapılan her şeyi mevcut kültür belirler ve yönlendirir. Göz ardı edilmeyen, üzerinde çalışılan bir kültür ise kurumdaki başarıyı artırır ve kurum içi iletişimin kalitesini yükseltir, bu da doğal olarak verimli ve tatmin edici bir çalışma ortamının oluşmasına katkıda bulunur. (Akın, 2001:136) Bunu sağlayabilmek ise kurum olarak çalışanlara sahip oldukları güçleri keşfetmelerini temin edecek bir ortamı oluşturmaktan geçmektedir ki; işte bu nokta da kurum kültürünün varlığı vazgeçilmez bir boyut oluşturmaktadır.

Kalite belirtilenlerden de anlaşılacağı üzere insan odaklı, eğitimi zorunlu kılan, sürekli gelişmeyi merkeze koyan, katılımcılığı ve paylaşımı esas alan ve tüm bunların etkin bir liderlik yetisiyle olabileceği hissiyatını uyandıran bir olgudur. Yeni iletişim teknolojileri bu çok boyutlu olgunun şekillenmesinde ve mesafe kat etmesinde önemli bir belirleyicidir. Ancak kurum içinde tüm anlatılanlara realite kazandırırken unutulmaması

gereken bir söz vardır ki; o da Rosabeth Moss Kanter'in ifade ettiği "Küresel Düşün Yerel Uygula"dır. Çünkü yeni teknolojiler varlıklarıyla bizleri kimi zaman uzaklara götürmektedir. Ancak bu hiçbir zaman içinde yaşadığımız kurumun değerlerini görmezlikten gelmeyi getirmemelidir.

#### **Araştırmanın Konusu ve Amaç:**

Çalışmanın teorik kısmında da belirtildiği üzere; kurum içi iletişim, yalnızca haber ve mesaj alışverişi sağlayan bir ortam oluşturmakla kalmayıp, bunun yanında her türlü fikrin, gerçeğin ve verinin ulaştırılmasına, paylaşılmasına da zemin hazırlamaktadır. Yeni iletişim teknolojileri ise, karşılıklı etkileşim, kitlesizleştirme ve eş zamansız olabilme özellikleriyle geniş kitlelere hitap edebilmenin yanı sıra geniş kitlelerle mesaj alışverişini sağlayabilme ve mesajın alınmasını ya da yollanmasının zamanını da kullanıcının kendisinin ayarlamasına olanak tanımaktadır. Yeni iletişim teknolojilerini doğru, yerinde ve bilinçli kullanmak kapasitesi ve yeteneğine sahip olmak ise hiç şüphesiz kurum içinde vücuda getirilen işlerin kalitesine olumlu yönde yansımaktadır.

Yukarıda belirtilen hususları sorgulama sürecine dahil etmek suretiyle gerçekleştirilen yeni iletişim teknolojilerinin kurum içi iletişimin kalitesine olan etkisini incelemeye yönelik olarak gerçekleştirilen araştırma, Ege Üniversitesinde 12 fakültenin akademik personeli üzerinde yapılmıştır. Araştırmada öğrenilmesi hedeflenen temel noktalar ise; akademik personel nezdinde kurum içi iletişimin öncelikle neyi ifade ettiği, kurum içi iletişimde kullanılması zorunluluk arz eden yeni iletişim teknolojilerinin ve bu teknolojilerinin öncelikle hizmet ettiği/etmesi gereken noktaların neler olduğuna paralel olarak yeni iletişim teknolojilerinin kurum içi iletişim kalitesi üzerinde nasıl bir etki yarattığıdır.

#### **Yöntem ve Teknik:**

Yöntem ve teknik olarak 6 tanesi seçmeli, 6 tanesi de öncelik sıralamalı olmak üzere toplam 12 soruyu içeren anket formu hazırlanarak, araştırma evrenini oluşturan Ege Üniversitesi'ndeki 12 fakültede uygulanmış ve her fakültenin akademik personelinin belli bir yüzdesine ulaşılmaya çalışılmıştır.

#### **Örnekleme:**

Örnekleme belirlenirken üzerinde durulan temel nokta; bilinçli bir kitlenin dikkate alınması gerektiği gerçeğidir. Bu sebeple de üniversite akademik personeli örnekleme olarak seçilmiştir. Araştırma sonuçlarının güvenilirliği açısından %2-%3 hata payı ile %85'in üzerinde güven üstü

aralığına denk gelen bir sonucu yakalamak esasen hedeflenmiştir. Diğer taraftan ise; gündelik yaşam pratiklerimizi tamamen değiştiren yeni iletişim teknolojilerinin akademik ortamdaki yerini tespit etmek ve kalite sürecine katkısını değerlendirmek araştırmanın temelini oluşturmaktadır.

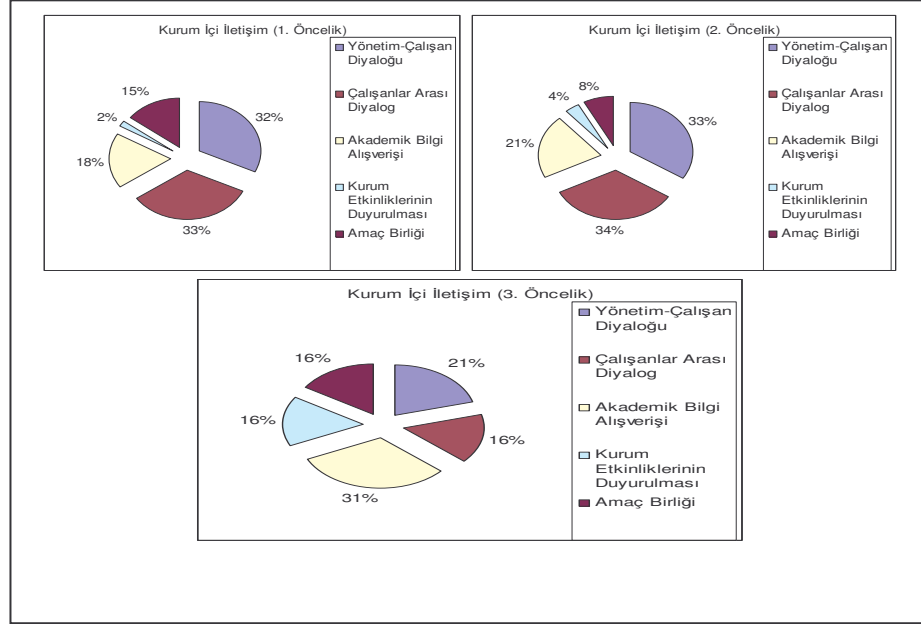
Toplamda 1918 akademik personelden 619'una anket uygulanırken, fakülte bazında dağılım şu şekilde olmuştur:

Fakülte	Akademik personel sayısı	Ankete katılan
Tıp Fakültesi	459	140
Fen Fakültesi	235	73
Diş Hekimliği Fakültesi	225	70
Ziraat Fakültesi	223	70
Mühendislik Fakültesi	173	51
Edebiyat Fakültesi	168	51
Su Ürünleri Fakültesi	123	36
Eczacılık Fakültesi	110	33
İletişim Fakültesi	93	28
Eğitim Fakültesi	80	24
İktisat Fakültesi	74	25
Hemşirelik Fakültesi	54	18
<b>Toplam</b>	<b>1918</b>	<b>619</b>

#### **Araştırmanın Sınırlılıkları:**

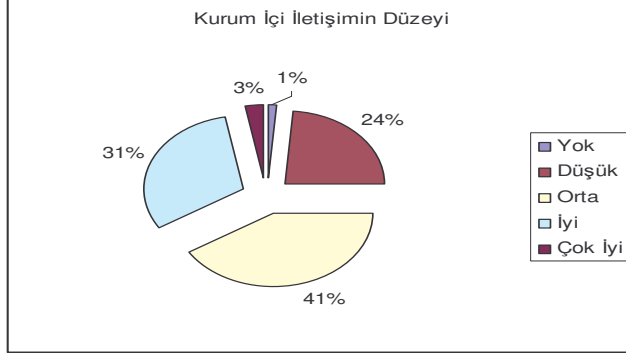
Her fakültede çalışan akademik personelin ders / toplantı saatlerinin farklı olması, araştırmanın geçerliliği açısından; en düşükten en yükseğe kadar (Araştırma Görevlisi, Öğretim Görevlisi, Yardımcı Doçent, Doçent, Profesör) tüm unvan sahiplerine ulaşmanın getirdiği sıkıntılar ve bazı fakültele anket yapılma esnasında karşılaşılan bürokratik engeller, temel olarak araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

### Araştırma Sonuçlarının Değerlendirilmesi:



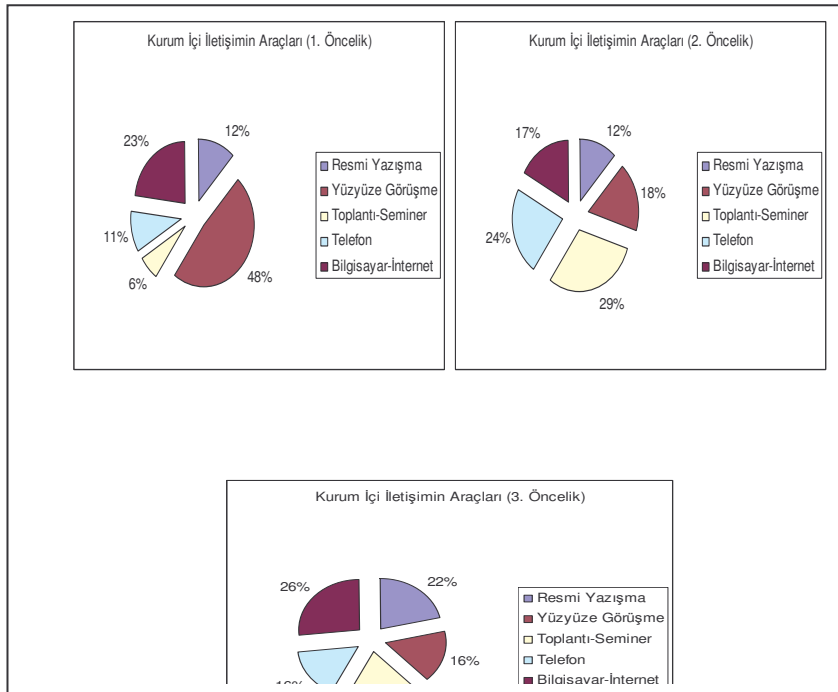
Tablo 1: Kurum İçi İletişim Nedir?

Çalışmanın teorik kısmında da vurgulandığı üzere çalışanlar arası diyalogun güçlü olması, kurum içi iletişimde karşılaşılabilecek sorunların önüne set çekilmesini mümkün kılmaktadır. Yönetim-çalışan diyalogunun geliştirilmesine olumlu katkı sağlayan bu ikili diyalog, pek çok sorunun olgunlaşmadan çözümüne vesile olmaktadır. Nitekim anket sonuçlarından da görüldüğü üzere; akademik camiada kurum içi iletişim denilince; ilk önceliği çalışanlar arası diyalog almakta, bunu bağlantılı olarak da yönetim çalışan diyalogu izlemektedir. Üçüncü önceliği ise %31 lik oranla amaç birliği oluşturmaktadır ki; sonuca varmak için önce diyalogun kurulması, ardından da herkesin çaba ve çalışmalarını aynı nokta üzerinde yoğunlaştırmaları gerçeği göz önüne alındığında; bu sonucun da tesadüf olmadığı gerçeği belirginleşmektedir.



Tablo 2: Kurum İçi İletişim Düzeyi

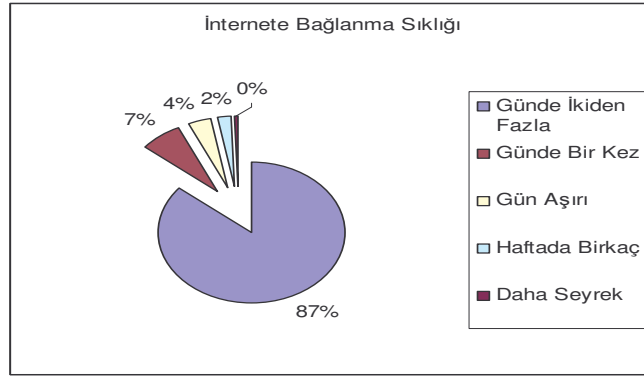
Yapılan çalışmanın sonuçlarından çıkan bir diğer temel gerçek; kurum içi iletişimin %41 lik oranla orta düzeylerde seyrettiğidir. Bunu temel nedenini yeni iletişim teknolojilerinin bir yandan hayatımızı kolaylaştırması ancak diğer yandan da yüz yüze kurulan diyalogları zayıflatması olarak ifade etmemiz mümkündür. Fakat yine de %31 lik dilimin kurum içi iletişimin iyi oranda seyrettiği kanaatinde olması bu sonucun içinde bireysel çabaların da etkili olduğu, yani kurulan iletişimin düzeyinin kişiden kişiye değiştiği sonucunu getirmektedir.



Tablo 3: Kurum İçi İletişimde En çok Tercih Edilen Araçlar

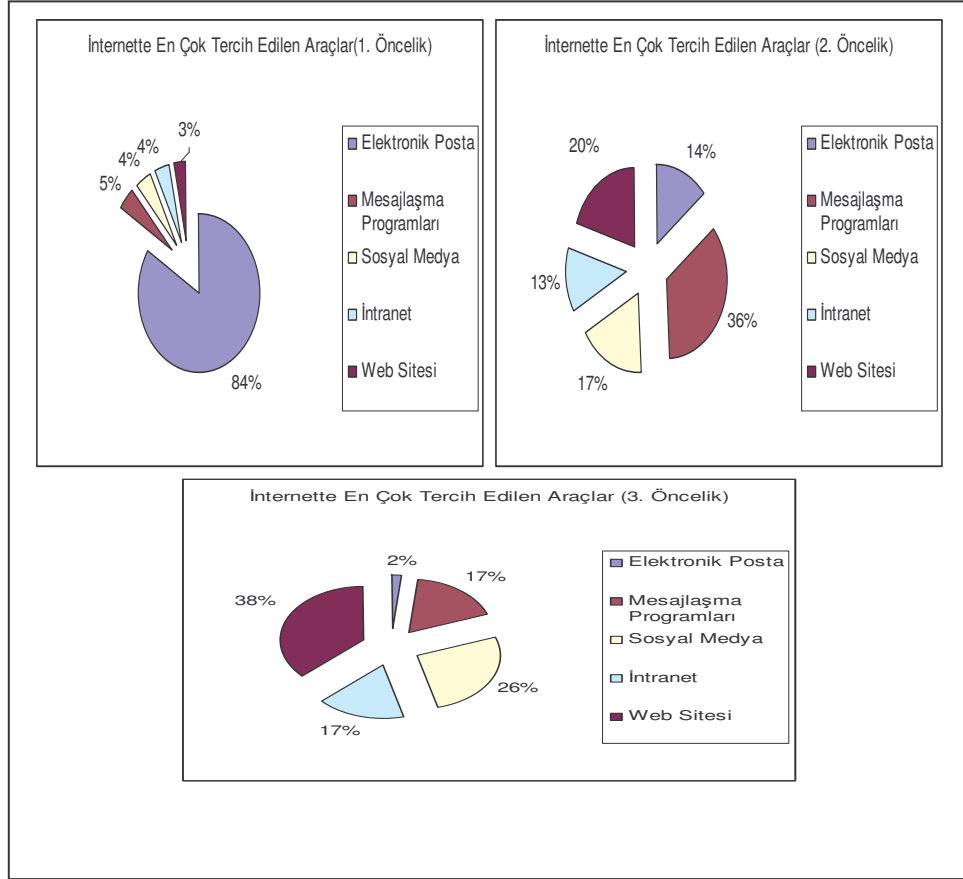


Kurum içinde kullanılan iletişim araçlarına bakıldığında; tüm akademik çalışanların önceliğini yüz yüze görüşmeler oluşturmaktadır. Bu durumun temel nedeni olarak da; yeni iletişim teknolojilerinin hayatımızdaki önemli boşlukları doldurmasına karşın kurum içi iletişimde henüz istenilen düzeyde kullanılmadığı gerçeği ortaya konmaktadır. %48 lik oran bunun bariz bir tespittir. İkinci önceliğin de toplantı ve seminerler olarak ortaya çıkışı bireylerin birtakım sorunların çözümüne varma noktasında; tartışarak, beraber çok sesli düşünerek hareket etmeyi tercih ettiklerini göstermektedir. Bu sonucu yeni iletişim teknolojilerinden kaynaklanan sorunlara/engellere de bağlamak olasıdır. Çünkü zaman zaman da olsa internet kesintileri v.b. nedenler birtakım kilit bilgilere zamanında ulaşamama sonucunu getirebilmektedir. Tüm bunlara bağlı olarak da; Bilgisayar-internetin %26 lık oranda üçüncü öncelikte yer alması ifade ettiğimiz noktaları doğrular niteliktedir.



**Tablo 4 :** Kurum İçi İletişimde İnternete Bağlanma Sıklığı

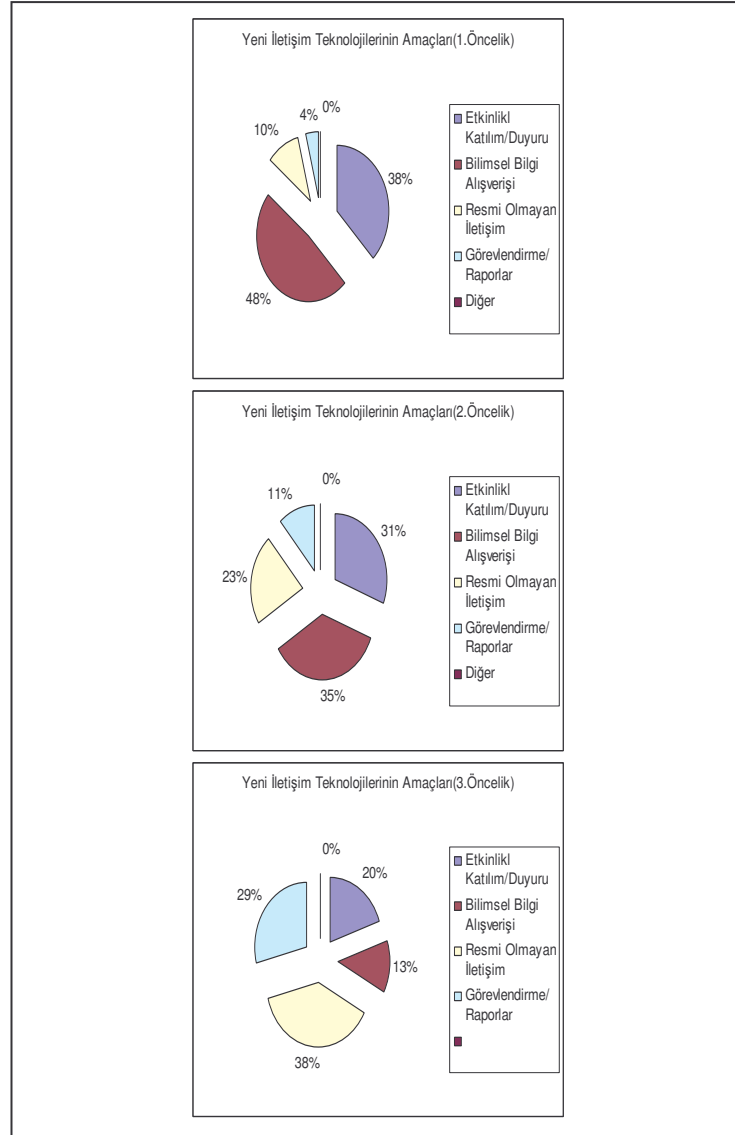
Tablodan da anlaşılacağı üzere; kurum içi aktarılması gereken birtakım bilgilere ulaşmada internet tercih edilen önemli bir bağlantı noktasıdır. Birtakım toplantıların, kurum içi ve kurumlar arası günlük duyuruların, seminer, kongre v.b. gelişmeye yönelik birtakım bilgilerin aktarılmasında akademik personel interneti fazlasıyla kullanmaktadır. %87'lik oran bunun göstergesidir. Ancak tartışma ve sonuca katılımcılık duygusuna varma noktasında yukarıda da belirtildiği üzere; yüz yüze görüşme ve bağlantılı olarak da toplantılar/seminerler bilgisayar-internetin önüne geçmektedir.



**Tablo 5:** Kurum İçi İletişimde İnternette Tercih Edilen Araçlar

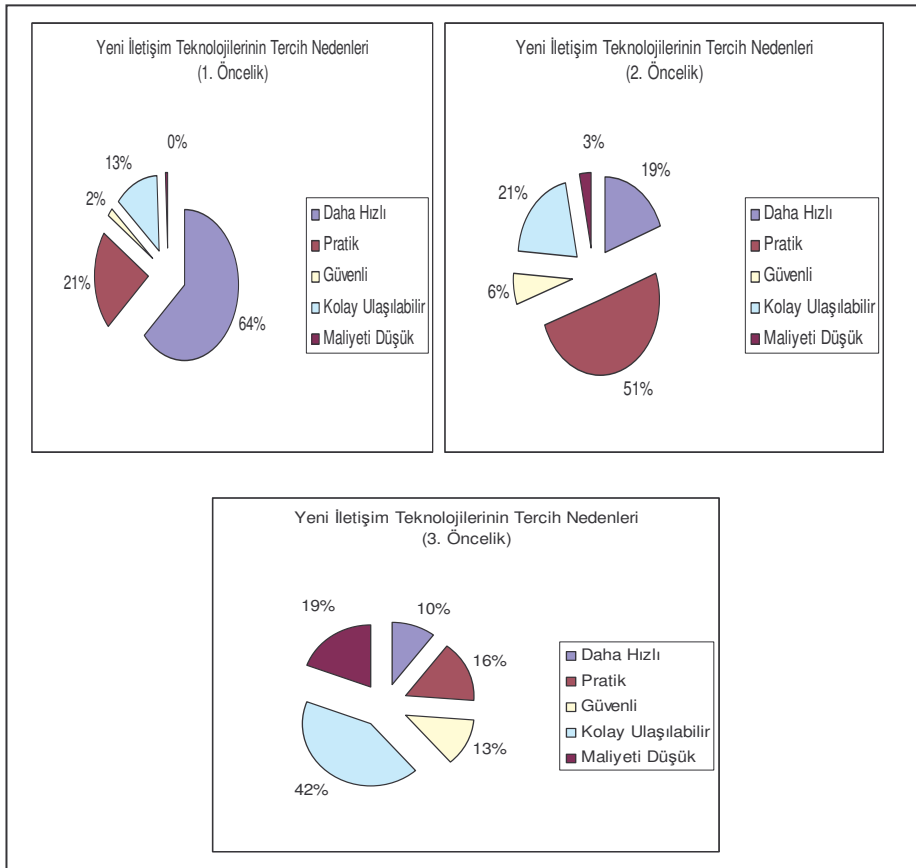
İnternet kullanıcısı olan bir kişinin diğer internet kullanıcılarına eş zamanlı olmadan mesaj, dosya, fotoğraf, video gibi içerikleri iletmesine imkan tanıyan bir iletişim aracı olan elektronik posta, internet üzerinde insanlar arasında bilgi paylaşımını sağlayan ve yaygın olarak kullanılan internet uygulamalarından biri olması nedeniyle akademik ortamda da en fazla rağbet gören aracı konumundadır. %84 lük yüksek dilim de bunu ispat eder niteliktedir. Diğer taraftan ise; bir kişiden diğer kişiye veya çok kişi arasındaki eşzamanlı iletişime olanak tanıyan mesajlaşma programları aracılığıyla kurum içi iletişim kimi zaman zirveye taşınmakta, önemli birtakım bilgiler saniyeler içerisinde çoğunluğa erişebilmektedir. Belirtilen gerekçeyle de ikinci öncelikte mesajlaşma programları %36 lık dilimle başı çekmektedir. Kişilere ya da kurumlara ait olan ve internet kullanıcıları tarafından ulaşılabilen bir iletişim panosu olan web siteleri ise bilginin

paylaşıldığı, duyuruların süratle aktarıldığı çalışanların ve kurum dışı kişilerin kurumla ilgili gelişmeleri takip ettikleri ortamlar olması nedeniyle giderek tercih edilir konuma geçmektedir. Nitekim üçüncü öncelikte %38'lik dilimle web sitelerinin ilk sırada yer alması anlatılanların realitede var olduğu gerçeğini göstermektedir.



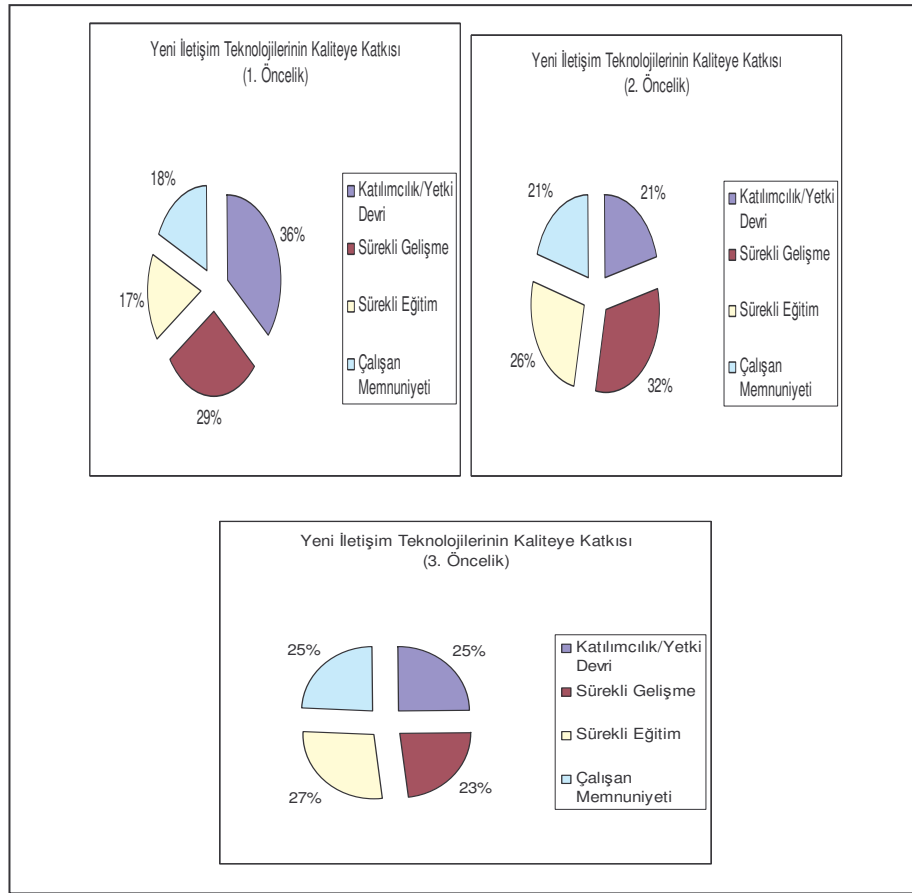
Tablo 6: Kurum İçi İletişimde Yeni İletişim Teknolojilerinin Amaçları

Yukarıda yüzdelerden de anlaşılacağı üzere; yeni iletişim teknolojileri sayesinde bilimsel bilgi alışverişi boyutunda ekonomide vurgulanan azalan verimler yasası terk edilmiştir. Çünkü bilginin değeri paylaşıldıkça artmaktadır ve yeni iletişim teknolojileri de bu artışa vesile olan önemli bir etken sıfatını hak etmiş bulunmaktadır. Nitekim akademik camia da bu görüşe katılmakta ve yeni iletişim teknolojilerinin kurum içinde öncelikli amacının bilimsel bilgi alışverişi olduğu noktasında birleşmektedir. Birinci öncelikte yer alan %48 lik dilim ile ikinci öncelikte yer alan %35 lik dilim bunun ispatıdır. Akademik camia için yeni iletişim teknolojilerinin kullanımının resmi olmayan yazışmalarda kullanımı, yani arkadaşlık, dostluk içerikli yazışmalar ise üçüncü öncelik kategorisinde yer almaktadır.



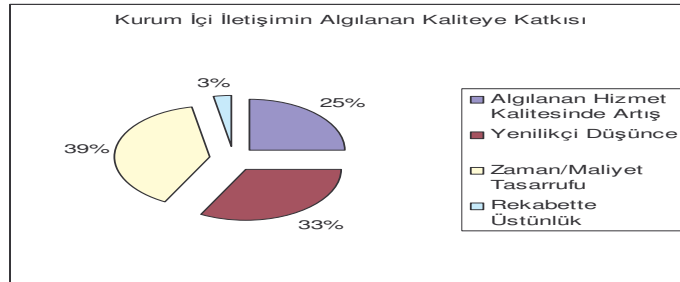
**Tablo 7:** Kurum İçi İletişimde Yeni İletişim Teknolojilerinin Tercih Nedenleri

Yeni iletişim teknolojileri gerek hızlı ve pratik gerekse de kolay ulaşılabilir olma hususunda gündelik yaşam pratiklerimizi değiştirmiştir. Çünkü yeni iletişim teknolojileri sayesinde, kurum içinde ulaşılması ivedilik arz eden bilgiler vakit kaybetmeden kurum çalışanlarına aktarılmakta ve bu sayede bir taraftan zamanlı işlerin tamamlanma süreci gecikmemekte diğer taraftan da kurumun imajı dış çevreye karşı korunabilmektedir. Yukarıda verilen oranlar da (birinci öncelikte %64, ikinci öncelikte %51 ve üçüncü öncelikte %42) işlevsellikte de belirtilen gerçeklerin varlığını koruduğunu göstermektedir.



**Tablo 8:** Kurum İçi İletişimde Yeni İletişim Teknolojilerinin Kaliteye Katkısı

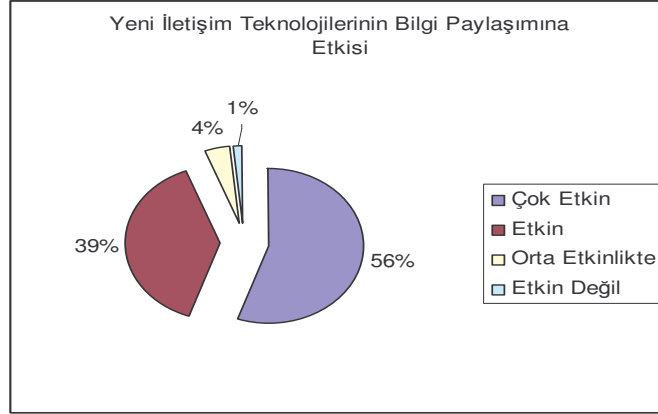
Kurum içi iletişimde kalitenin temel kriterleri denilince akla gelen en önemli kavramlar; katılımcılık/yetki devri, çalışan memnuniyeti, sürekli eğitim, sürekli gelişmedir. Katılımcılığın ve beraberinde yetki devrinin, yeni iletişim teknolojileri sayesinde sürat kazanacağı ve bunun da doğal olarak yapılan işlerin kalitesini olumlu yönde etkileyeceği gerçeği temel alındığında; akademik camianın da bu görüşü paylaştığı gerçeği birinci öncelikte görülen %36 lık orandan anlaşılmalıdır. İkinci öncelikte ise ilk yüzdelik dilim %32 lik oranla sürekli gelişmedir. Üçüncü öncelikte ise %27 lik oranla sürekli eğitim yer almaktadır. Üçüncü öncelikte; kalitenin temel kriterlerinin yüzdelik oranları birbirine çok yakın çıkmıştır. Çünkü hepsi birbirleriyle bağlantılı ve iç içedir. Ancak katılımcılığın ve paylaşımın olmadığı bir ortamda, çalışanların sürekli eğitim konusunda hemfikir olabilmeleri ve sürekli gelişme konusunda çaba ve çalışmalarını koordine edebilmeleri mümkün olmayacaktır. İşte bu nedenle de yeni iletişim teknolojilerinin kaliteye katkısı sorgulandığında katılımcılık ve yetki devrinin başı çekmesi son derece doğal bir sonuçtur.



**Tablo 9:** Kurum İçi İletişimin Dışarıdan Algılanan Kaliteye Etkisi

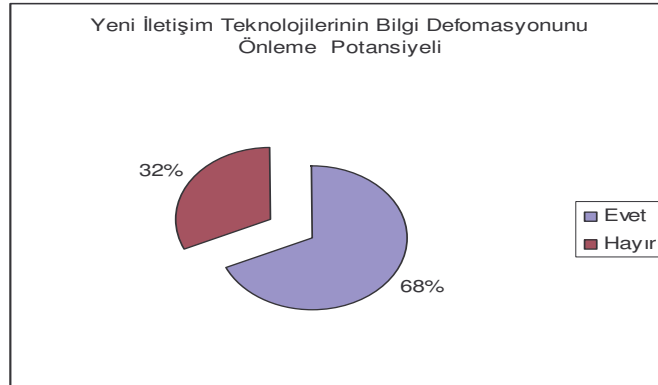
Kurum içi iletişimde kalite; yeniliklere, yeni düşüncelere açık olmak ile özdeşleşen bir kavramdır. Dolayısıyla kurum içi iletişimde başarılı olan kurumlar dışarıdan da vermiş oldukları hizmete istinaden toplum nezdinde olumlu bir imaj yaratmaktadırlar. Dolayısıyla sunmuş oldukları hizmet de yine toplum açısından kaliteli olarak algılanır. (%25 lik oran bunu göstermektedir.) Bu sebeple yenilikçi düşüncelere açık olmak kurum içi iletişimin algılanan kaliteye getirdiği önemli katkılardan biridir. %33 lük oran da buna işaret etmektedir. Ancak tüm bunların yanı sıra hepimizin bildiği önemli gerçeklerden biri de kurumların yaşam mücadelesi içinde zaman ve maliyete karşı giriştikleri savaştan başarılı çıkmak için ne kadar uğraş verdikleri gerçeğidir. Çünkü kurum içi iletişim zamanlı ve uygun maliyetli olduğu takdirde anlamlıdır ve kurumları ileri çizgiye taşımada önemli bir aracı konumundadır. Bu sebeple de en yüksek

oran olan %39'luk dilim zaman/maliyetten tasarruf olarak öne çıkmaktadır.



**Tablo 10 :** Kurum İçi İletişimde Yeni İletişim Teknolojilerinin Bilgi Paylaşımına Etkisi

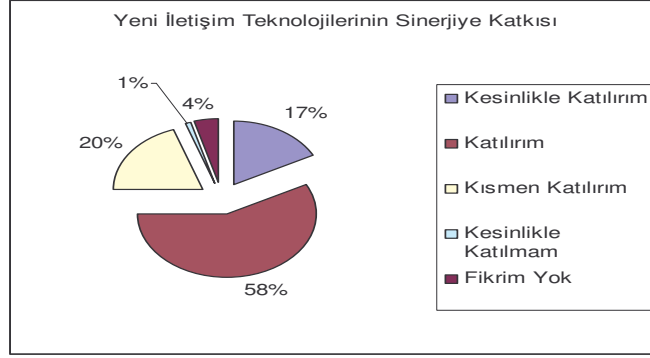
Daha önceki tablolarda da belirtildiği üzere; yeni iletişim teknolojilerinin akademik camia tarafından saptanan öncelikli amacı bilgi alışverişini gerçekleştirmektir. Dolayısıyla bilgi paylaşımına sürat kazandırdığı görüşü kendini hissettirmektedir. Nitekim %95 lik dilim (Etkin ve çok etkin yüzdelerinin toplamı) bunu tekrar doğrulamaktadır.



**Tablo 11:** Kurum İçi İletişimde Yeni İletişim Teknolojilerinin Bilgi Deformasyonunu Önleme Düzeyi

Kurum içinde zaman zaman da olsa ağızdan ağıza bilgilerin aktarılması esnasında; asıl aktarılmak istenilen konunun dışına çıkılabilmekte ve mesajlar ya da bilgiler gerçek anlamından uzaklaşabilmektedir. Ancak yeni iletişim teknolojileri sayesinde kullanıcı ile kurulan direkt iletişim, bilginin ya da mesajın belirtildiği gibi deforme

edilmesine ket vurmakta, aktarılmak istenen mesaj ya da bilgi gerçek anlamından uzaklaşmadan doğru noktaya iletilebilmektedir. %68 lik oran da akademik camia tarafından görüşün desteklendiğini ifade etmektedir.



Tablo 12: Kurum İçi İletişimde Yeni İletişim Teknolojileri/ Sinerji İlişkisi

Sinerji bütünü oluşturan parçaların toplamının bütünden daha fazla anlam/değer teşkil ettiğini ifade eden olgu olarak tanımlanmaktadır. Kurum içinde kullanılan yeni iletişim teknolojilerinin her birinin ayrı bir değer ve anlam yüklü olduğu gerçeği dikkate alındığında ya da farklı bir ifadeyle yeni iletişim teknolojilerinin yine her bir parçasının kurumu vizyon sahibi yapma, kurumun vücuda getirdiği ürünleri/hizmetleri kaliteli olmaya haiz kılma ve daha getirdiği pek çok katkı ayrı ayrı düşünüldüğünde; yeni iletişim teknolojilerinin sinerjik etki yarattığı gerçeği belirginleşmektedir. %75 lik oran da bu görüşün benimsendiği gerçeğini göstermektedir.

### Sonuç

İçinde bulunduğumuz yüzyılda yaşantımızın ayrılmaz bir parçası haline gelen, gündelik yaşam pratiklerimizi değiştiren yeni iletişim teknolojileri kurumlar arası iletişim yanında kurum içi iletişim olgusunun öneminin de daha fazla benimsenir olmasına hizmet etmektedir. Araştırma sonuçları genel anlamda değerlendirildiğinde de; kurum içi iletişim gerek çalışanlar arası diyalogun güçlü olması gerek yönetim-çalışan ilişkisinin olumlu seyretmesi gerekse tüm bunları gerçekleştirebilmek için ortak bir amaç etrafında bütünleşmeyi zorunlu kılmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinin kullanımının kurum içi iletişim adına yaygın hale gelmesi noktasında henüz istenilen mesafede yol kat edilmemiş gözükse de, araştırma sonuçlarından da anlaşılacağı üzere; akademik camianın, elektronik posta, mesajlaşma programları ve web sitelerinin kullanımına giderek artan oranda ilgi gösterir olması, zaman içerisinde yeni iletişim



teknolojilerinin tercih edilme yüzdelerinin artacağına işaret etmektedir. Akademik ortam içerisinde yeni iletişim teknolojilerinin öncelikli amacını bilgi alışverişi oluşturmaktadır. Nitekim enformasyon çağına geçişle birlikte bilginin hammadde, işgücü, sermaye, teknoloji den sonra öncelikli üretim faktörü olma konumuna hak kazanması, ekonomide azalan verimler yasasının tersine bir işleyişin sürat kazanmasına vesile olmakta ve bilginin değerinin paylaşıldıkça kümülatif olarak artması sonucunu getirmektedir. Yine araştırma sonuçları göstermektedir ki; yeni iletişim teknolojileri giderek katlanarak artan bu paylaşım sürecinde katalizör görevini görmektedir. Diğer taraftan zaman yerine konulamayacak bir hazinedir ve akademik ortamda da değeri ve yeri büyüktür. Yeni iletişim teknolojileri bilgilere hızlı, pratik ve kolay ulaşabilme noktasında en önemli yardımcıdır. Ve bu sayede oluşması imkan dahilinde olan boş zaman olgusunun kurumun lehine kullanılması noktasında yeni fırsatlar yaratabilmektedir. (Yeni yatırımlar, yeni projeler, yeni protokoller) Tüm bu hususların yanında alt yapısı doğru atılmış bir kurum için iletişim, kurumun kendi bünyesi içerisinde katılımçılık/yetki devrini sorun olmaktan çıkarmakta ve sürekli eğitime davetkar bir ortamı kurum çalışanlarına sunmakta, kurumun sürekli gelişme yolunda mesafe kat etmesinde aracı olmaktadır ki; tüm bunların oluşumunda yeni iletişim teknolojilerinin üstlendiği misyon son derece anlamlı ve yüküldür. Dolayısıyla yeni iletişim teknolojileri kalitenin oluşum sürecine de sağlam bir zemin hazırlamaktadır.

Kurumların hedefledikleri çizgiye uygun maliyet ve uygun zaman paralelinde ulaşmaları temeldir. Çünkü kurum için iletişim zamanlı ve uygun maliyetli olduğu takdirde anlamlıdır ve kurumları ileri çizgiye taşımada önemli bir aracı konumundadır. Bu sebeple de kurum için iletişimin dışarıdan algılanan kaliteye katkı sürecinde, maliyetli ve zamanlı hareket etmek esas alınmak durumundadır. Tüm bunların dışında yeni iletişim teknolojileri kurum için iletişimde bilginin deforme edilmesine kapıları kapamakta ve doğru bilginin zaman kaybetmeden ulaşmasına katkıda bulunmaktadır. Ayrıca yeni iletişim teknolojilerinin her birinin kuruma kazandırdığı noktalar paralelinde düşünüldüğünde de; yaratılan sinerjik etki kurumun potansiyel yaşamını garanti altına alma adına önem taşımaktadır.

#### KAYNAKÇA

- AKIN, Özcan(2001). *Toplam Kalite Yönetimi ve İnsan*, Bursa: Ezgi Kitabevi
- ASLAN, Kemal (2008). *Değişen Teknolojiler ve Habercilikte İstihbarat*, İstanbul: Anahtar Kitaplar
- AKAR, Hüsametdin (2004). "Yeni İletişim Teknolojileri ve Bu Teknolojilerin Halkla İlişkiler Çalışmalarında Kullanılması", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- CAMILLERI, Emanuel (2011). *Project Success: Critical Factors and Behaviours*, England: Gower Publishing Ltd.
- CORNELISSEN, Joep (2011). *Corporate Communication A Guide to Theory and Practice*, (3. Baskı), London: Sage Publications Ltd.
- ÇAKIR, Sinem, Yeygel ve EĞİNLİ, Ayşen, Temel (2010). *Memnun Çalışanlar Memnun Müşteriler*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- DİNÇER, Ömer (2003). *İşletme Yönetimine Giriş*, (6. Baskı), İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- FISKE, John (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş*, Çeviren: Süleyman İrvan, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- GERAY, Haluk (2003). *İletişim ve Teknoloji*, Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- GÜÇLÜ, Nezahat ve SOTIROFSKI Kseanela (2006). *Bilgi Yönetimi*, Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, Güz, 4 (4), s.351-371.
- HALİS Muhsin (2000). *Örgütsel İletişim ve İletişim Tatminine İlişkin Bir Araştırma*, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 14, Haziran, Sayı. 1 s.217-230.
- KAYA, Alim (2010). *Kişilerarası İlişkiler ve Etkili İletişim*, Ankara: Pegem Akademi.
- ÖZGEN, Murat, (2010). "Yönetim Olgusunda İletişim ve İnsan Öğesinin Yeri ve Önemi", *Rekabette Başarıya Giden Yol*, Editörler: Belma Güneri Fırlar, Pelin Dünder, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- PEHLİVANLOĞLU, Şenol (2006). *Toplam Kalite Yönetimi Sürecinde Kurum İçi İletişim Etkinliğinin Sağlanmasında Poka-Yoke Tekniği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- SABUNCUOĞLU, Zeyyat ve TÜZ Melek (2008). *Örgütsel Psikoloji*, Bursa: Alfa Aktüel Basım Yayın.
- SMITH Lynand MOUNTER Pamela (2008). *Effective Internal Communication*, London:KoganPage Ltd.
- TUTAR, Hasan (2009). *Örgütsel İletişim*, Ankara: Seçkin Yayınları.
- YATKIN, Ahmet (2003). *Toplam Kalite Yönetimi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- [http//en.wikipedia.org](http://en.wikipedia.org)  
[iletisimbilimleri.blogspot.com](http://iletisimbilimleri.blogspot.com)