



**T.C.
KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI**

**YAPISAL EŞİTLİK MODELİ İLE
ÖRGÜTSEL İLETİŞİM ETİĞİ ÖLÇEĞİ
GELİŞTİRME**

Mahsum TUMURBAĞA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**KAHRAMANMARAŞ
AĞUSTOS-2019**



**T.C.
KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI**

**YAPISAL EŞİTLİK MODELİ İLE
ÖRGÜTSEL İLETİŞİM ETİĞİ ÖLÇEĞİ
GELİŞTİRME**

**DANIŞMAN: Doç. Dr. Canan Gamze BAL
JÜRİ : Dr. Öğr. Üyesi Arif YILDIZ
JÜRİ : Dr. Öğr. Üyesi Necmettin GÜL**

Mahsum TUMURBAĞA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**KAHRAMANMARAŞ
AĞUSTOS-2019**

KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI

YAPISAL EŞİTLİK MODELİ İLE ÖRGÜTSEL
İLETİŞİM ETİĞİ ÖLÇEĞİ GELİŞTİRME

Mahsum TUMURBAĞA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Kod No :

Bu Tez /...../...../..... Tarihinde Aşağıdaki Jüri Üyeleri Tarafından
Oy Birliği / Oy Çokluğu ile Kabul Edilmiştir.

.....
Doç. Dr. Canan Gamze BAL
BAŞKAN

.....
Dr. Öğr. Üyesi Arif YILDIZ
ÜYE

.....
Dr. Öğr. Üyesi Necmettin GÜL
ÜYE

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Ahmet EYİCİL
Enstitü Müdürü

Bu çalışma Bilimsel Araştırma Projesi (BAP) tarafından desteklenmiştir.
Proje No: 2018/1-20 YLS

Not: Bu tez ve projede kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**YAPISAL EŞİTLİK MODELİ İLE ÖRGÜTSEL
İLETİŞİM ETİĞİ ÖLÇEĞİ GELİŞTİRME**

Mahsum TUMURBAĞA

Danışman : Doç. Dr. Canan Gamze BAL
Yıl : 2019 , Sayfa: 62+X
Jüri : Doç. Dr. Canan Gamze BAL (Başkan)
: Dr. Öğr. Üyesi Arif YILDIZ (Üye)
: Dr. Öğr. Üyesi Necmettin GÜL (Üye)

Örgütlerde teknoloji ne kadar gelişirse gelişsin bu teknolojinin kullanımı ve yönetimi insan gücüne bağlıdır. İşletme faaliyetlerinde süreklilik sağlayan en önemli faktör insandır. Bu noktada örgütlerde insan ilişkileri ve bu ilişkinin temel unsuru olan iletişim vazgeçilmez bir öneme sahiptir. Ortak bir amacı gerçekleştirmek için bir araya gelen bireyler, gruplar, topluluklar ve örgütler için iletişim hayati bir unsur haline gelmiştir. Örgütteki bireyler ve gruplar arasında olması gereken uygun etkileşimi sağlayan öge ise örgütsel iletişimdir. Örgütlerde iletişimin önemi fark edilmiş ve örgütsel iletişim ile ilgili çalışmalar yapılmış olup olumlu sonuçlar ortaya çıkmıştır. Ancak bir işletmede etik olmayan bir iletişim kısa dönemde etkili olsa da uzun dönemde olumsuz sonuçlara neden olmaktadır. Konu kapsamında örgütsel iletişim etiği ile ilgili ulusal ve uluslararası çalışmalar incelenmiş olup herhangi bir ölçeğe ulaşılamamıştır. Bu bağlamda çalışmanın temel amacı; örgütsel iletişim etiği adı altında ölçek geliştirmektir. Redding (1996)'in "Örgütsel İletişim Etiğinin 6 Tipolojisi'nin alt boyutlarını temel alarak, örgütsel iletişim etiğine yönelik maddeler hazırlandıktan sonra, uzman görüşleri neticesinde maddeler revize edilmiş ve anket formuna dönüştürülmüştür. Geliştirilen ölçek için tektstil firmalarındaki çalışanlara ilk aşamada 212, ikinci aşamada 143 anket uygulanmış, veriler IBM SPSS 21.0 istatistik programı ve Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) AMOS 21.0 programı aracılığıyla ile analiz edilmiştir. Ölçme aracının geliştirilmesi sürecinde açımlayıcı faktör analizine ve doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Analiz sonuçlarına göre, ölçeğin 14 maddeden ve 2 alt boyuttan oluştuğu belirlenmiştir. Bu boyutlar yıkıcı davranışlar ve yapıcı davranışlar olarak adlandırılmıştır. Açıklanan toplam varyans %66,469

olarak bulunmuş ve ölçeğin geçerlik çalışmaları kapsamında verilere doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Uyum indeksleri ($\chi^2/df=2,027$, RMSEA=.07, NFI=.94, CFI=.97, GFI=.92, AGFI=.88) değerlendirilerek modelin uyumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ölçeğin güvenirlik çalışmaları kapsamında Cronbach Alpha değeri ölçeğin geneli için (.910), alt boyutlarından yıkıcı davranışlar (.943) ve yapıcı davranışlar ise (.857) olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar örgütsel iletişim etiği ölçeğinin (ÖİEÖ) geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: İletişim, Örgütsel İletişim, Etik, İletişim Etiği, Örgütsel İletişim Etiği.



DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION
INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES
KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM UNIVERSITY

ABSTRACT

MA THESIS

**DEVELOPMENT OF ORGANIZATIONAL
COMMUNICATION ETHICS SCALE WITH
STRUCTURAL EQUALITY MODEL**

Mahsum TUMURBAĞA

Supervisor : Doç. Dr. Canan Gamze BAL
Year : 2019 , Pages: 62+X
Jury : Assoc. Prof. Dr. Canan Gamze BAL (Chairperson)
: Asst. Prof. Dr. Arif YILDIZ (Member)
: Asst. Prof. Dr. Necmettin GÜL (Member)

No matter how advanced technology is in organizations, the use and management of this technology depends on manpower. The most important factor that provides continuity in business activities is human. At this point, human relations in organizations and communication, which is the basic element of this relationship, have an indispensable importance. Communication has become a vital element for individuals, groups, communities and organizations coming together to achieve a common goal. Organizational communication is the element that provides appropriate interaction between individuals and groups in the organization. The importance of communication in organizations has been realized and studies on organizational communication have been made and positive results have emerged. However, unethical communication in an enterprise may be effective in the short term but may cause negative results in the long term. National and international studies on organizational communication ethics were examined within the scope of the subject and no scale could be reached. In this context, the main purpose of the study; organizational communication ethics is developed under the name of the scale. For the developed scale, 212 questionnaires were applied to the employees in the first stage and 143 questionnaires in the second stage and the data were analyzed with IBM SPSS 21.0 statistical program and Structural Equation Modeling (SEM) AMOS 21.0 program. During the development of the measurement tool, it was subjected to exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis. These dimensions are called destructive behaviours and constructive behaviours. The total variance explained was found to be 66.469% and confirmatory factor analysis was applied to the data within the

scope of the validity studies of the scale. The fit indices ($\chi^2/df= 2,027$, $RMSEA=.07$, $NFI=.94$, $CFI=.97$, $GFI=.92$, $AGFI=.88$) were evaluated and the model was found to be concordant. With in the scope of reliability studies, Cronbach alpha value has been found (.910) for the overall scale, (.943) for the destructive behaviours from subdimensions, (.857) for the constructive behaviours. These results show that the organizational communication ethics scale (OCES) is a valid and reliable scale.

Key Words: Communication, Organizational Communication, Ethics, Ethics of Communication, Ethics of Organizational Communication.



ÖN SÖZ

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında, “Yapısal Eşitlik Modeli İle Örgütsel İletişim Etiği Ölçeği Geliştirme” adlı bu yüksek lisans tezinde amaç; örgütsel iletişim etiği adı altında ölçek geliştirmektir. Uzun ve özverili bir çalışmanın neticesinde oluşturulan bu tez çalışmasında yanımda olan ve desteklerini esirgemeyen pek çok kişiye teşekkürü borç bilirim.

Bu çalışmanın gerçekleştirilmesinde yol gösterici kişiliği, anlayışı, destekleyici, umutsuzluğa kapıldığımda motive eden, yardım ve önerileri ile bana yol gösteren, çalışmanın her aşamasında tecrübesi ve fikirleri ile çalışmanın kolaylaşmasını sağlayan, SPSS ve Yapısal Eşitlik Modeli gibi istatistik programlarındaki bilgilerini bana aktararak öğrenmemde çok büyük katkısı olan ve kişisel sorunlarımda bana destek olan, gerçek sevginin kan bağından gelmediğini bana gösteren saygıdeğer kıymetli danışman hocam Doç. Dr. Canan Gamze BAL’a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Bu çalışmamda takıldığım yerlerde bilgi ve deneyimlerini aktaran, çalışmanın en önemli aşamalarında fikirleriyle çalışmaya yön veren, çalışmada kullanılmak üzere gerekli olan kaynakları benimle paylaşan, yardımlarıyla çalışmanın kolaylaşmasını sağlayan, bana gerek yardımları gerek önerileriyle sürekli katkıda bulunan çok değerli hocam Necmettin GÜL’e,

Günlük hayattaki problemlerimde olsun, sevinçlerimde olsun her anımı paylaşan, sıkıntılarımda azaltan, bilgi ve deneyimlerini sürekli benimle paylaşan, çalışmanın literatürünü sabırla baştan sona kadar okuyup gerekli gördüğü yerlerde düzelterek katkıda bulunan, her sıkıştığımda yardımsever kişiliğiyle yardımına koşan, aynı zamanda çok iyi bir arkadaş da olduğunu gösteren, kibar ve mütevazî kişiliği ile “iyi ki tanımışım” dedirten çok değerli hocam Gökçen AVCU’ya,

Her zaman yanımda olduklarını hissettiren, araştırmanın veri toplama sürecinde destek olan çok değerli dostlarımla Ali KARGIN, Ümran ÖKDEM, Zahide AKDOĞAN ve Rasim IŞIK hocama,

Son olarak beni bugünlere getiren, her zaman destekleyen, sevgili aileme özellikle yüksek lisans eğitimim boyunca sevgiyle, sabırla, fedakarlıkla ve anlayışla hep yanımda olan anne ve babama sonsuz teşekkürlerimi ve sevgilerimi sunarım.

Mahsum TUMURBAĞA
Ağustos-2019
Kahramanmaraş

İÇİNDEKİLER

ÖZET	I
ABSTRACT.....	III
ÖN SÖZ	V
İÇİNDEKİLER	VI
TABLolar LİSTESİ.....	IX
ŞEKİLLER LİSTESİ	X
1. GİRİŞ	1
2. KONU İLE İLGİLİ ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR.....	3
3. İLETİŞİM KAVRAMI VE SÜRECİ.....	12
3.1. İletişimin Tanımı	12
3.1.1. İletişimin Amacı ve Önemi	14
3.1.2. İletişimin Temel Özellikleri	14
3.2. İletişim Süreci	15
3.2.1. Kaynak (Gönderici)	15
3.2.2. Mesaj (İleti)	16
3.2.3. Kodlama ve Kod Açma	17
3.2.4. Kanal.....	17
3.2.5. Alıcı (Hedef).....	18
3.1.6. Geri Bildirim (Feedback)	18
3.1.7. Gürültü.....	19
4. İLETİŞİMİN TÜRLERİ VE ŞEKİLLERİ.....	20
4.1. İletişim Türleri	20
4.1.1. Sözlü İletişim.....	20
4.1.2. Sözsüz İletişim.....	21
4.1.3. Yazılı İletişim	21
4.2. İletişim Şekilleri	22
4.2.1. Kişinin Kendisi İle İletişimi	22
4.2.2. Kişilerarası İletişim	23
4.2.3. Grup İletişimi.....	23
4.2.4. Örgütsel İletişim	24
4.2.5. Kitlesele İletişim	24
5. ÖRGÜTSEL İLETİŞİM	26
5.1. Örgütsel İletişimin Tanımı ve Anlamı	26
5.2. Örgütsel İletişimin İşleyişi	27

5.2.1. Biçimsel (Formel) İletişim Yöntemleri	27
5.2.1.1. Dikey İletişim.....	28
5.2.1.2. Yatay İletişim.....	29
5.2.1.3. Çapraz İletişim	29
5.2.2. Biçimsel Olmayan (Informel) İletişim Yöntemleri	30
6. ÖRGÜTSEL İLETİŞİM ETİĞİNİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ.....	33
6.1. Yönetimsel ve Örgütsel Açısından Etik.....	34
6.2. Örgütsel İletişim Etiği	35
6.3. Örgütsel İletişim Etiği ile İlgili Bulgular	37
6.3.1. Örgütsel İletişimde Reinsch'in Dokuz Temel Etik Bulguları	37
6.3.2. Redding'in Etik Olmayan Örgütsel İletişim Tipolojisi	37
6.3.2.1. Zorlayıcı	37
6.3.2.2. Yıkıcı.....	38
6.3.2.3. Aldatıcı.....	38
6.3.2.4. Müdahaleci.....	39
6.3.2.5. Gizli.....	39
6.3.2.6. Manipülatif-Sömürüye Dayalı	39
6.3.3. Montgomery ve DeCaro Etik Performans İyileştirme Perspektifi	40
7. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	41
7.1. Araştırmanın Amacı	41
7.2. Araştırmanın Önemi.....	41
7.3. Evren ve Örneklem	42
7.3.1. İlk Verinin Toplanması.....	42
7.3.2. İkinci Verinin Toplanması (Farklı Örnekleme).....	42
7.4. Madde Havuzu Oluşturma Süreci	42
8. BULGULAR.....	44
8.1. İlk Verinin Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)	44
8.2. İlk Verinin Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)	46
8.3. İlk Veriye İlişkin Güvenirlik ve Geçerlilik	48
8.4. İlk Veriye İlişkin Korelasyon Analizi	49
8.5. İkinci Verinin Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA).....	49
8.6. İkinci Verinin Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)	51
8.7. İkinci Veriye İlişkin Güvenirlik ve Geçerlilik	52
8.8. İkinci Veriye İlişkin Korelasyon Analizi	52
9. SONUÇ VE TARTIŞMA	53
KAYNAKLAR	55

ÖZ GEÇMİŞ
EKLER



TABLULAR LİSTESİ

<u>Tablolar</u>	<u>Sayfa</u>
Tablo 8.1. KMO ve Bartlett Testi Sonuçları.....	44
Tablo 8.2. Özdeğer İstatistiğine Bağlı Faktör Sayısı.....	45
Tablo 8.3. Nihai Ölçek Maddelerinin Faktörlere Göre Dağılımları.....	46
Tablo 8.4. Doğrulayıcı Faktör Analizinin Uyum İndeksleri.....	47
Tablo 8.5. Güvenilirlik Analizi.....	48
Tablo 8.6. Ölçeğin toplamı ve Alt boyutlarına İlişkin Korelasyon Analizi.....	49
Tablo 8.7. KMO ve Bartlett Testi Sonuçları.....	49
Tablo 8.8. Özdeğer İstatistiğine Bağlı Faktör Sayısı.....	50
Tablo 8.9. Nihai Ölçek Maddelerinin Faktörlere Göre Dağılımları.....	50
Tablo 8.10. Doğrulayıcı Faktör Analizinin Uyum İndeksleri.....	51
Tablo 8.11. Güvenilirlik Analizi.....	52
Tablo 8.12. Ölçeğin toplamı ve Alt boyutlarına İlişkin Korelasyon Analizi.....	52

ŞEKİLLER LİSTESİ

<u>Sekiller</u>	<u>Sayfa</u>
Şekil 3.1. İletişim Süreci.....	15
Şekil 5.1. Formel İletişim Kanalı.....	28
Şekil 8.1. Doğrulayıcı Faktör Analizi Modeli (DFA).....	47
Şekil 8.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi Modeli (DFA).....	51



1. GİRİŞ

Günümüzde örgütlerin hızla gelişmesi ve küresel bir düzlemde iş yapmaları, iletişimin önemini artırmaktadır. Bugün örgütsel düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimine dayalı bir rekabet yaşanmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojisi alanında daha ileride olanlar söz konusu rekabette üstün olacaklardır (Tutar vd., 2017: 5).

Küreselleşmenin her geçen gün arttığı dünyada kamu ve özel sektörde başarıya ulaşmanın yolu örgütsel yapı içerisinde temelde iyi bir iletişim ağı (communication network) kurmaktan geçer. Örgüte göre dayanıklı bir iletişim şekli kurulmadığı zaman oluşacak aksaklıkların örgüt başarısını etkilemesi kesindir. İletişim çeşit ve modelleri kuruluş yapısına uyacak şekilde seçilmelidir (Aziz, 2010: 155)

Örgütler arasındaki rekabetin artmakta olduğu iş hayatında örgütlerin üstünlük sağlamasına katkı sağlayan temel etkenlerin de değişiklik göstermesi ile rekabette başarıya ulaşmanın yalnızca çağa uygun pazarlama, araştırma geliştirme ve teknoloji vb. unsurlar ile gerçekleştirilemeyeceği fark edilmiştir. Önce insan düşüncesinin başarının merkezinde yer almaya başlaması ile örgütsel iletişim konusu da gündeme gelmiştir. Bir örgüt içerisindeki personellerin kendi aralarında ve farklı örgüt personelleri ile kurdukları iletişim örgütsel iletişim olarak adlandırılmaktadır.

Örgüt-birey ilişkisi üzerine yapılan araştırmalar artan bir şekilde iletişimin önemini vurgulamaktadır. Ortak bir amaç etrafında örgütsel yapı içinde buluşan insanlar arasında iletişim hayati bir önem taşır. Çalışanlar ihtiyaçlarını, düşüncelerini, amaçlarını, birikimlerini birbirlerine aktarmak zorundadırlar. İletişim bu anlamda bilginin paylaşıldığı, etkinliklerin koordine edildiği ve daha etkin kararlar alma anlamına gelmektedir. Bu yönüyle iletişim yönetimden bağımsız olarak düşünülmediği gibi, iletişimden bağımsız bir örgüt yönetimi de düşünülemez. İletişim örgütlerin amaçlarına ulaşmasında çok önemli bir araç haline gelmiştir. Dolayısıyla iletişim yeteneği örgütler için önemli bir güçtür. Yapılan araştırmaların neticesinde örgütsel iletişimin örgüt-çalışan performansı, etkinlik-verimlilik, iş doyumu, örgütsel sadakat ve bağlılıkla ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır (Tutar, 2009: 43).

Küreselleşen dünyada günümüz işletmeleri için en önemli konulardan biri olan etik, birey ve grupların davranışlarını organize eden ilkeler topluluğu olarak tanımlanabilir. Neyin iyi veya kötü ve neyin doğru veya yanlış olduğunu kıyaslamayı ve iyi veya doğru olanı seçmeyi prensip durumuna getirmek etik kavramının klasik tanımlarındandır. Doğru bir şekilde uygulanmayan yönetim yolları, finansal skandallar ile birlikte yaşanan başarısızlıklar, bilinçli duruma ulaşan tüketiciler ve sivil toplum kuruluşlarının güçlenmesi neticesinde işletmelerin sürdürülebilir başarının ne anlam taşımakta olduğunu araştırmaları gereklidir. Bu kapsamda etik işletmelerden ayrı düşünülemez.

İletişim ile etik kavramları birbirini tamamlayan iki kavram olarak, iletişim olgu ve sürecini, iletilerin bir kaynaktan alıcılara, tutum ve davranış değişikliği yaratmak için iletilmesi olarak tanımlandığı zaman, iletilen mesaj etik kavramını da beraberinde getirmektedir. Mesajın yanlış olmaması, yanlış olmayan mesaja doğru geribildirim gelmesi ve iletişim sürecinin bu doğru başlangıç ekseninde devam ettirilmesi beklenir (Aziz, 2010: 163).

Ortakça sahip olunanla kişiye ait olanı ayırmak olarak tanımlanan iletişim etiği ile kişiler arasındaki iyi iletişim işaret edilmektedir. İletişim etiği, değerler manzumesine saygı göstererek bilgiyi diğer kişiye iletme ve karşılıklı konuşmadır. Bilgi iletiminin etik olabilmesi, kişinin, bedeni ve ruhi yönden değerlere saygı göstermesiyle

gerçekleşir. Bu durumda iletişimin etik olup olmadığına kişinin kendisi karar vermektedir.

Etik olgusu, çeşitli iletişim türlerinde farklı önemdedir. Kişilerarası iletişimde etik konusu, iletişimde bulunan iki tarafı ilgilendirir ve etkiler. Ancak, iletişimin giderek sayısal çokluğu da içeren daha önce de ifade edildiği gibi farklı türleri de vardır; gruplararası iletişim, kitlesel iletişim, kültürlerarası iletişim, örgütsel iletişim. Bu açıdan örgütlerde etik dışı mesajların verilmesi; bir diğer deyişle, doğru mesajın verilmemesi, örgütte bütün faaliyetleri etkileyecek ve sonuç olarak olumsuz etkisi de geniş olacaktır.

Araştırma dokuz bölümden oluşmaktadır. Araştırmanın birinci bölümünde; konuyu tanıtmaya amaçlı giriş yapılmıştır. İkinci bölümde; ulusal ve uluslararası literatür taranarak konuya ilişkin yapılan önceki çalışmalar özetlenmiştir. Üçüncü bölümünde; iletişim kavramı ve sürecinin, dördüncü bölümünde; iletişimin türleri ve şekillerinin, beşinci bölümünde; örgütsel iletişimin, altıncı bölümünde; örgütsel iletişim etiğinin literatüründen detaylı bir şekilde bahsedilmiştir. Yedinci bölümünde; araştırmanın yöntemine, sekizinci bölümünde; araştırmanın bulgularına, dokuzuncu ve son bölümünde ise; sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

2. KONU İLE İLGİLİ ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Halis (2000), “Örgütsel İletişim ve İletişim Tatminine İlişkin Bir Araştırma” isimli makalesinde bulgular, örgütsel iletişimin iş doyumu bakımından önemine vurgu yapılarak örgütsel iletişim başarısının ve iletişim tatmininin yaş, eğitim ve cinsiyete bağlı olarak değişeceği yönündedir.

Gizir (2002), “Üniversite ile İletişim Bir Durum Çalışması, Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi” isimli makale çalışmasında, öğretim elemanlarının bakışları doğrultusunda kendi bölümleri içinde, aynı fakülte içindeki diğer bölümlerle ve üniversitenin diğer bölümleri ile ilgili yaşadıkları iletişim sorunlarını ve bunlara ilişkin çözüm önerilerini içerik analizi yöntemi ile çözümleyerek öğretim elemanlarının iş ve genel bölüm içi iletişimlerinde ve iletişim kurallarıyla ilgili önemli sorunları olduğuna ulaşılmış olup bununla birlikte iletişim sorunları ve bu iletişim sorunlarına önerilen çözüm yolları bakımından bölümler arasında benzerliklerin yanı sıra farklılıklar da bulunmuş olması ulaşılan sonuçlardır.

Bakan ve Büyükbeşe (2004), “Örgütsel İletişim ile İş Tatmini Unsurları Arasındaki İlişkiler: Akademik Örgütler İçin Bir Alan Araştırması” isimli makale çalışmasında, üniversitede çalışan akademik personelin iş tatminlerini etkilediği düşünülen işin niteliği, kurum imajı, yönetici, yönetsel yaklaşım, çalışma arkadaşları ve ücret değişkenleri ile iletişim boyutu arasındaki ilişki incelenmiştir. Anket yöntemi kullanılmış olan araştırma sonucunda iletişim ile işin özelliğinden, kurum imajından, yöneticilerden, yönetsel yaklaşımdan, çalışma arkadaşlarından tatmin arasında anlamlı ilişki bulunmuş, ancak iletişim ve ücret arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Pehlivan (2005), “Öğretmen Adaylarının İletişim Becerisi Algıları Üzerine Bir Çalışma” adlı makale çalışmasında, Hacettepe Üniversitesi, sınıf öğretmenleri adaylarının iletişim becerisi algılarının sınıf düzeyleri ve cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediğini incelemiş olup 592 aday öğretmen üzerinde uygulanan araştırma sonucunda; öğretmen adaylarının iletişim becerisi algılarının oldukça yüksek olduğu ve adayların algıları arasında cinsiyetlerine göre bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Cansu (2006), “Örgüt Kültürü ile Örgütsel İletişim İlişkisi ve Bir Şirket Uygulaması” adlı yüksek lisans tezi çalışmasında günümüzde önemini halen koruyan hatta globalleşme ve artan rekabet ortamında yönetim biliminin daha da çok önem verdiği örgüt kültürünün örgütsel iletişim ile ilişkisi araştırılmıştır. Anket çalışması bulgu ve değerlendirmeleri sonucunda örgüte yeni katılan çalışanların, örgüt içi iletişim yoluyla, örgüt hakkında bilgilendirilmeleri ile çalışanların görevlerine uyum sağlaması arasında, örneklem sınırları içinde anlamlı bir ilişki ortaya çıkmıştır.

Bowen (2006), “İletişimde Özerklik: Stratejik Yönetim ve Etik Karar Vermeye Dahil Etme, Karşılaştırmalı Vaka Analizi” adlı makale çalışmasında amaç, özerklik ile ilgili üç perspektifi (iletişim yönetimi veya halkla ilişkiler özerkliği, yönetim teorisinde özerklik ve ahlak felsefesinin özerkliği) incelemektir. Dünya çapındaki iki organizasyonda iletişim özerkliği 43 görüşme, gözlem ve belge analizi ile incelenmiştir. Özerkliği etkileyen ve bunlara katkıda bulunan faktörler tartışılmıştır. “Özerklik, stratejik yönetimde en iyi şekilde katkıda bulunmak ve halkla ilişkiler işlevinde etik danışman olarak hareket etmek için gereklidir. Her iki durumda da özerklik, bir organizasyon içindeki iletişim işlevinin boyutuna ve halkla ilişkilerin meslek olarak geliştirilmesine katkıda bulunur. Özerklik, halkla ilişkiler akademisyenlerinin araştırma gündeminde ve iletişim profesyonellerinin birincil hedefi olmalıdır” sonucuna ulaşılmıştır.

Başıyigit (2006), “Örgütsel İletişimin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi” adlı yüksek lisans tezinde, iş görenlerin örgüt içindeki iletişimlerinin, örgütsel bağlılık oluşumuna etkilerini anket uygulaması yoluyla incelenmiştir. Çalışmanın varsayımını ispatlamaya yönelik olarak yapılan anket ile iletişimle duygusal bağlılık arasında pozitif doğrultuda güçlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yalçinkaya (2007), “Yöneticilerin İletişim Becerilerinin Çalışanların Yaratıcılıklarının Ortaya Çıkması, Yöneticiye Güven ve Örgütte İşbirliği Ruhunun Gelişmesine Etkisinin İncelenmesi: Kütahya Porselen ve Cam Sektöründe Bir Uygulama” adlı yüksek lisans tezinde, yöneticilerin iletişim becerilerinin çalışanlar üzerindeki etkileri araştırılmış ve çalışmanın bulgularına göre, yöneticilerin iletişim yeteneklerini etkin kullanmalarının yöneten kişiye güven, çalışmakta olanların yaratıcılıklarının ortaya çıkması ve çalışanların örgütte işbirliği bağının gelişmesine anlamlı yönde etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Gülınar (2007), “Araştırma Görevlilerinin İş Tatminini Sağlama Aracı Olarak Örgütsel İletişim ve İletişim Doyumu: Kamu ve Özel Üniversite Karşılaştırması” adlı doktora tezi çalışmasında, kamu ve vakıf üniversitelerindeki araştırma görevlilerinin iletişim doyumunu ve iş tatmini kaynaklarını ortaya koymakla birlikte kaynakların genel, kamu ve vakıf örneklerinde yer alanlara farklılık göre gösterip göstermediğini test etmeyi amaçlamıştır. Çalışma kapsamında 16 kamu üniversitesinde çalışan toplam 4.664 araştırma görevlisine elektronik posta gönderilmiştir. Sonuç olarak, kamu üniversitelerinde yer alan araştırma görevlileri orta düzeyde iletişim doyumuna sahipken, vakıf üniversitelerindeki araştırma görevlilerinin yüksek düzeyde iletişim doyumuna sahip oldukları, vakıf üniversitelerindeki araştırma görevlileri orta düzeyde iş tatminine sahipken, kamu üniversitelerinde araştırma görevlilerinin düşük düzeyde iş tatminine sahip oldukları bilgilerine ulaşılmıştır.

Tuna (2008), “Örgütsel İletişim Sürecinde Yöneticilerin Duygusal Zeka Yeterlilikleri” isimli doktora tezi çalışmasındaki amacı; yöneticilerin sahip oldukları duygusal zeka yeterliliklerinin örgütsel iletişim sürecine bakışlarında; çalışanlarla ve diğer yöneticilerle iletişimlerinde ne ölçüde etkili olduğuna yönelik genel durumu belirleyerek, ortaya çıkan sonuçlar doğrultusunda öneriler geliştirmektir. Araştırma, İzmir’de Yaşar Holding kapsamındaki kağıt, gıda ve tarımsal üretim şirketlerinde yönetimde yer alan üst ve orta basamak yöneticilerini kapsamakta olup anket uygulanan araştırma sonucunda bulgular; yöneticilerin ve çalışanların duygusal zekâ yeterliliklerini geliştirme adına yeni politikalar ve eğitim programlarının oluşturulmasının faydalı olacağı görülmüş olmakla birlikte duygusal zekâ yeterliliklerinin kalıtsal bir yapıda olmayıp, öğrenilerek geliştirilebilir olduğu saptanmıştır.

Dilekmen vd., (2008), “Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin İletişim Becerileri” adlı makale çalışmasında, eğitim fakültesi öğrencilerinin iletişim yeteneklerinin cinsiyet, sınıf kademesi ve bölüm değişkenleri bakımından incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada 2007-2008 Öğretim yılında Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi’nde Sınıf Öğretmenliği, ilköğretim Matematik, Fen Bilgisi, Psikolojik Danışma ve Rehberlik Anabilim Dalı’nda öğrenimlerine devam eden 283 öğrenciye anket uygulanmış olup bulgular öğrencilerin iletişim yeteneklerinde cinsiyete ve sınıf kademesine göre anlamlı bir fark bulunmadığı yönündedir. Bir diğer bulgu ise üniversite öğrencilerinin iletişim yeteneklerinde bölümler arası anlamlı bir fark bulunmuştur.

Bambacas ve Patrickson (2009), “Assessment of Communication Skills in Manager Selection: Some Evidence from Australia” adlı çalışmada amaç; kuruluşların özellikle iletişim becerilerini personel seçiminde ve personelinin gelişiminde kilit bir

kriter olarak kullandıklarını tespit etmektedir. Rapor, Güney Avustralya'daki büyük ila orta ölçekli kuruluşlarda üst düzey inşa kaynakları yöneticileri ile yapılan yarı yapılandırılmış nitel görüşmelerden elde edilen ampirik bulguları sunmaktadır. Bu çalışma, insan kaynakları uygulayıcılarının iletişim becerilerini genel bir liderlik fikri altında topladıkları gibi gördüklerini ortaya koymaktadır. Açıkça iletişim becerilerini hedef alan belirli programlar bildirilmemiştir. Bulgular, kişilerarası, sözlü, yazılı ve dinleme becerileri gibi yönetici personel için iletişim becerilerine katkıda bulunmuştur. Ayrıca, iletişim becerilerinin geliştirilmesinde eğitim denetimine zaman ayrılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Svensson ve Wood (2009), “Kamu Etiği Kurallarının Uygulanması, İletişimi ve Faydaları: İsveç’in Uzunlamasına Bir çalışması” adlı makale çalışmasında amaç, İsveç kamu sektöründe etik kuralların uygulanması, iletişimi ve yararlarını incelemektir. Araştırma, 2001-2002 ve 2005-2006 yıllarında İsveç’in en büyük kamu sektörü organizasyonlarında etik kuralların etkenlerini incelemiştir. “İsveç’teki en büyük kamu sektörü kuruluşlarından sadece birkaçı, etik kurallara sahiptirler. Bu durum İsveç toplumunu ilgilendiren şu andaki yargı mevzuatı ile açıklanabilir. Etik ahlak kuralları hem son zamanlarda hem de kısmen yıllar önce kurulmuştur. Ayrıca etik kuralların kamu kurumlarının operasyonlarını olumlu yönde etkilediğine dair güçlü bir kanaat olduğu” sonucuna ulaşılmıştır.

Hales (2009), “Bilgisayar Aracılı İletişim Yoluyla İlişkisel Bakımda Etik Konular” adlı makale çalışmasında amaç, bilgisayar aracılı iletişimin (CMC) sahip olduğu ve kişilerarası ilişkilerin sürdürülmesine olabilecek bazı etkilerini keşfetmektir. İlişkisel bakım kavramsal çevresi ve CMC ve etiğe ilişkin olarak araştırılmıştır. Bu çalışmada, güncel literatür incelenerek ve bu alanlarla ilgili bir pilot çalışma yapılmıştır. Pilot çalışmada, lisans öğrencilerine platonik olmayan uzun mesafe ve kısa mesafe ilişkileri ölçmek amacıyla anket dağıtılmıştır. Sonuç olarak, CMC’nin ilişkileri korumak için kullanımının artmasıyla bu ortamdaki etik olmayan davranışın potansiyel artışı gözlemlenmektedir.

Karcioğlu vd., (2009), “Örgütsel İletişim ve İş Tatmini İlişkisi Bir Uygulama” adlı makale çalışmasında amaç, örgütsel iletişim ile iş tatmini arasındaki ilişkiyi belirlemektir. 247 hemşire üzerinde ile gerçekleştirilen çalışma sonunda örgütsel iletişim ve iş tatmini arasında anlamlı bir ilişki olduğu bilgisine ulaşılmıştır.

Kösterelioğlu ve Argon (2010), “Okul Yöneticilerinin İletişim Sürecindeki Etkililiğine İlişkin Öğretmen Algıları” adlı makale çalışmasında, eğitim örgütlerinin sağlıklı şekilde işleyişe devam etmelerinde önem taşıyan iletişim sürecinde yöneticilerin etkililiğinin öğretmen algıları bakımından değerlendirilmesi amaçlanmış olup araştırma tarama modelinde, betimsel bir çalışmadır. 2007- 2008 öğretim yılında MEB merkezi hizmet içi eğitim faaliyetine katılan, 250 öğretmenin oluşturduğu araştırma verileri sonucunda yöneticilerin iletişim sürecindeki etkililiklerine ilişkin öğretmen algıları, en yüksek ortalamaya “Yöneticinin ilgisi” boyutunda sahip olduğu bilgisi elde edilmiştir.

Çınar (2010), “Okul Müdürlerinin İletişim Sürecindeki Etkililiği” adlı makale çalışmasında, bakımından okul müdürlerinin iletişim sürecindeki etkililiği öğretmenlerin algıları bakımından incelenmiş olup araştırmanın örneklemini 2008 yılında Ağrı ilinde on ilköğretim okulunda görevli 191 öğretmen oluşturmaktadır. Katılımcıların görüşleri uygulanan anketler ile bireysel bilgilerine göre karşılaştırılmış olup bulgular kadın öğretmenlerin okul müdürlerini iletişim sürecinde daha ilgili bulmuş oldukları yönündedir.

Rosy (2011), “Etik İkilemler Konusunda Beş Soru” adlı makale çalışmasında, yöneticilerin ve profesyonellerin karşılaştığı etik ikilemleri analiz etmek için beş soru

çerçevesi sunmayı amaçlamıştır. Çalışmanın temel amacı, bireylerin etik konuların doğasını anlamalarına yardımcı olmak ve daha sonra pişman olacakları ve geri alabilmelerini istemek üzere etik yanlış kararları veya istemeden etik olmayan eylemleri yapmaktan kaçınmaktır. Bu çalışmada, yöneticilerin etik ikilemleri ve çatışmaları belirlemesine ve çözmesine yardımcı olmak için çeşitli özel ve kamu örgütlerinde uygulanan basit sorulara dönüştürülen geleneksel etik teorilere dayanmaktadır. Sonuç olarak, çoğu etik ihlalleri kasıtsız değildir ve çoğu kişi etik davranmak ister. Etik ahlakının ihlal edilmesi, çoğunlukla sonuçlarla ve muhtemel sonuçlarla yeterince düşünmeden kararlar alınmasının bir sonucudur. Bu basit çerçevenin uygulanması, bireylerin ve kuruluşların bu tür etik yanlışları yapmaktan kaçınmalarına yardımcı olabilir.

Azizoğlu (2011), “Kültürün Örgütsel İletişim Üzerinde Etkisi: İki Farklı Ülkede Faaliyet Gösteren İki İşletme Arasında Karşılaştırmalı Bir Araştırma” adlı yüksek lisans tezi çalışmasında, işletmelerin buldukları ve etkinlik gösterdikleri kültürün, çalışanların iletişim süreçlerine etkisi incelenmiş ve araştırma, Türkiye’de ve ABD’de faaliyet gösteren iki farklı işletmede gerçekleştirilmiştir. İşletmeler iletişim süreçlerindeki değişiklikler bakımından incelenmiş olup seçilen iki işletmenin çalışanları ile görüşme ve gözlem teknikleri ile veriler elde edilmiştir. Bireyci kültürün özelliklerine sahip ABD’de çalışanların birbirlerine daha mesafeli oldukları ve iletişimlerinde daha doğrudan olmayı seçtikleri bilgisine ulaşılmıştır. Toplulukçu kültür özellikleri taşıyan Türkiye’de çalışanların birbiriyle daha yakın olmayı seçmiş oldukları ve karşılıklı olarak itibarlarını korumaya özen gösterdikleri, araştırmanın bir diğer bulgusudur.

Egeci ve Gencoz (2011), “The Effects of Attachment Styles, Problem-Solving Skills, and Communication Skills on Relationship Satisfaction” adlı çalışmada amaç; güvenli ya da güvensiz olmanın, etkili ya da etkisiz bir problem çözücü olmanın ve etkili ya da etkisiz iletişim becerisine sahip olmanın, ilişki memnuniyetinin farklı boyutları üzerindeki etkilerini araştırmaktır. Problem Çözme Becerilerinin Etkinliği x Çatışma Eğilimi Düzeyi için önemli bir etkileşim etkisi olduğu görülmüş ve sonuçlar mevcut literatür ışığında tartışılmıştır.

Eroğlu (2011), “Örgütsel İletişim ile İş Tatmini Unsurları Arasındaki İlişkiler: Kuramsal Bir İnceleme” adlı makale çalışmasında amaç, boyutları ile iletişim arasındaki ilişkiyi incelemek olup çalışmada Bursa, Malatya ve Eskişehir’de etkinlik göstermekte olan altı işletmede anket uygulaması yapılmıştır. Sonuç olarak iletişim ile iş tatmini boyutları arasında anlamlı ilişkiler elde edilmiştir.

Tilley, Fredricks ve Hornett (2012), “Örgütlerde Yakınlık (Akrabalık), Kültür ve Etik: İç İletişim Yollarının Araştırılması” adlı makale çalışmasında amaç, etik davranışların etkilerini test eden uluslararası bir araştırmanın sonuçlarını (ABD ve Yeni Zelanda) rapor etmektir. Çalışmada, katılımcıların farklı koşullar altında etik karar alma davranışlarını ölçmek amacıyla anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda, etik tutum ve davranışların uyarılmasına yönelik iç iletişim yaklaşımlarını etkileyecek iki sonuç ele alınmaktadır: Etik tutumların uyarımı ve davranışlarıdır. Algılanan kişilerde karardan ve kültürel farklılıklardan etkilenen etik ile ilgili karar alan insanlar üzerindeki olumlu etkisi. Bulgular, algılanan sosyal bağların etik karar alma üzerindeki etkisini göstermektedir. Ayrıca etiğin kültürel özgüllüğünü güçlendirirler. Bu bulgular, örgütsel etik standartlarının geliştirilmesine katılımcı zemin hazırlayan, tartışmaya dayalı yaklaşımların önemini teyit etmektedir.

Oyur vd., (2012), “İş Ortamında Duyguları İfade Etme ve İletişim Becerileri Üzerine Bir Araştırma” isimli makalede çalışanlar ile anket çalışması yapılmış olup

sonuçlar anket duyguları ifade etme ve iletişim yetenekleri arasında pozitif yönde anlamlı ilişki bulunduğunu göstermektedir.

Kıraç (2012), “Örgütsel İletişimin Örgütsel Bağlılık Algılaması Üzerindeki Etkileri ve Bir Araştırma” adlı çalışmada çalışanların birbirleri ile iletişimlerine bağlı örgütsel bağlılıklarının nasıl etkilenmekte olduğunu araştırmıştır. Denizli Türk Telekom İl Müdürlüğü çalışanları ile yapılan anketler sonucunda örgütsel iletişimin olumlu işleyişinin örgütsel bağlılık algılamasını etkilemekte olduğu tespit edilmiştir.

Jiang ve Probst (2013), “Örgütsel İletişim: İş Güvensizliğinde Bir Tampon mu?” adlı makale çalışmada, Hobfoll’un Kaynakları Koruma (COR) teorisini kullanarak, iş güvencesi ile ilişkili olumsuz etkileri çalışanların tutum, davranış ve fiziksel sağlığa azaltmada örgütsel iletişimin etkililiği araştırılmıştır. Çalışmada veriler altı farklı firmadaki 639 çalışandan toplanmıştır. COR teorisi tarafından öngörüldüğü gibi sonuçlar, yüksek iş güvensizliğinin, iş doyumunun azalması, işyeri kazaları ve daha fazla sağlık şikayetiyle ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, olumlu örgütsel iletişim uygulamalarının üst seviyelerini algılayan çalışanlar, örgütsel iletişim seviyelerinin düşük olduğunu bildiren çalışanlara kıyasla, iş güvencesizliğinin olumsuz sonuçlarının daha az olduğunu bildirmiştir. Genel olarak, çalışanlarla iletişim kurmak için daha fazla çaba harcayan kuruluşlar, iş güvencesizliğinin potansiyel olarak olumsuz sonuçlarını etkili bir şekilde tamponlayabilir.

Lolli (2013), “Interpersonal communication skills and the young hospitality leader: Are they prepared?”, adlı çalışmada amaç, giriş seviyesi misafirperverlik liderlerinin, kişilerarası iletişim becerilerinin önemli olduğu algılarını ve üniversite müfredatlarının, iletişim kurarken onları yetkin kişiler arası iletişimci olmaya hazırlayıp hazırlamadıklarını belirlemek. Sonuçlar, katılımcıların şu hususların bulunmadığına inandığını göstermiştir; genel liderlik deneyimi, farklı bir kitleyle uğraşmaya maruz kalmak, geri bildirim vermek ve uğraşma, yüzleşme halindeki durumlar, hazırlık düzeylerinden daha yüksek değerlendirilen tüm kişilerarası iletişim becerilerinin önemini derecelendirmelerine katkıda bulunmuştur.

Sağbaş (2013), “İletişim, Örgütsel İletişim ve Okul Yönetimi” adlı yüksek lisans tezi çalışmada İstanbul ili Güngören ilçesinde bulunan okul yöneticilerinin yeteneklerinin öğretmenler açısından algılanış şekillerini belirlemek amacıyla yapılan araştırmada anket tekniği kullanılmıştır. Sonuç olarak okul yöneticileri, öğretmenlerin sorunlarını ve sorunların çözümlerine yönelik olan geliştirilen çözümleri dinlemeli, öğretmenlerin karar verme sürecine etkin katılımlarını sağlanması gerekliliğine varılmıştır. Yüz yüze iletişim imkânlarının azlığı, resmi olmayan kanallardan elde edilen bilgiler, isteklerin ve şikâyetlerin yöneticilere iletilmesinde sıkıntı yaşanması örgüt içinde çalışanlar arasındaki ve yöneticilere karşı olan iletişim becerisini olumsuz yönde etkilediği görülmüştür. Bunun engellenmesi için de, sadece dikey iletişim kanallarının değil, yatay ve çapraz iletişim kanallarının kullanılması, teknolojik düzeyde de iletişimin kurulması gerekliliği önerilmiştir.

Nobile, McCormick ve Hoekman (2013), “Avustralya Katolik İlkokullarında Örgütsel İletişim ve Mesleki Stres” adlı makale çalışmada amaç, örgütsel iletişim ve mesleki stres konularında bilgilendirmektir. Çalışmada yöntem olarak anket uygulanmıştır. Okul yöneticileri için resmi iletişim kanallarına personel erişimi, müdürlerin açıklığı ve erişilebilirliği, okul idaresi ile personel arasında olduğu gibi personel arasında da verilmesi sonucuna ulaşılmıştır.

Bektaş (2014), “Yönetim Tarzlarının Örgütlerdeki Informel İletişim Kanallarına Etkisi: Burdur İli Kamu Kurumları Örneği” adlı doktora tezi çalışmasının amacını, Burdur ili kamu kurumlarında görevli üst düzey yöneticilerin yönetim biçimlerinin

ortaya çıkardığı informal iletişim kanallarına etkisini ölçmek oluşturmaktadır. Anket uygulaması yapılmıştır. Yöneticilerin yönetim biçimlerinin informal iletişim kanallarını etkilediği bilgisine ulaşılmış olup üst düzey yöneticilerin demokratik yönetim biçimlerini daha fazla uyguladıkları, çalışanların da informal önce kurum içi sohbetlere ilgi göstererek informal gruplar oluşturdukları sonucuna ulaşılmıştır. Yöneticilerin bu informal iletişim kanallarını ortadan kaldırması mümkün olmadığı için bu kanalları örgüt lehine kullanmaları örgütsel anlamda daha doğru olacaktır.

Jackson (2014), “Business Graduate Performance in Oral Communication Skills and Strategies for Improvement”, genellikle işveren algılarına odaklanan önceki araştırmalar, lisansüstü sözlü iletişim becerilerinin endüstri beklentilerini karşılamadığını gösterdiği için çalışma 674 yeni mezununun nasıl algıladığını araştırılmıştır. Bulgular mezun ve işveren algıları arasında bir eşitsizlik olduğunu göstermektedir.

Öztürk (2014), “Örgütsel İletişimin Örgütsel Bağlılığa Etkisi ve Bir Uygulama” adlı yüksek lisans tezi çalışmasının amacı, örgütsel iletişimin örgütsel bağlılığa etkilerini belirlemektir. Yüz yüze yapılan anketler ile 215 adet anket uygulanmış olup örgütsel iletişimin örgütsel bağlılığı kısmi olarak etkilediği, içsel iletişim, dikey iletişim ve iletişim biçimi ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı ilişkinin var olduğu ve iletişimde geri bildirim, yatay ve biçimsel iletişimle örgütsel bağlılık arasında anlamlı ilişki olmadığı sonucuna varılmıştır.

Murshed, Uddin ve Hossain (2015), “Kriz Döneminde Örgütsel İletişim Ağının Geçişlilik, Hiyerarşi ve Karşılıklılığı” adlı makale çalışmasında amaç, örgütsel iletişim ağlarındaki değişiklikleri keşfetmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada, kriz döneminde (2000-2001) Enron firmasında değişen iletişim ağı yapısı incelenmiştir. İletişim kalıplarının ve yapıların örgütsel krizden nasıl etkilendiğini anlama amacı taşıyan çalışmada sonuç olarak, iletişim ağı krizi ve grup davranış teorisine dayanarak üç öneri test edilmiştir; kuruluşlar kriz geçirdiğinde iletişim ağı giderek daha da değişir; örgütler kriz geçirdiğinden iletişim ağı daha hiyerarşik hale gelir ve iletişim ağı daha karşılıklı olur.

Ölçer ve Koçer (2015), “Örgütsel İletişim: Kocaeli Üniversitesi Akademik Personeli Üzerine Bir İnceleme” adlı makale çalışmasında, akademik personelinin örgütsel iletişim problemlerini araştırmıştır. Betimleme tekniği temel alınarak tarama modeli kullanılan çalışmada; akademisyenlerin iletişim biçimleri ve farklı bölümlerdeki çalışma arkadaşları ile sınırlı iletişime sahip oldukları, aidiyet duygularının ve motivasyonlarının düşük olduğu tespit edilmiştir.

Hanifa ve Cahaya (2016), “Toplumsal Konularda Etik İletişim: Endonezya’dan Bir Hikaye” adlı makale çalışmasında; Endonezya Borsası (IDX) listesinde yer alan şirketlerin toplum açıklamalarını incelenmiştir. Çalışmada, 75 IDX borsasında kayıtlı şirketin 2012 yılı yıllık rapor açıklaması analiz edilmiş olup geniş çapta kabul gören Global Reporting Initiative (Küresel Raporlama Girişimi) yönergeleri, açıklama endeksi kontrol listesi olarak kullanılmıştır. Sonuçlar göreceli olarak düşük seviyede gönüllü bir toplum açıklamasını (yüzde 40,27) göstermektedir. En üst düzeyde iletişim, toplum programlarıyla ilgili konulardır. Kamu politikası, siyasi partilere bağışlar ve yolsuzluk olaylarına tepki olarak alınan önlemler hakkında çok az sayıda şirket açıkladı. İstatistiksel analiz, şirket boyutunun “toplum” iletişiminin olumlu yönde öngörücüsü olduğunu ortaya koymaktadır. Etik paydaş teorisi, bu açıklamaların çeşitliliğini kısmen açıklamaktadır.

Özkan (2016), “Taşeron Personel ile Kadrolu Personelin Örgütsel İletişim, Örgüt Kültürü ve İş Tatmini Değişkenleri Açısından İncelenmesi (Giresun Belediyesi

Örneği)” adlı yüksek lisans tezinde amaç; fiziksel olarak aynı iş ortamını paylaşan fakat sosyal ve ekonomik haklar bakımından birbirinden farklılaşan taşeron ve kadrolu çalışanların karşılaştırılmasıdır. Giresun Belediyesi taşeron ve kadrolu personel olmak üzere toplam 277 çalışan üzerinde anket uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda değişkenler arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir.

Ertürk ve Gebze (2016), “Örgütsel İletişim ve Adalet Algılarının Örgütsel Kimlik Algısı Üzerindeki Etkileri” adlı makale çalışmasında amaç, örgütsel iletişim ve adalet algılarının çalışanların örgütsel kimlik algılarına etkisini araştırmaktır. Örneklemini Türkiye’de gemi yapımında çalışan 464 kişinin oluşturduğu çalışmada anket uygulanmıştır. Sonuçlar örgütsel kimlik algısını “bireysel başarı iletişimi”, “dağıtım adaleti algısı” ve “etkileşim adaleti algısı”nın pozitif yönde etkilediğini göstermektedir.

Aydoğdu (2016), “Örgütsel İletişim Algısının Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisi: Bir Araştırma” adlı yüksek lisans tezinde amaç, örgütsel iletişim algısının örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde etkisini belirlemek, demografik faktörlerin bu değişkenler üzerine etkisi olup olmadığını ortaya koymaktır. Malatya’da faaliyet gösteren bir tekstil fabrikasında, anket yöntemiyle 100 işgörenden veriler toplanmış olup yapılan analiz sonuçları örgütsel iletişim algısının örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü etkisinin olduğunu göstermektedir.

Elmas (2017), “Örgütsel İletişimin İş Tatmini Üzerindeki Etkisi ve Bir Uygulama” adlı yüksek lisans tezi çalışmasının amacını; örgütsel iletişim ve iş tatmini arasındaki ilişki yanında iş tatmini üzerinde iletişimin etkisini araştırmak oluşturmaktadır. Çalışmada kolayda örnekleme ile otomotiv sektöründe çalışan 180 kişiye uygulanmış anket ile veriler elde edilmiştir. Örgütsel iletişimin iş tatminini üzerinde pozitif yönlü etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Alhassan vd., (2017), “İş Ortamında Örgütsel İletişim ve İş Tatmini Arasındaki İlişki: Bitki Bakım İşçileri Üzerine Ampirik Bir Çalışma” adlı makale çalışmasında amaç, iletişim ve iş doyumu arasındaki ilişkiyi araştırmaktır. Çalışma, Doğu ve Batı Malezya’daki petrokimya tesislerinde 77 bitki bakım idame işçilerine uygulanmış olup iletişim ile iş doyumu arasında güçlü bir korelasyon olduğu ortaya konulmuştur.

Derin ve Tuna (2017), “Akademik Bir Örgütte İletişim Doyumunun Örgütsel Özdeşleşmeye Etkisi”, adlı makale çalışmasının amacını, öğretim elemanlarının iletişim doyumu ve örgütsel özdeşleşme düzeylerini belirlemek oluşturmaktadır. İnönü Üniversitesi’ndeki akademisyenlere yüz yüze anket uygulanarak kolayda örnekleme yöntemi ile 154 kişiden veri elde edilmiştir. Sonuçlar, iletişim doyumunun örgütsel özdeşleşmenin üzerinde anlamlı belirleyici bir etkisi olduğunu göstermektedir.

Soysal vd., (2017), “Örgütsel İletişim ve İş Tatmini Düzeylerinin İncelenmesi: Bir Özel Hastane Örneği” adlı makale çalışmasının amacını, örgütsel iletişim ve iş tatmini arasındaki ilişkileri belirlemek oluşturmaktadır. Kahramanmaraş’ta bir özel hastanede 92 çalışana anket uygulanmış olup sonuç olarak, iş tatmin düzeyi ile bazı demografik etkenler arasında anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir. Araştırmada örgütsel iletişim ile iş tatmini arasında ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Örgütsel iletişimin bazı boyutları iş tatmin seviyesini etkilemektedir.

Oussii ve Klibi (2017), “Accounting Students’ Perceptions of Important Business Communication Skills for Career Success” adlı makale çalışmasında amaç; muhasebe öğrencilerinin kariyer başarıları için en yüksek öneme sahip olduğunu gördükleri iş iletişimi becerilerini incelemektir. Aynı zamanda bu gelişmelerin mevcut seviyelerini araştırılmıştır. Tunus işletme okulu arasındaki karşılaştırmalı bir çalışma ile analiz yapılmış olup yazarlar, başarılı bir muhasebe kariyeri için önemli olduğu

düşünülen iletişim becerilerinin gelişimiyle ilgili öngörü sağlamak için üç işletme okulundan 180 öğrenciye gönderilen bir anket kullanılmışlardır. Sonuçlar, tüm öğrencilerin muhasebe mesleğinde kariyer başarısı için iletişim becerilerinin taşıdığı önem konusunda bilinçli olduklarını göstermektedir.

Oğan (2017), “Örgütsel İletişim Türlerinin Gözden Geçirilmiş Motivasyon Faktörleri Üzerine Etkisi: Üretim Sektörlerinde Bir Uygulama” adlı yüksek lisans tezinde amaç, örgütsel iletişimin çalışan motivasyonu üzerindeki etkilerinin belirlenmesidir. İletişimin motivasyon üzerindeki etkilerini inceleyerek üretim sektöründe çalışanların gereksinimlerini anlamak ve örgüt hedeflerine ulaşmak için çalışanların gereksinim duyduğu iletişim biçimlerini vurgulayarak çalışan motivasyon ile çalışan verimliliğini sağlamak amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda, üretim sektöründe çalışanların motivasyonlarına etki eden faktörlere ve motivasyonu sağlayacak iletişim türlerine ulaşılmıştır. Ayrıca, bu çalışmanın üretim sektörüne hem pratik hem teorik anlamda katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Vezir (2017), “Makyavelizm ve Etik Olmayan Davranış Arasındaki İlişkide Etik Liderliğin Düzenleyici Etkisi” adlı yüksek lisans tezi çalışmasında amaç, Makyavelizm ile etik olmayan davranış arasındaki ilişkiyi ve bu ilişkide etik liderliğin düzenleyici etkisini araştırmaktır. Ankara, Bursa ve İstanbul'da özel sektörde çalışan 630 satış temsilcisine anket uygulanmış olup Makyavelizm ile toplam etik olmayan davranış eğilimi, kaynakların kötüye kullanılması, hırsızlık, dolandırıcılık ve sessiz kalma eğilimleri arasında olumlu yönde ilişki bulunmuştur. Ayrıca etik liderliğin; Makyavelizm ile dolandırıcılık arasındaki ilişkide düzenleyici rol oynadığı tespit edilmiştir.

Emirbey (2017), “Okul Yöneticilerinin Etik Liderlik Davranışları ile Öğretmen Motivasyonu Arasındaki İlişki” adlı yüksek lisans tezi çalışmasında amacını etik liderlik davranışları ile öğretmen motivasyonu arasındaki nasıl bir ilişki bulunduğunu tespit etmek oluşturmaktadır. Çalışmanın evrenini Denizli ilindeki bir ilçede görev yapan ilkökul öğretmenlerinin oluşturduğu çalışmada geri dönüşü sağlanan 189 ölçek değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonucunda, okul yöneticilerinin etik liderlik davranışlarını göstermelerine ilişkin öğretmen görüşleri cinsiyet, mesleki kıdem ve çalışılan okuldaki öğretmen sayısına göre anlamlı bir farklılık göstermekte, öğrenim düzeyi değişkenine göre farklılık göstermemekte olduğu bilgilerine ulaşılmıştır.

Kara (2017), “Etik Karar Vermeye Etki Eden Faktörler: İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma” adlı yüksek lisans tezi çalışmasında amaç, etik karar verme süreçlerini hangi faktörlerin etkilediğini tespit etmektir. Farklı üniversitelerde okuyan 512 işletme öğrencisi ile gerçekleştirilen çalışmada analiz sonuçları; cinsiyet, öğrenim görülen okul, iş deneyimleri ve empatik kişilik özellikleri ile etik kararlar arasında ilişki olduğunu göstermektedir.

Erol (2017), “Duygusal Zekânın Etik Liderlik Davranışı Üzerindeki Etkisi: Turizm İşletmeleri Yöneticileri Üzerine Bir Uygulama” adlı yüksek lisans tezi çalışmasının amacını, duygusal zekânın etik liderlik davranışı üzerindeki etkisini araştırmak oluşturmaktadır. 389 otel yöneticisi ile yapılmış olan araştırma sonucunda; yöneticilerin iyi düzeyde duygusal zekâyâ ve etik liderlik davranışına sahip oldukları tespit edilmiştir. Duygusal zekâ ve etik liderlik davranışı algılarında farklılaşmaların demografik özellikler çerçevesinde olduğu da elde edilen sonuçlar arasındadır. Yöneticilerin duygusal zekâ seviyelerinin etik liderlik davranışlarını etkilediği de elde edilen bir diğer sonuçtur.

Atalay (2017), “Etik İhlallerin Bildirilmesinde Örgütsel Adalet Algısının Rolü: Akademik Personel Üzerinde Bir Araştırma” yüksek lisans tezi çalışmasında amaç,

örgütsel adaletin etik ihlallerin bildirilmesi üzerinde nasıl bir rol oynadığını ortaya koymaktır. Çalışmada, bir devlet üniversitesinde çalışan 330 akademik personel üzerinde anket uygulanmıştır. Yapılan çalışma sonucunda örgütsel adaletin, içsel, resmi ve informal raporlama üzerinde anlamlı ve pozitif yönde etkisi bulunmuştur. Bununla birlikte, örgütsel adaletin anonim raporlama üzerinde ise anlamlı ve negatif etkisi tespit edilmiştir. Örgütsel adaletin dışsal raporlama üzerindeki anlamlı etkisine bu çalışmada rastlanmamıştır.

3. İLETİŞİM KAVRAMI VE SÜRECİ

İletişim, Türk Dil Kurumu sözlüğünde; “duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirim, haberleşme ve iletişim olarak” tanımlanmaktadır.

İletişim kavramı, Latince'de yer alan “ortak ve topluca” anlamındaki “Communis” kavramının köklerinden türemiştir. Batı dillerinde “Communication” olarak karşılık bulan kelime dilimizde “ortak kılma” anlamındadır (Zıllıoğlu, 2003: 3).

“İletmek” kelimesinden türetilen iletişim kavramı yerine çeyrek asır öncesine kadar Arapça kökenli “haber” kelimesinden türetilmiş “haberleşme” kelimesi kullanılmaktaydı. “Haber” niteliğinde bilgi, tutum ve davranışların kişiler arasında aktarılması haberleşme olarak ifade edilir. Kapsamı daha fazla olan “iletişim” kavramının kullanılmaya başlanma nedenleri arasında; kelimenin anlamının daralmaya başlamış olması, kitlelere haberleşme araçları aracılığı ile daha dar anlamı ile olay özelliğinde mesajları içermesi, bazı mesajları dışta bırakması yer almaktadır (Aziz, 2012: 26).

İletişim; duygu, düşünce ve bilgilerin her türlü araçla göndericiden alıcıya iletilmesidir. En kısa ifadeyle “mesaj aktarımı” olarak tanımlanan iletişim; mesaj paylaşma faaliyetidir ve bireylerin kendilerini ifade edebilme ihtiyaçları sonucunda ortaya çıkar. Yapılan tanımlar ışığında genel anlamda iletişim; toplumun temelini oluşturan bir sistem, örgütsel ve yönetsel yapının düzenli işleyişini sağlayan bir araç ve bireysel davranışları görüntüleyen ve etkileyen bir teknik, sosyal süreçler bakımından zorunlu bir bilim, sosyal uyum için gerekli bir sanattır (Tutar, 2009: 39).

İletişimin hayatımızın her anını kaplayan bir olgu olması ile birlikte uyku dışındaki zamanımızın çoğunu (%75) başka kişilerle iletişim kurmakla geçiririz. Bir topluluk içinde yaşamını devam ettiren ve diğer canlılar ile ilişki içerisinde bulunan tüm canlıların iletişime ihtiyaç duymaları bu duruma etkindir. İletişim sürecinden en gelişmiş şekilde faydalanan canlılar olan insanların belirli ilişkilerini sürdürme ve belirli bir yapı içinde anlaşmalarını sağlamak için iletişim, gerekli olan temel unsurdur (Güney, 2001: 195).

Bireylerin gündelik yaşamlarında mutlaka; diğer kişiler, kurumlar, gruplar ve kendileri ile iletişim halinde olmaları, toplu halde yaşamının zorunlu bir sonucu olarak görülmektedir. Bu durum iletişimsizliğin mümkün olmaması şeklinde daha net ifade edilebilir. İnsanların sessiz kaldıkları zamanlarda bile, vücut dili ile iletişim kurdukları bilinen bir gerçektir. İletişimsizliğin mümkün olmadığı ve bütün ilişkilerin iletişim olduğu düşünüldüğünde, iletişim sözel ya da görsel nitelikte (söz, işaretler, resim vb.), küçük ölçekli ya da kitlesel, etkili ya da sınırlı, tek yönlü ya da tamamlanmış olabileceği belirtilmektedir (Topsakaloğlu, 2015: 3-4).

3.1. İletişimin Tanımı

Canlı ve cansız varlıkların birbirleri ile sürekli olarak etkileşim halinde oldukları doğada canlılar yaşamlarının devamı için ahenk içinde olmaya çalışmaktadırlar. Canlılar içerisinde özellikle insanlar, daha sosyal varlıklar oldukları için sürekli uyum içerisindeyler. İnsanlar, iletilmek istenen mesajı anlamak ve iletmek istediği mesajın hedef kişi/kişiler tarafından anlaşılması için çevresi ile sürekli ilişki içerisindeyler (Elmas, 2017: 3).

Toplumsal bir varlık olan insan, günlük yaşamda isteyerek ya da istemeyerek farklı davranışlar gerçekleştirir. Bu faaliyetlerin çoğu kendileriyle ya da diğer insanlarla

yaşadıkları iletişim faaliyetidir. Toplum içerisinde yaşamına devam eden insanın, iletişimsiz bir gün geçirmesi mümkün olmamaktadır. Davranış, konuşma, susma, oturuş biçimi, kendini ifade etme yani insanın çevresine belirgin mesajlar aktarması iletişimdir. Günlük hayatımızın çok büyük bir kısmında etkili olan iletişim kavramı, “bir kişiden (kaynak) diğer kişi veya kişilere (alıcı) bilgi aktarımı” olarak sade bir şekilde tanımlanabilir (Karabulut, 2014: 6).

İnsan, bireysel varlığını ve toplumsal ilişkilerini toplumsal süreçte esas alınan olgulardan biri olan iletişim aracılığı ile devam ettirir. İletişim sembollerini ve eylemlerini kullanabilme becerisi olmayan bir kişinin, toplum dışına itilmesi yani tek kalması söz konusu olmaktadır (Aziz, 2012: 26).

İnsanlar çevrelerine uyum sağlamak için çevrelerindeki insanlar ile kişilerin ve toplulukların bir arada olup anlaşabilmesi için gerekli bir olgu olan iletişim aracılığı ile bağ oluşturmak durumundadır. İletişim aracılığı ile insanlar birbirlerine fikir aktarımında bulunarak yardımlaşabilirler (Tavman, 2016: 4).

Bireylerin, toplu biçimde yaşamaya başlamalarından itibaren, toplumsal etkileşimlerde rol alan, sembolik mesajların birbirleri arasında iletilmeleri ile bazı anlamları aralarında paylaşmaları süreci iletişim olarak ifade edilmektedir. Farklı davranış biçimleri ve sonuçlar yaratmak amacı ile bilginin göndericiden hedefe iletilmesi iletişim ile sağlanmaktadır. Bu durumda insanlar, ortak değerleri paylaşma fırsatına sahip olurlar (Telman ve Ünsal, 2005: 19).

Kişinin kendine özgü olan toplumsallaşmasının bir yansıması olan iletişimin konu olarak doğa kadar eski bir geçmişi vardır. Çağımızda bir bilim olarak kabul gören iletişimin konuları arasında; “geçmişten beri canlı/cansızların bütünlüğünü belirli kanun ve ilkelere göre inceleyen fizik, kimya, biyoloji bilimlerinin durumlarına karşılık; daha çok insan-insan, insan-makine, insan-çevre ve sosyal ilişkileri” yer almaktadır. Bir diğer ifade ile günümüzde iletişim kavramına, insanlar ile insanların, insanlar ile makinelerin, makinelerle makineler arasındaki bütün ilişkiler ve karşılıklı etkileşimler ile birlikte bu süreçlerdeki denge, denetim ve yönetim sistemlerini anlatacak bir anlam yüklenmiştir. Teknoloji ve haberleşme fırsatlarının son yüzyılda gelişmiş olmasının rolü oldukça çoktur (Güney, 2001: 195-196).

Laswell’e göre iletişim; toplumu oluşturan parçalara etki eden fırsatları ve tehditleri açıklayarak çevrenin gözetimini sağlamak, toplumun çevreye karşı tepki vermesi sürecinde toplum bileşenleri arasındaki bağlantıyı ve ilişkiyi sağlamak ve toplumsal, sosyal mirasın aktarımını sağlamak üzere toplumda üç işlevi yerine getirmektedir (Güngör, 2011: 56).

İletişim kavramının çok farklı tanımları olmasının yanında büyük farklılıklar söz konusu değildir. İletişim konusunda yapılan tanımlardan bazıları aşağıda verilmiştir (Aziz, 2012: 26-27):

- Berlo, iletişimi semboller (simgeler), işaret, resim, plastik, sözel veya herhangi bir şekilde yapılan bir değiş tokuş olarak tanımlamıştır.
- Redfield, iletişimi insanların birbirleri ile olgu alışverişinde buldukları geniş bir alan olarak tanımlamıştır.
- Rogers ve Kinciad; iletişimi katılanların bilgi yaratıp, karşılıklı anlamaya ulaşmak için yaratmış oldukları bilgiyi birbirleri ile paylaştıkları bir süreç olarak tanımlamıştır.
- Masterson, Beebe ve Watson, iletişimi sayesinde dünyayı anlamlı kıldığımız ve bu anlamı başkalarıyla paylaştığımız insani bir süreç olarak tanımlamıştır.
- Bilgi üretme, aktarma ve anlamlandırma süreci iletişimdir (Dökmen, 2005: 19).

- Bireylerarası düşünce, duygu ve bilgi alışverişi iletişimdir (Sabuncuoğlu ve Tüz, 2003: 65).
- İletişim, bireylerin aralarında, motivasyonu arttırmak veya davranışlarını etkilemek için bilgilerin aktarıldığı ve anlaşıldığı bir süreçtir. Ayrıca iletişim, kodlanmış bir halde duygu, düşünce, fikir ve hissiyatın alıcıya iletilmesi sürecidir (Bay, 2007: 23).

Yukarıdaki tanımları arttırmak mümkündür. İletişim sürecinin oluşabilmesi için mutlaka en az iki kişi olması ile birlikte iki kişi arasında bir ilişki kurulması gerektiği, tanımlardan çıkarılacak sonuçtur (Dökmen, 2005: 19).

3.1.1. İletişimin Amacı ve Önemi

İletişimin önemi örgüt ve birey ilişkisine dayanan araştırmalarda artan bir şekilde vurgulanmaktadır. Ortak bir amacı gerçekleştirmek için örgütsel yapı içinde bir araya gelen kişiler arasında iletişim hayati bir önem taşır. Çalışanlar ihtiyaçlarını, düşüncelerini, gayelerini, birikimlerini birbirlerine aktarmak ve paylaşmak durumundadırlar. İletişim bu anlamda bilginin paylaşıldığı, etkinliklerin koordine edildiği ve daha etkin kararlar alma anlamına gelmektedir. İletişim bu yönüyle, yönetimden ayrı olmayacağı gibi, iletişimden bağımsız bir örgüt yönetimi de düşünülemez. Örgütlerin amaçlarına ulaşmasında çok önemli bir araç haline gelen iletişim yeteneği örgütler için önemli bir güç haline gelmiştir. Örgütlerde iletişim üzerine yapılan araştırmalarda örgüt-çalışan performansı, etkinlik-verimlilik, iş doyumu, örgütsel sadakat ve bağlılıkla ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır (Tutar, 2009: 43).

Etkili iletişimin amacı “iletmek istediğimizi alıcıya amaçlamış olduğumuz şekilde iletip isteneni elde etmek ve beklenen tepkiyi uyandırmaktır”. Bilgiyi yayma, eğitme, eğlendirme, etkileme ya da sadece anlatma amaçlı olsun, iletişimde bilgiyi verme en temel amaçtır. İletişimin amacı bilgiyi yaymakken, bu bilginin doğru ve anlaşılabilir olması iletişimde en önemli noktadır. İletişim sürecinin kontrol edilmesinin zor olması nedeni ile etkileşim her zaman istenen sonucu vermeyebilir ve bilgi alışverişi doğru şekilde gerçekleşmeyebilir. Bu noktada iletişimin önem kazandığı konu onun etkin ve doğru yürütülmesidir (Kıraç, 2012: 10).

Örgütlerde çalışanlara rehberlik yapan iletişim, çalışanların daha verimli çalışmalarına katkıda bulunur. Verimin düşük olduğu zamanlarda da verimin artırılması için izlenmesi gereken yolu gösterir. Böylece çalışanların performanslarında ve verimliliklerinde artış sağlanacaktır (Eyidoğan, 2013: 34).

İletişimin temel amacı, karşıdaki kişi/kişilere bilgi vermek aracılığıyla onların düşünce ve davranışlarının etkilenmesi olarak ifade edilmektedir. İletişimin bunların diğer amaçları şu şekilde özetlenebilir; karşıdaki kişi/kişilerden ihtiyacımız olan bilgi ve yönlendirmeleri almak, diğerlerinden gizlenen bilgilerin açıklanması için bilgiyi gizleyen kişiyi ikna etmek, insanlara bilgi ve talimat vermek, eğitmek, motive etmek, yönlendirme ve teşvik amacıyla kullanmak, başkalarına karşı ilgiyi veya ilgisizliği belli etmek, eleştiri ve suçlamalarda bulunmak (Telman ve Ünsal, 2005: 13-14).

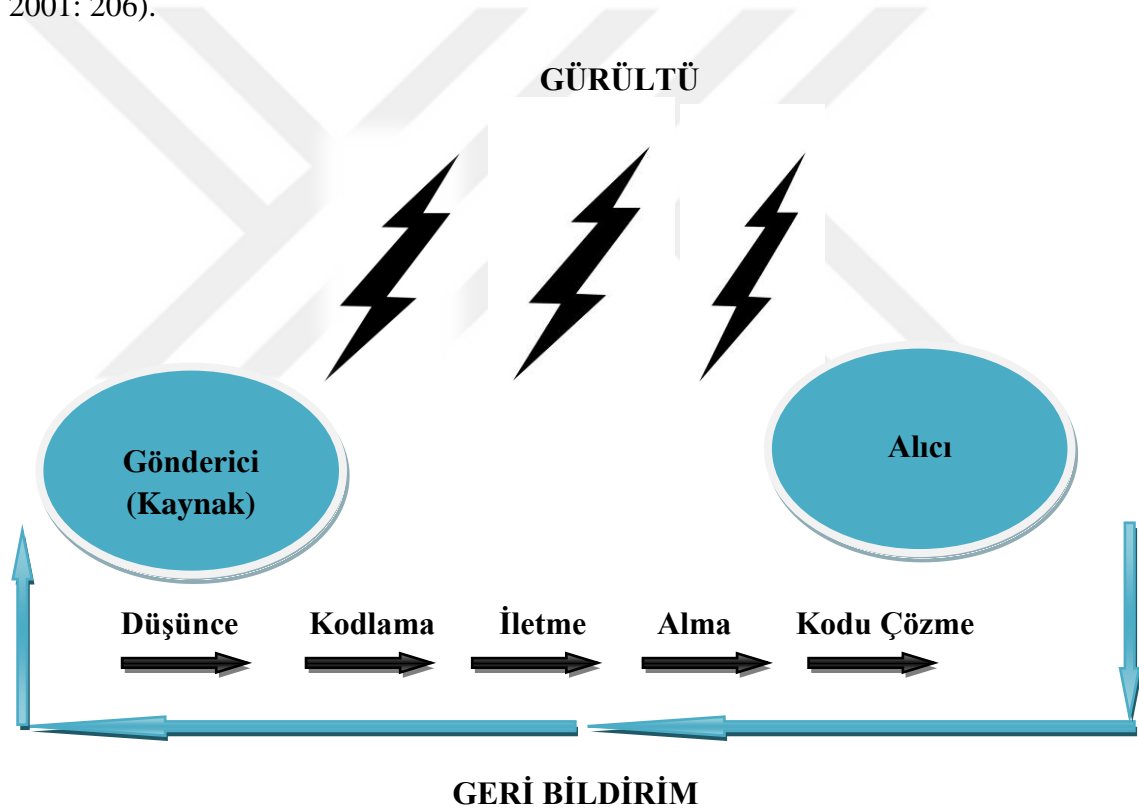
3.1.2. İletişimin Temel Özellikleri

İletişim, insanların birbirlerini anlamalarının temel ögesi olan, sosyal ve fizyolojik ihtiyaçların ortaya çıkarmış olduğu sosyal süreç olarak ifade edilebilir. İfade edilen sosyal sürecin en önemli özellikleri ise şunlardır (Erdoğan, 1991: 290-293):

3.2. İletişim Süreci

İletişim birbirinden farklı ortamlarda, farklı amaçlar ile oluşan bir mesaj iletimidir. Farklı özellikleri olan öğeler bu olguyu yaratmaktadır. İletişim, bu öğelerin bir araya gelmesi ile oluşur. İletişim olgusu, aniden olup bitmez, bir süreç içerisinde gerçekleşir. Farklı öğeler bu süreçte bulunur. Öğelerin farklı özellikleri ise iletişimin çeşitlerini meydana getirir. İletişimin farklı niteliklerini ifade etmeden önce yapılması gereken; iletişim olgu ve sürecinde değişmez olarak kabul edilen temel öğeleri tanımlamaktır (Aziz, 2012: 29).

Bilgi, fikir, kanı, düşünce ve duyguların bir kişiden diğer bir kişiye aktarılma süreci, iletişim kavramını açıklamaktadır. Kısa iletişim tanımından da anlaşıldığı gibi iletişim sürecinden bahsetmek için bir gönderici ve hedef alıcıya gereksinim duyulmaktadır. İletişim süreci; gönderici ve alıcı arasında mesaj aktarımı veya veri akışı, konuşma veya yazma olarak sözlü şekilde gerçekleşebileceği gibi belirli anlamlar yüklenerek bazı bedensel hareketler aracılığı ile de gerçekleştirilebilmektedir (Güney, 2001: 206).



Şekil 3.1. İletişim Süreci (Atak, 2005: 60)

3.2.1. Kaynak (Gönderici)

İletişimin tam anlamıyla gerçekleşebilmesi için üç ana faktör bulunmalıdır. İletişimdeki temel faktörler olan gönderici, hedef ve mesaj bulunmadan iletişim sağlanamaz. Bunun yanında iletişimin etkinliği de ifade edilen konusu üç faktörün taşıyacağı özelliklere bağlıdır. İletişimin başlatıcısı göndericidir. Kaynak, iletişimi başlatan ya da iletiyi gönderen kişidir. Gönderici olmadan iletişim kurulamayacağı gibi iletişimde en önemli sorumluluğun göndericiye ait olmasında sebep; göndericinin iletişim sürecini başlatıp mesajı kodlayarak gönderen olmasıdır (Tutar, 2009: 54-55).

Gönderici, iletişim sürecini başlatan, mesajlarını hedefe gönderen şekilde kısaca tanımlanmaktadır. Gönderici, göndermek istediği mesajı fikir biçiminde zihninde oluşturduktan sonra bu fikri kodlar. Başka bir ifade ile kelimelere, rakamlara ve şifrelere dönüştürür (Arısoy, 2007: 9). İletişim çaba harcamayı gerektirir. Kaynağın bir amacının olması iletişim çabasına gitmeyi göze almasını sağlar. Bu amaç göndericinin bir ihtiyacını gidermek, bir sorununu çözmek veya merakını gidermek olabileceği gibi karşısındaki kişiyi memnun etmek, iyi vakit geçirmek de olabilir (Takmaz, 2009: 10).

Gönderici bir düşüncesini veya bu düşünce ile ilgili bir davranışa anlam kazandırarak hedefe göndermek istediğinde, ilk olarak sesli, sözlü, mimikle, ışıkla, renkle, yazıyla ve resimle olmak üzere en az birisi ile oluşturulmuş bir mesaj şekline getirmeli ve bir araç ya da yöntem aracılığı ile alıcının duyu organlarından en az birine hitap etmelidir (Bolat, 1996: 76).

Mesajın alıcı üzerinde istenen etki ya da sonucu oluşturması bakımından birinci sırada önemli olan göndericidir. İletişim sürecinde istenen sonuca ulaşma bakımından göndericinin mesajı iletmadaki durumu hem mesajın anlaşılabilirliği hem de alıcı üzerinde etki meydana getirmesi bakımından geniş kapsamlı olduğu ifade edilebilir (Erkoç, 2008: 34).

Erdoğan'a (2007) göre iletişimin etkinliğini devam ettirebilmesi için göndericide bulunması gereken özellikler şunlardır (Demir, 2016: 5):

- Yeterli bilgi sahibi olma.
- Mesajı kodlama yeteneğine sahip olmalı.
- İletiyi alacak kişi ile iletişime geçme konusunda istekli olmalı.
- Aynı zamanda hedef (alıcı) olmaya hazır olmalı.
- İletişim kurarken davranışlarına dikkat etmeli.

Göndericinin iyi cümle kurma yeteneği, kullandığı dil, sözcük zenginliği, gerekli ve uygun sözcükleri seçmesi gibi iletişim kurma becerisi alıcıyı etkileyen faktörler arasında yer almaktadır. Ayrıca göndericinin sergileyeceği tutumlar da önemlidir. Göndericinin tutumları iletişim şeklini etkileyebilir. Göndericinin sahip olduğu önyargılar, kalıplar ve negatif bakış açısının iletişimi olumsuz yönde etkileyebilmesi bu duruma örnek verilebilir (Erkoç, 2008: 34).

3.2.2. Mesaj (İleti)

Mesaj (ileti) kaynağın hedefe göndermek istediği sembolik ifadeler bütünü olarak tanımlanmaktadır. Mesajın alıcı tarafından doğru şekilde algılanmasını sağlama, kaynağın görevidir. Gönderilmek istenen mesaj, alıcının bildiği kelimeleri veya sembollerini kapsamalıdır. Kaynağın, hedef kitlenin isteklerine nasıl cevap vereceğini bilmesi iletişim sürecinin başarılı olmasını etkilemektedir. Mesajın anlam taşınması alıcının kod çözme sürecini yönetmesi ile ilişkilidir. Mesaj yanlış anlaşılmaya neden olmayacak şekilde karşı tarafa iletilmelidir (Tavman, 2016: 6).

Gönderici, duygu ve düşüncelerini konuşarak, yazarak, jest ve mimikler eşliği ile aktardığı sözel, görsel bir ürün olarak da ifade edilebilir. İletişimden söz edebilmek için ilk olarak uygun bir mesaj oluşmak durumundadır. Mesaj, göndericinin ilettiklerinin sembolik bir ifadesidir. Dil ve konuşma yolu ile ifade edilenler, yazıda kullanılan, kalemle kağıda dökülenler, gülümseme, cep telefonu mesajı, gazete haber başlığı, sosyal paylaşım sitesindeki bir gülümseme emojisi mesaja örnek verilebilir. Yazı şeklinde ifade edilen harflerden oluşan biçimler, sözlü olarak anlatılanlar esnasında anlatıma eşlik eden el, yüz, göz, kol, vücut hareketleri ile birlikte jest ve mimikler de mesaj olarak kabul edilmektedir (Orhon ve Eriş, 2012: 8).

Sözel ve görsel unsurları içinde barındırmak mesajların dikkat çekici olması için önemlidir. İletişimde görsel unsurların daha fazla ilgi gördüğü ifade edilmektedir. Bir araştırma sonucuna göre, bir mesajda kelimeler %5, ses tonu %25, sözel olmayan faktörler ise %65 etkili olmaktadır (Burnett ve Moriarty, 1998: 256).

Mesaj geliştirmede bir diğer önemli belirleyici ise alıcıdır. İletişimde bulunmak bir açıdan alıcıdan bir tepki almak olarak da ifade edilebilir. Gönderici, alıcısının bir şey yapması, bir şey öğrenmesi ya da kabullenmesi için iletişim içerisindedir. Bu bakımdan iletişim kaynakları alıcıyı her zaman akılda tutarak dikkate almak durumundadır. Alıcının mesajı anlayacağı biçimde kodlaması gerekmektedir. Ayrıca, alıcının alakasını ve gereksinimini karşılayabilecek bir içerik seçimi de iletişimin sağlıklı gelişimi bakımından önemlidir (Gürgen, 1997: 17).

3.2.3. Kodlama ve Kod Açma

Mesajın çıktığı nokta olan kaynak, alıcıya veya hedef kitleye göndermek istediği mesajları çeşitli simgeler, anlatımlar, hareketler aracılığıyla şekillendirmektedir. Kodlayıcının uygun bir iletişim yolu seçmesi ve bilgiyi, duyguyu, düşünce veya görüşü iletişim için uygun bir mesaja dönüştürmesi oldukça önemli olup kodlanmayan bilgi, düşünce ya da görüşün iletişim açısından bir geçerliliği yoktur (Güney, 2001: 356)

Bir bilginin, düşüncenin ve duygunun iletişime uygun bir ileti haline getirilmesi, kodlamadır. Göndericinin kafasında kalan ve başka kişilere aktarılmayan düşüncelerin, iletişimin bir unsuru olduğu söylenemez. Bu sebeple kaynağın düşüncesi, diğer kişilerin de anlayabileceği şekilde ifade edilmeli. Dil, kodlama için en önemli aşamadır (Demiray, 2000: 14). Seçilen kod, gönderme sürecinde kullanılacak kanal ya da aracın da seçimini sağlamaktadır (Gökçe, 2006: 35).

Kod açma, kaynak tarafından gönderilmiş olan mesajın alıcı bakımından anlamlandırılması; mesaja yüklenen anlamın analiz edilmesidir. Gönderici tarafından gönderilen iletiler anlamsız izler ve sembollerden, anlamlı bir yapı haline alır. Kod açma işleminin başarıya ulaşması kodlama işleminin yapıldığı kaynak ve kod açma işleminin yapıldığı alıcının ortak deneyimlerde buluşmasına bağlıdır. Bu noktada ortak deneyimlerin kesişmesi, anlamların paylaşılması bakımından önem taşımaktadır. Kod açma işleminde dinleme ve anlamalar önemli bir konudur (Orhon ve Eriş, 2012: 9).

3.2.4. Kanal

İnsanlar birbirleriyle iletişim kurdukları süreçte bir yol izlemelidirler. Kanal, göndericiden hedefe gönderilen mesajın iletiildiği yol olarak tanımlanmakta olup mesajın gönderilme biçimine bağlı olarak kanallarda farklılıklar oluşabilir (Elmas, 2017: 11).

Kanal, mesajın aktarılmasında izlenecek yol, metot veya araçtır. Kanalın, aracın özelliği iletişim çeşidini belirlemektedir. Mesajın iletilmesinde kullanılan aracın, radyo ve televizyon olması durumunda mesaj niteliği ve niceliğinin de değişiklik göstermesi ile alıcının da değişiklik göstermesi, bu duruma örnek verilebilir (Aziz, 2012: 30).

Diğer sınıflandırma şekil de iletişim kanallarını görme, duyma, dokunma, tatma, koku alma olmak üzere beş duyu şeklinde araştırmaktır. Bu sınıflandırmada; iletişim sürecinde iletilen mesajı almada beş duyu organı kullanılacak kanallar olarak görülmektedir. Mesaj; görülen, duyulan, dokunulan vb. bir özellik taşıdığı için mesaj iletilen kişi beş duyusundan birini kullanarak kod açar. Bu sınıflandırmada, iletişimin etkinliğinin artması beş duyudan ne oranda kullanıldığına bağlıdır (Güney, 2001: 214).

Günümüzde özellikle bilgi ve iletişim teknolojisi alanındaki ilerlemeler, iletişim kanallarının hem yapısını, hem de etkinliğini büyük ölçüde artırmıştır. Küresel iletişim kanalları aracılığı ile birbirine bağlı olan milyonlarca bilgisayar, insanlara ve örgütlere gelişmiş bir iletişim imkanı vermektedir. Bilgi işleyen örgütlerde önemli iletişim kanalları arasında elektronik iletişim çeşitlerinden internet, e-mail ve özellikle de örgütsel iletişimde yerel iletişim imkanı veren intranet bulunmaktadır (Tutar, 2009: 62).

3.2.5. Alıcı (Hedef)

İletişim sürecine, mesajın alınması yani mesajın ulaşması istenen kimse için alıcı ya da hedef kavramı yerleştirilmiştir. Alıcı; bir kitabın veya gazetenin okuyucusu, bir mektubun alıcısı, radyonun dinleyicisi ya da ders dinleyen biri olabilir. Kaynağı kişi olarak tanıyanlar veya tanımayanlar arasında fark bulunmamaktadır (Gökçe 2006: 28).

Tüm iletişim süreçlerinde göndericinin, iletinin (mesajın) hedefi olarak seçmiş olduğu bir “alıcı” bulunmaktadır. Alıcı tek bir kişi olabildiği gibi, küme, topluluk veya kurum ve kuruluşlar da olabilir. Kaynağın göndermiş olduğu iletinin hedefe bilgi aktarımı, hedefte tutum ve davranışta değişiklik yapmak gibi bir amacı olduğundan alıcı ya da hedef olmaksızın iletişimi ifade edebilmek imkansızdır (Aziz, 2012: 30).

Alicının mesaja iletilen anlamı verip vermemesine birçok etken sebep olmaktadır. Tam iletişim, kaynağın ve alıcının kullanılan sembollerin anlamlarını bilerek onlara ortak anlam vermesi durumunda kurulur. Kaynak gibi alıcının da iletişim kurma becerisi; iletişim yeteneği, deneyim ve bilgi ile bağlantılıdır (Tutar, 2009: 63). İletişim sürecinde alıcı önemli bir faktör olmasına karşılık alıcıya gereken önemin verilmediği kesindir. Bazen alıcının durumuna dikkat etmeden sürekli olarak mesajlar gönderilir ve kesin olarak mesajın koşullarının yerine getirilmesi istenir. Oysaki davranış bilimleri açısından temelde önemli olan öge alıcıdır. Çünkü iletişimin sürekliliği alıcıya bağlıdır. Alıcı durumunda olan kişilerin (öğrencilerin) sosyo-ekonomik ve psikolojik durumları; eğitim ortamında kaynak konumunda bulunanların üzerinde dikkatle durmaları gereken noktadır (Güney, 2001: 215).

3.1.6. Geri Bildirim (Feedback)

İletişim sürecinin son aşamasında geri bildirim yer almaktadır. Mesajlar kaynak tarafından iletişim kanalları aracılığı ile alıcıya iletilir. Geri bildirim, iletişim sürecinde kaynak aracılığı ile gönderilmiş iletinin ne şekilde ve hangi yönde açıklandığını ifade etmektedir. Mesajın hedef alıcıdaki etki gücü geri bildirim aracılığı ile anlaşılabilir. Geri bildirim iletişim sürecinin denetleme işleyiş biçimidir. Böylece iletişimin istendik düzeyde, etkin ve gerçek biçimde gerçekleşip gerçekleşmediği anlaşılabilir (Erkoç, 2008: 43).

Mesaj alındıktan sonra kodu çözülerek mesaja tepki gösterilen geri bildirimde hedef, mesajı yeniden kodlayarak, uygun bir kanal ile tekrar kaynağa gönderir. Gönderilen mesajın kodlanarak geri bildirim yapılması durumunda, ilk “kaynak”, “hedef” pozisyonuna geçmektedir. Bu döngüsel süreç geri bildirim olarak ifade edilir. Geri bildirim, alıcı ve gönderici arasında geri bilgi iletimidir. Bu durumda gönderici mesajının anlaşılıp anlaşılmadığı konusunda bilgi sahibi olmaktadır. “Tek yönlü iletişim” geri bildirim olmadığını açıklar. “Çift yönlü iletişim” ise geri bildirim olduğunu açıklar. Geri bildirim, bir çeşit denetim mekanizmasıdır (Tutar, 2009: 80-81).

Geri bildirim, daha sonra göndereceğimiz mesajlarımızın nasıl kodlanacağı konusunda bize yeni bilgiler iletir. Yeni bilgiler veya uyarılar ışığında yeni

mesajlarımızı kodlayarak göndeririz. Geri bildirim, sözlü-yazılı anlatım veya sözsüz anlatım olarak gerçekleşebilir. Geri bildirim, kaynak pozisyonundaki kişi ya da kişilerin kendilerini denetlemelerine olanak verir. Geri bildirim, hem olumlu hem de olumsuz olabilir. Olumlu geri bildirim, kaynağın gönderdiği mesajın alıcıda istenilen etkiyi yarattığını ifade ederken olumsuz geri bildirim, kaynağın gönderdiği mesajın alıcıda istenilen etkiyi yaratmadığını ifade eder. Kaynak olumsuz geri bildirim aldığı zaman gönderdiği/göndereceği mesajları denetler ve onları yeniden düzenler. Kaynak olumlu geri bildirim aldığı zaman ise başlatmış olduğu iletişim sürecinin doğru olduğuna inanır ve aynı şekilde mesajını kodlayıp göndermeye devam eder. Geri bildirim önemli bir fonksiyonu da, alıcının iletişim sürecine net olarak katılmasını sağlamasıdır. Kaynak alıcıdan ihtiyaç duyulan geri bildirimleri almaz ise gönderdiği mesajların yarattığı etkiler ile ilgili hiçbir zaman bilgi sahibi olamaz (Güney, 2001: 218).

3.1.7. Gürültü

Gürültü, mesajı alma esnasında mesajın duyulmasına engel teşkil eden bir titreşimdir. Gürültü radyo sinyalinde, gönderme anında dışarıdan eklenen fiziksel bozucu olup gönderici tarafından iletişim kanalına koyulmamıştır. Gürültü bir diyalog anında bir diğer kişinin araya girmesi ile de iletişime katılabilir. Ancak her “gürültü” iletişimde negatif olarak araya giren olarak değerlendirilmemelidir. Gürültü aynı zamanda iletişime zenginlik katan bir faktördür (Erdoğan, 2005: 102).

Gürültü, iletişimdeki mesajın anlaşılmasına ve iletilmesine etki eden her çeşit etken olup iletişim sürecinin tüm basamaklarında yer alabilir. Gürültü, iletişim sürecini bozan ya da iletişimin kalitesine ve etkinliğine negatif olarak etki eden herhangi bir faktördür. İletişimde gürültü kavramına örnek olarak; gereksiz yinelemeler, sözcüklerin anlamını bozan beden dili hareketleri, fiziksel kaynaklar (aşırı sıcaklık, korna sesleri vb.) verilebilir (Bozkurt, 2010: 12).

Gürültü, iletişimin her basamağında karşımıza çıkabilir. Fakat önemli olan, var olan gürültü boyutlarının iletişime engel yaratacak bir seviyede olup olmamasıdır. Radyodan duyulan bir müzik, ders çalışmakta olan iki öğrenci için iletişime engel olan bir gürültü olarak değerlendirilebilir. Bu örnek bazı durumlarda gürültü olarak kabul edilmeyebilir. Örneğin, müzikle ders çalışmayı benimseyenler açısından radyonun çalışması bir gürültü olarak ifade edilmeyebilir (Güney, 2001: 219).

4. İLETİŞİMİN TÜRLERİ VE ŞEKİLLERİ

İletişim türleri kullanılan kodlara göre, sözlü, yazılı ve sözsüz iletişim olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır. Kişinin kendisi ile iletişimi, kişiler arası iletişim, grup iletişimi, örgütsel iletişim ve kitle iletişim şeklinde beş gruba ayırmak da diğer bir sınıflandırma şeklidir (Tutar, 2009: 87).

4.1. İletişim Türleri

İletişim, çeşitli özelliklere göre türlere ayrılmaktadır; iletişimdeki kişilerin hangi ortamlarda, hangi kanalları kullanarak iletileri gönderip aldıkları, araç kullanmaları ve kullanmamaları, verici ve alıcının konumları, sayıları, iletişimin amacı vb. (Aziz, 2012: 51).

İletişim türlerini, sözlü, sözsüz ve yazılı iletişim olarak üzere üç grupta inceleyebiliriz (MEB, 2011: 36).

4.1.1. Sözlü İletişim

Sözlü iletişim (verbal communication) çeşitli şekillerde kurulmaktadır; yüz yüze görüşmeler, toplantılardaki konuşmalar, sözlü brifingler, halka hitaplar, sözlü sunumlar, telefonla yapılan görüşmeler, eğitim kursları, konferanslar, resmi konuşmalar, kurmay toplantıları, komiteler, oryantasyon (yetiştirme, eğitime) programları (Tutar, 2009: 87).

Kişiler arasında gerçekleşmekte olan her çeşit karşılıklı konuşma ve yazışma sözlü iletişimin alanı içerisinde yer almaktadır. Harfler ve kelimeler aracılığı ile kişiler arasında karşılıklı olarak ileti alışverişi ortak sembollerin en önemlilerinden dil olgusu ile gerçekleşir. Dil bireyin kendini ve çevresini anlama ve anlamlandırmasında önemli bir role sahiptir. İnsanlar ürettikleri bilgileri dil sayesinde birbirlerine ileterek anlamlandırır ve iletişime geçerler. Bu noktada sesin tonu, hızı, şiddeti ve vurgusu özel bir öneme sahip olmaktadır (Yatkın, 2003: 53).

İnsanlararası iletişimde sözlü iletişim önemli bir yere sahiptir. Sözlü iletişimde en etkili araç dil olarak karşımıza çıkmaktadır. Konuşma dili olarak da adlandırılmaktadır. Dil bir simgeleştirme süreci olup simgesel kodların temellerini oluşturur. Bir dilin yapısının ve kelime dağarcığının kültürel sistemle yakından ilişkili olması dilin toplumsal ve kültürel bir etkinlik olması ile ilgilidir. Bu bakımdan dil, bireyin dünyayı algılayışında önemli role sahiptir. Dilin yapısı ve kavram dağarcığı, düşünce ve davranışlarımızı net bir şekilde belirlemese de, belirli seçme eğilimlerimize etki eder. Bunun nedeni, dilin dünyaya bakış açımızın ve yaşantılarımızı yorumlayışımızın özel bir şekli olmasıdır (Gürüz ve Yaylacı, 2004: 58).

Örgütlerde birçok yöneticinin günlük işlerin yürütülmesinde seçtikleri sözlü iletişim yöntemi; kişilerin yüz yüze konuşurken gerçekleştirdikleri iletişim şekli olup son derece önemlidir. Sözlü iletişim, yüz yüze yapabileceği gibi telefon ile de gerçekleştirilebilir. Fakat bu durumda yöneticiler kullanacakları sözcüklerin seçimine ve ses tonunu etkili kullanmaya özen göstermelidir. Sözel iletişimin hızlı gerçekleştirilmesi ve bireyin o andaki psikolojik durumuna uygunluk göstermesi güçlü taraflarını oluştururken çabuk unutulma ve belge özelliğinin olmaması zayıf tarafları arasında yer almaktadır (Ertürk, 2000: 123).

Hız ve geri bildirim sözlü iletişimin güçlü üstünlükleridir. Örgütlerde mesajın çok sayıda insandan geçmesi gerektiğinde zayıf yön ortaya çıkar, kararlar ve iletilecek

diğer konuların otorite hiyerarşisinde aşağıya ya da yukarıya sözlü olarak iletildiği durumda mesajların bozulması durumu oluşabilir (Bozkurt, 2010: 15).

4.1.2. Sözsüz İletişim

Sözsüz iletişim de (non verbal communication) kişilerarası ve örgütsel iletişimde gerekli bir araç olarak görülmektedir. Sözsüz iletişimin sözlü iletişimi tamamlayıcı ve yardımcı özelliği vardır (Özkılıçcı, 2011: 70). Sözsüz iletişimde mesajlar; jest, göz ve baş hareketi, beden duruşu, yüz ifadesi, mesafe, temas gibi beden dili elemanları ile yansıtılır. Bu mesajlar, düşmanlık, sıkıntı, güven, saldırganlık, hoşlanma ve benzeri gerçek duygu ve tavırları yansıtma durumlarında sözcüklerden çok fazla önemli role sahiptirler. Diğer insanlar üzerinde yaratılan ilk izlenim esnasında söze dökülmeyen mesajlar oldukça önemlidirler (Baltaş ve Baltaş, 1998: 7).

Sözsüz iletişim, kelimelerin yeterli olmadıkları ya da konuşma imkanının olmadığı durumlarda ortaya çıkar. Bir kelime tüm kişiler için ortak bir anlam taşıyor olsa da bir yüz ifadesi farklı açılardan yorumlanma özelliğine sahiptir. Her yüz ifadesinin kendine özgü anlamı ve mesajı bulunmakta olup kişiler tarafından farklı yorumlar yapılabilir (Sethi ve Seth, 2009: 33-34). Bir diğer ifade ile konuşma dışında, bedensel ipuçları da iletişimin gerçekleşmesini etkiler. Sözsüz iletişim; yüz ifadesi, jest, duruş, vücut hareketi vb. ile oluşturulabilir. Bu durum beden dili olarak da ifade edilmektedir. Sözsüz iletişim, sözlü veya yazılı olarak ifade edilemeyen tüm öğeleri barındırır ve de zaman zaman kelimelerden daha fazla anlam da taşır (Kuşçu, 2014: 7). Fakat iletişimde bazen beden dilini kelimelerden daha fazla kullanırız. Sözlü iletişim etkinliğini artırmak için sözsüz iletişim kullanılır. Yeterli olmayan beden dili, iletişimin etkinliğini azaltırken, olması gerekenden fazla beden dili de iletişim engeli olarak görülmektedir (Tutar, 2009: 93).

İletişimde mesajı aktarırken neyin söylendiğinden çok nasıl söylendiği önemlidir. Albert Mehrabian 1960'lı yıllarda kişiler arası iletişim ile ilgili yapmış olduğu araştırmaları ile bir mesajın %7'sinin sözler, %38'inin ses tonu ve %55'inin beden dili ile aktarıldığını ifade etmiştir ve eğitimlerde halen bu oranlar kullanılmaya devam etmektedir (www.linkedin.com, 18.01.2018).

Örgütlerde iletişim konusunda yapılan çalışmalar, iş görenlerin sözsüz iletişim becerilerinin örgüt içi iletişime önemli katkılarda bulunabileceğini göstermiştir. Söz konusu çalışmalara göre, diğer sözsüz mesajlarını (ses tonu, el ve kol hareketleri, yüz ve göz ifadeleri duruş şekilleri vb. yollarla iletilen sinyaller) zamanında ve doğru bir şekilde anlayabilme becerisi, bozulmaya başlayan bir iletişimi zamanında düzeltme ve insanların beklentilerini daha doğru yorumlama imkanı verme yönüyle de örgütsel iletişimi daha sağlıklı kılmaktadır (Aydın, 2005: 229).

4.1.3. Yazılı İletişim

Toplumsal ve kültürel evrim sürecinin ürünü olarak karşımıza çıkan yazının icadı bürokrasinin kurulup gelişmesine katkı sağlayarak devletin siyasi örgütlenme şeklini de etkilemiştir. Yazı, merkezi bürokrasi ve taşra örgütleri arasında toplumsal hayatın temel ilkelerinin siyasi otorite tarafından eşgüdümlemesi imkanı vermiştir (Orhan, 2008: 24).

Yazılı iletişimin kültürel unsurların aktarılmasında önemli bir görevi vardır. Binlerce yıl öncesine ait bilgilere geçmişten kalan yazılı eserler aracılığı ile ulaşabilmektedir. Türk tarih bütünlüğü açısından en önemli yazılı belgelerimizden olan

Orhun Yazıtlarının geçmiş Türk toplum hayatına dair bilgiler vermesi ve o zamandan bugüne dil ile birlikte kültürün nasıl aktarıldığına kanıt olması bu duruma bir örnektir (Kıraç, 2012: 21).

İletinin yazılı olarak sembollerle aktarılması, yazılı iletişim (written communication) olarak adlandırılmaktadır. İletişimin olabilmesi için okuma, yazma ve yazılanları anlayabilme yetenekleri olmalıdır ve “temel dil varlığı” kullanılır. Bu tür iletişim mektup, kart, davetiye, telgraf, faks, kısa mesaj (SMS), e-posta gibi bireylerarası olabileceği gibi; iş yaşamının gerektirdiği kurum içi yazılı iletişim türleri de vardır. Yazılı iletişim, çalışma hayatında ve özellikle devlet kurumlarında, yerel yönetimlerde, kurumsallaşmış özel iş hayatında ve sivil toplum örgütleri gibi kurum ve kuruluşlarda kullanılmaktadır (Aziz, 2012: 53).

Örgütlerde formel iletişimde mesajın kalıcı olması isteniyorsa yazılı iletişim kurulmalıdır. İletilmek istenen mesajın büyük önem taşıması, teknik ayrıntılar içermesi, karmaşık bir mesaj ve kişiye sorumluluk yüklemesi durumlarında yazılı iletişimden yararlanılmalıdır (Uysal, 2007: 13). Raporlar, mektuplar, hatırlatmalar, bilgisayarda elektronik ortamda yazışmalar, sohbetler, e-mail mesajları vb. yazılı iletişim içeriğinde bulunmaktadır (Robbins, 2005: 140). Örgütlerde yazılı iletişimde kullanılan diğer araçlar; aylık ve özel raporlar, muhasebe raporları, belgeler, makaleler, tutanaklar, basın bildirimleri ve kılavuzlar olarak sıralanabilir ve yazılı iletişim araçlarının diğer şekillerine göre daha resmi ve biçimseldirler. Birçoğu organizasyonların varlıklarını devam ettirebilmeleri için gerekli olup örgütsel etkinliklerin sonuçlarını gösteren, bilgilendirici araçlardır (Uysal, 2007: 13).

Yazılı iletişimde otorite imajının zayıf olması nedeni ile yazılı iletişim, örgütlerde yöneticiler tarafından sıklıkla kullanılmaz. Yazılı iletişimi kurmak zor ve zaman kullanımı açısından sözlü iletişime göre bazı dezavantajları bulunmaktadır. Yazılı iletişimin bazı üstünlükleri de vardır. Göndericinin iletisini tekrar gözden geçirip denetleyebilmesi, bilgileri elde etmeye ve özümsemeye zaman bulması nedenleri ile yazılı iletişim, detayların önemli olduğu durumlarda seçilen bir iletişim türüdür (Tutar, 2009: 94).

4.2. İletişim Şekilleri

İletişim şekilleri genel olarak beş başlık altına toplanabilir; kişinin kendisi ile iletişimi, kişiler arası iletişim, grup iletişimi, örgütsel iletişim ve kitle iletişimi (Tutar, 2009: 94).

4.2.1. Kişinin Kendisi İle İletişimi

İletişim şekillerinden söz edildiği zaman akla ilk gelenler; kişilerarası iletişim, örgütsel iletişim, grup iletişimi ve kitlesel iletişimidir. İletişim alanı incelendiğinde yapılan çalışmaların çoğunluğunu kitle iletişimi oluşturmaktadır. Bu çalışmalar gereklidir. Fakat tüm iletişimlerin başlangıcının ve sonunun kişinin kendisi ve kendisiyle kurduğu iletişim olduğu gözden kaçırılan bir noktadır (Gürüz ve Eğinli, 2008: 3).

Kişinin kendisi ile iletişimi (intra-personal communication), içsel iletişimi olup kişinin kendi kendini motive edip, gereksinimleri ile kafasındaki kimliğini kavramasına yardımcı olan yol, kişinin kendi kendini sorgulayıp, iç iletişim kurmasıdır. Kişinin ihtiyaçlarının, değerlerinin, tutum, davranış ve becerilerinin farkına vararak

düşündüklerini ve hissettiklerini anlama çalışmalarını, kendisiyle geliştirdiği iç iletişimle var olmaktadır (Rogers, 1984: 7).

Kendi iç dünyasını ilgilendiren psikolojik bir durum olan iletişimde içine yönelme; kişinin kendi kendini anlaması ve çeşitli duyu organları arasında gerekli olan ilişkileri kurabilmesi ile ilişkilidir. Yeme ve içme, insan biyolojisi için ne anlam ifade ediyorsa, iletişim de insan psikolojisi için aynı anlamı ifade etmektedir. İnsanın kendi kendisi ile iletişim kurarak, bu gereksinimini gidermeye çalışması iletişime geçme gereksinimini diğer kişiler ile karşılayamadığı durumlarda gerçekleşir (MEB, 2011: 42).

4.2.2. Kişilerarası İletişim

Kişiler arası iletişim (inter-personal communication), insanlar arasında gerçekleşen iletişim olup iletişim olgusu tam olarak iletişim sürecini barındırır. Bir gönderici ve bir alıcı olmak üzere en az iki kişi gereklidir. Kodlama açısından söylenecek olursa bir kodlayıcı (encoder) ve bir kod açımlayıcı (decoder) olmalıdır. Bu tür iletişimin etkili olabilmesi için kişiler arasında ortak simgeler kullanılmalıdır. Kişiler arası iletişim genellikle yüz yüze olan iletişim çeşidi ile yapılmakla birlikte telefonla ya da mektup vb. gibi yazılı araçlar aracılığı ile uzaktan da yapılabilir. En önemli özellikleri arasında kişisel, bireysel olması ile daha özel olması yer almaktadır (Aziz, 2010: 50).

Kişilerarası iletişim; kaynağını ve hedefini insanların oluşturmuş olduğu iletişimdir. Karşılık göstererek iletişim kuran kişiler, bilgi, sembol üretip birbirine ileterek ve analiz ederek iletişimlerini devam ettirirler. İki kişi arasında, genel olarak yüz yüze gerçekleşen iletişim şekli; kişilerarası iletişimdir. Kişilerarası iletişim, genellikle kendiliğinden oluşur. Katılımcılar birbirlerinden en üst seviyede geri bildirimde sahip olurlar. Tarafların karşılıklı olarak gönderici ve alıcı seviyesine geçmeleri nedeni ile roller görece esnekler (Tutar, 2009: 95).

İletişimin temel amacının kişilerarası ilişkilerin kurulup sağlıklı bir şekilde sürdürülebilmesini sağlama olması nedeni ile kişilerarası iletişim, toplumsal ve örgütsel iletişimde temel durumundadır. Ancak şu noktayı da ifade etmekte yarar vardır; iletişim, kişiler arasındaki gereken ilişkilerin kurulmasına fırsat veren bir araç olma yanında toplumsal yaşamın sürdürülebilirliğini de sağlamaktadır. İletişim, toplu bir yaşamın temelini oluşturmaktadır (Güney, 2001: 199).

4.2.3. Grup İletişimi

Küçük gruplar ve takımlar ile yapılan iletişim çeşidi grup iletişimi (group communication) olarak adlandırılmaktadır. Kişilerarası iletişime girmektedir. Aradaki fark; kişilerarası iletişimdeki kişi sayılarının az olması; grup iletişimde ise sayının fazla olmasıdır. Bir kişi bir grup ile iletişime geçer. Mesajı veren tek olsa da alıcı tarafın sayısı olarak fazla olması görülebilir. Bazı durumlarda verici tarafın da bir grup olduğu durumlar vardır. Eğitim kurumlarında sınıf içinde yapılan eğitimdeki iletişim bu iletişim çeşidine örnek olarak verilebilir (Aziz, 2010: 50). Aslında grup iletişimin sınırı, kişilerarası iletişimin sona erdiği yerde başlamaktadır. Bu nedenle grup içi ve gruplar arası iletişim, kişilerarası iletişime fazlaca benzemektedir. Burada iletişim, bir grup olarak hareket etme özelliği edinen kişiler arasında gerçekleşir. Bu durumda grubun ortak özellikleri grup iletişimini önemli ölçüde belirler. Kişilerarası iletişimdeki gibi grup iletişimde de aynı mekânı paylaşma ve yüz yüze gerçekleşme özellikleri vardır. Bazı durumlarda aracılanmış iletişim olarak da gerçekleşebilen grup iletişimi; iletişim

yüz yüze gerçekleştirilebileceği gibi, iletişim teknolojileri vasıtası ile de gerçekleştirilebilir. Telekonferans yöntemleriyle kurulan iletişim, grup içi ve gruplararası iletişimin aracılanmış durumuna bir örnek olabilir (MEB, 2012: 28).

Kendi içerisinde uyumlu gruplarla çalışmak isteyen örgütler, bir yönetici işe alırken ondan çalışmak istediği grubu beraberinde getirmeleri isteğinde bulunabilirler. Bu örgütler, grup uyumunun öneminin farkına varan örgütlerdir. Yöneticinin yeni işyerine uyumda mevcut çalışanlarla problem oluşabilmesi, çalışanların yeni yöneticiyi kabullenme ve benimseme süresinin uzun olabilmesi, bu isteğe neden gösterilebilir. Bir yöneticinin daha önceki örgütte uyumlu ve başarılı olarak çalışmış grubuyla yeni örgütte de çalışması örgütün verimliliği açısından artış sağlayacaktır (Kılınçarslan, 2016: 174).

4.2.4. Örgütsel İletişim

Daha önce açıklanan iletişim şekillerinden farklı çerçevesi olan örgütsel iletişim (organizational communication), kelimelerden de anlaşılacağı gibi bir örgüt, kurum ya da kuruluş içinde gerçekleşen iletişim çeşididir. Genellikle iş hayatının gerektirdiği iletişim şekli, bir kurum ya da kuruluşun içinde, işin yapılması için gereken iletişim şeklindedir (Aziz, 2010: 61).

Örgütte çalışan kişi ve grupların, kurumun ortak amaçları doğrultusunda gerçekleştirdikleri mesaj alışverişi örgütsel iletişimdir. Modern örgütler açısından mesaj alış-verişi, zorunlu bir faktördür. Günümüzde örgütler, çalışmalarını değişen ve dinamik bir ortamda devam ettirmektedirler. Dinamik çevre, örgütleri açık sistem olarak örgütlenmeye zorlamakta olup açık sistem şeklinde örgütlenme iletişime, örgüt çevresi arasında ilişki kurma noktasında hayati bir önem yaratmaktadır. İfade edilen önem, çevreyi sürekli izleme ve çevresel değişimleri yorumlayıp geleceğe dönük politika ve stratejiler geliştirme gereksiniminden kaynaklanır. Çevre ile ilişki sadece iletişime kurulabilir (Tutar, 2009: 158).

Örgütsel iletişim, örgütsel yönetimin bir parçasıdır ve birbirlerinden ayrı düşünülemezler. Yönetimin her çeşit etkinlik ve fonksiyonu iletişimi etkiler. Örgütlerde iletişim yönetimi sadece insan iletişimini kapsamaz aynı zamanda bilgisayar, elektronik posta gibi modern elektronik ofis araçlarının yönetimini de kapsamaktadır (Trece ve Kleen, 1998: 34).

4.2.5. Kitlese İletişim

İletişimin kitle iletişim araçları ile yapılan şekli kitlese iletişimdir (mass communication). Günümüzde kısaltılmış adı ile “medya” olarak isimlendirilmektedir. Yüz yüze ya da diğer iletişim kanalları ile ulaşılamayacak sayıdaki çoğunluğa kitlese iletişim araçları ile iletiler transfer edilir. Alıcı tarafın sayısal çokluğu, kullanılacak iletişim kanalını da belirler. Bazı kitle iletişim araçları ile milyonlara varan sayıda alıcıya seslenilebilir (Aziz, 2010: 61).

Bilgilerin ve sembollerin, bazı hedefler kapsamında üretilerek geniş kitlelere iletilmesi ve gönderilmiş mesajların analiz edilme süreci, kitle iletişimi olarak adlandırılmaktadır (Kılınçarslan, 2016: 177).

Janowitz, 1968 yılında kitle iletişimi için yapmış olduğu ve bugün de geçerliliğini koruyan tanım; teknolojik araçları içerisinde barındıran uzmanlaşmış kuruluşları, sembollere dayanan içerikleri, dağınık, heterojen ve geniş bir kitleye ileten kuruluşları kapsamaktadır (Kılınç ve Eriş, 2016: 125).

Görsel araçlar, radyo, gazete gibi basılı yayınlar, internet kitle iletişiminde kullanılan belli başlı araçlardandır. Kitle iletişim araçları mesajı çoğaltır ve hızlı bir biçimde alıcıya iletir. Kitle iletişim araçları fonksiyonları arasında eğitmek, haber vermek, eğlendirmek, dış dünyayı gözlemlememize yardımcı olmak, kültürün kuşaklar arasında iletilmesini, mal ve hizmetlerin tanıtımını yapıp satılmasını sağlamak yer almaktadır (Yüksel ve Zıllıoğlu, 2004: 93-94).

Toplum, içerisinde bilgi, duygu ve düşüncelerin paylaşıldığı ilişkiler toplamı olarak tanımlanmaktadır. Kimse çevreden soyutlanmış hayat sürdüremez; insanlar belirli bir çevrede bir araya gelerek ilgi ve ilişki alışverişini devam ettirerek, bilgi paylaşım yaşarlar. İletişim insanlarla birlikte ortaya çıkar ve mesajlara anlamı insanlar yükler. Bu sebep ile iletişim çalışmaları; kişilerin birbirleriyle ve toplumla bağlarını, eğlenmeyi, eğlendirmeyi, öğretmeyi, öğretilmeyi içerir. Toplumsal iletişim, gayri resmi bir iletişim şekli olmasının yanında, kendisini oluşturan dil ile yakın bağlantı içerisindedir. Üst seviyede bir uğraş olan toplumsal iletişim, iyi kurulduğunda insanın “toplumsal bir varlık” olarak başarıya ulaşması kaçınılmazdır, bu alanda başarısızlıkta katlanılacak olan ise yalıtılmak ve yalnız kalmaktır (Tutar, 2009: 105).

5. ÖRGÜTSEL İLETİŞİM

5.1. Örgütsel İletişimin Tanımı ve Anlamı

Bir işletme içerisinde insanlar, alet ve makineler, binalar, kuruluş yeri, çalışma şartları, finans araçları vb. gibi çeşitli faktörler arasında esas ilişkilerin yürütülmekte olduğu yapılar, örgüt olarak adlandırılmaktadır. Örgütlerin belirlenmiş amaçlara erişebilmeleri için örgüt elemanları amaç yönünde bir araya getirilmelidir. İfade edilen etkinlikler dizisi yönetimin örgütlenme işlevi ile gerçekleşmektedir. İletişim, her örgütlenme ve eşgüdüm fonksiyonunun zorunlu unsurudur (Tutar vd., 2017: 85).

İletişim, İnsanları birbirine bağlayan ve sosyal bir grup olarak, düzenli bir şekilde etkinliklerini sağlayan bir faktör olarak değerlendirilen iletişimdeki ilişki, iki kişiyi veya grubu birbirine bazı zamanlar yaklaştırıcı bazı zamanlarda uzaklaştırıcı doğrultuda rol alır. Grubu oluşturan kişiler arasında, bilgi, fikir ve duyguların karşılıklı olarak aksamadan aktarılması saplanarak etkin bir grup çalışması yapılabilir. Kısaca iletişimin örgüt faaliyetlerinin temelini oluşturmakta olduğu söylenebilir (Eren, 2000: 333).

Günümüzde küreselleşen dünya ile örgütlerde verimliliği artırabilmek, toplam kaliteye ulaşabilmek, insanların hafızasında olumlu izlenim oluşturabilmek, kaliteli personelleri işletmeye çekebilmeyi başarmak için çalışanlarla etkin iletişim kurma ve yönetime katılımların sağlanması oldukça önemlidir. Rekabetin yoğun olarak var olduğu ekonomik yapıda, müşterinin memnun olması, iç müşterinin/çalışanların doyumuna ulaşmasına bağlıdır, dolayısıyla işyerinde mutluluğa ulaşamamış bir çalışanın, ilişkide olduğu kişileri memnun etmesi beklenemez (Peltekoğlu, 2001: 338).

Örgütsel iletişim örgütün dış çevresi ve örgüt içi çevre ile gerçekleştirmiş olduğu iletişimi, planlı ilişkiyi; örgüt içerisindeki iletişimi içeren, örgütün sürekliliğinde önemli role sahip tüm iletişim ilişkilerini kapsamaktadır. Amaçları ve hizmetleri ne olursa olsun örgütler içteki ve dıştaki bütün çalışmalarını bir uyumlu şekilde yürütme durumundadırlar. Örgütsel iletişim de bu düzeni sağlayan temel nokta rolüne sahiptir (Kılınçarslan, 2016: 156).

Çalışanlar açısından değerlendirildiğinde örgütsel iletişim; çalışanların örgütü tanıma, güvenme, işe bağlılık duyma ve iş süreci sürekliliği bakımından önem taşımaktadır (Kılınçarslan, 2016: 158). Çalışanların iletişim bakımından memnuniyet yaşadıkları örgütlerde performans, verimlilik, karlılık ve müşteri odaklı çalışma alanlarında pozitif veriler elde edilmiştir. Diğer yandan stres, iş bırakma ve işe gelmeme oranlarında azalmalar olduğu da elde edilmiştir (Eroğlu ve Özkan, 2009: 52).

Örgütsel iletişime yönelik yapılan tanım ve açıklamalar değerlendirildiğinde şu sonuçlara ulaşmak olasıdır (Atak, 2005: 60):

- İnsanların bir araya gelmesini sağlayan bir güç olan örgütsel iletişime, işletme kurmayı isteyen kişinin, kurmak istediği işletmeye dair düşüncelerine ortak olabilecek ya da katılabilecek kişiler ile bir araya gelmesinin gerekli olduğu örnek verilebilir. Bu noktada etkin bir iletişim gücü gereklidir.
- Örgütsel iletişim, ortak bir amaç için bir araya gelmiş kişilerin işbirliği ve uyumunu oluşturan süreç olarak ifade edilebilir.
- Örgütsel iletişim, örgütün çevresiyle olması gereken uyumu oluşturan süreçtir.
- Örgütsel iletişimin yönetim tarafından belirlenen bir işleyiş olması ile birlikte, çalışanların sosyal ve psikolojik gereksinimlerine bağlı olarak oluşan, programlanmamış iletişim paylaşımlarının var olduğu doğal bir görünümü de aktarmaktadır.

Örgütsel iletişim süreci, örgütteki üyeleri birbirine bağlayarak örgüt ile çevrenin etkileşimine katkıda bulunan, örgütün oluşmasına ve yaşamasına imkan verir. Örgütlerin amaçlarına ulaşabilmelerinin bu sürece bağlı olması bakımından örgütsel iletişim, yönetimin temel fonksiyonlarından biridir. Örgütlerin belirlenen amaçlara ulaşım sağlayabilmeleri örgüt unsurlarının belirli olan amaçlar yönünde bir araya gelmesini gerekli kılar. Faaliyetler dizisi örgütleme fonksiyonu ile gerçekleşir. İletişim, örgütleme ve koordinasyon fonksiyonlarının zorunlu unsurudur. İletişimsiz örgütleme ve koordinasyon yürütülmesi düşünülemez (Karcıoğlu vd., 2009: 65).

Etkili bir iletişimin örgütler bakımından büyük faydaları olacaktır. Örgütlerde iletişim, bilgilerin paylaşılıp çaba ve gayretlerin birleştirilmesine yardımcı olmak, çalışanların iş tatminini ve örgüte olan bağlılıklarını da artırmak bu faydalar arasındadır. Bilgilendirici ve katılımcı bir yönetim şekli benimsenerek yalın bir hiyerarşik düzenleme yapıldığı zaman ast-üst ilişkilerinde açık iletişim uygulanması ile çalışanların iş yapma isteklerinde de artış olacaktır. Çalışanların verimli işler çıkarıp performanslarını artırmaları etkili iletişim ortamında beklenen bir durumdur (Argon ve Kösterelioğlu, 2009: 45).

5.2. Örgütsel İletişimin İşleyişi

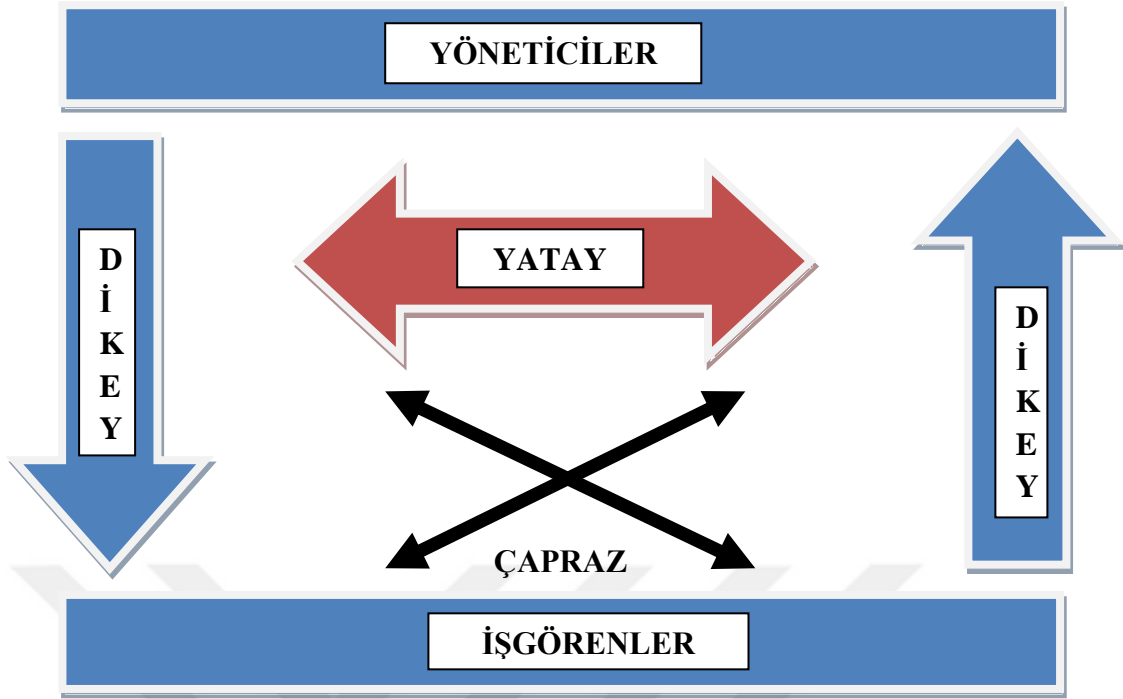
Örgütsel iletişim formel ve informal iletişim olmak üzere iki başlık altında incelenmektedir. Formel iletişim örgütte örgütsel kurallar yönünde oluşturulan, örgüt üyelerinin kişiliklerinden soyutlandıkları, konumlar arası bir iletişim biçimidir. Informel iletişim; çalışanların oluşturmuş oldukları biçimsel olmayan gruplar arasında gerçekleştirilen kişilerarası iletişim şeklidir (Gürgen, 1997: 63).

5.2.1. Biçimsel (Formel) İletişim Yöntemleri

Formel iletişim; işletmenin örgütsel yapısı doğrultusunda meydana gelen iletişim sistemidir. Biçimsel iletişime bağlı şekilde ast ve üstler arasındaki bağ işlevsellik kazanmaktadır. Formel iletişimin amacı grup için gerekli bilgiyi elde etme, çalışanların işten tatmin olmaları amacıyla istenen tutumu oluşturma ve ilgili kişilere gerektiği zaman bilgi aktarımı yapmaktır (Ertürk, 2000: 162).

Biçimsel iletişim sistemi, örgütün hiyerarşik yapısı ile bağlantılı ve çevresi ile bilgi aktarımı gerçekleştiren kanalları gösterir. Biçimsel olmayan iletişim; örgüt içerisindeki doğal grupların, arkadaş, aile vb. ihtiyaçlarını giderme yönünde işleyen ve kişisel ilişkilere dayanmakta olan örgütsel iletişim kanallarını gösterir (Gürüz ve Yaylacı, 2004: 53).

Biçimsel iletişim organizasyonun çeşitli organ, unsur ve görevleri arasındaki bağın ve koordinasyonun kurulmasını sağlama yanında örgütsel bütünlüğü sağlama, sorumlulukları belirleme ve görevlerin yerine getirilme rolünde sahiptir. Biçimsel kanallar; farklı görev ve sorumluluk alan çalışanlar arasındaki koordinasyonu gerçekleştirerek dikey, yatay ve çapraz akış yönü olmak üzere üç yönde hareket halindedirler (Ölçer ve Koçer, 2015: 343-344). İş görenlerin, yukarıdan aşağıya ve aşağıdan yukarıya doğru kurmuş oldukları dikey iletişim olarak adlandırılır. Örgütlerde iletişim, normal koşullarda yukarıdan aşağıya yönlüdür. Fonksiyonel ilişkilerden kaynaklanmakta olan yatay iletişim, eşit ya da benzer seviyeye sahip olan kişiler arasında kurulur. Çapraz iletişim ise örgütsel hiyerarşinin farklı basamakları arasında kurulur (Tutar vd., 2017: 95).



Şekil 5.1. Formel İletişim Kanalı (Tengilimoğlu ve Öztürk, 2004: 61).

5.2.1.1. Dikey İletişim

Dikey iletişim, hiyerarşik yapılaşmanın sonucu oluşarak üst kademedeki yöneticilerle alt kademedeki işgörenler arasında iki yönlü olarak gerçekleşmektedir. Üstler, belirli amaçlar yönünde çeşitli konularla ilgili olarak oluşturmuş oldukları kararları; komut ve talimatlar biçiminde yukarıdan aşağıya iletirler. İşgörenler verilen komut ve talimat sonuçlarını, değişen dilek ve istekleri, yakınma ve önerileri üste iletirler (Şimşek, 2011: 167).

Dikey iletişimin ilk türü; üst yönetimden alt seviyelerdeki çalışanlara doğru mesaj aktarımını sağlayan “aşağı doğru iletişimdir”. Aşağı doğru iletişim, bir yöneticiyle astları arasında resmi ya da gayri resmi bir görüşme şeklinde kurulabilir ve aşağı doğru iletişim elektronik postalar, kısa notlar, eğitim kılavuzları, mektuplar ve ilan panoları ile gerçekleştirilebilir (Boone vd., 1997: 21). Dikey iletişim, örgütün hiyerarşik yapısında, üst ve alt kademeler arasında emir ve bilgi akışını sağlar (Tutar, 2009: 171).

Koordinasyon, denetim ve güdülenme yaratmada önemli bir araç olan dikey iletişim; yukarıdan aşağı ve aşağıdan yukarı şeklinde gerçekleşir. Dikey iletişim ile denetim sağlanır. Astlar kendilerine verilen komut ve talimatlara yönelik gerçekleştirmiş oldukları faaliyetler ile ilgili raporları yukarı doğru iletirler. Dikey iletişim bir örgütte etkin şekilde gerçekleştirildiğinde bilgi serbest olarak dolaşır, astlar yapılması gerekeni net bir şekilde kavrar ve performansları hakkında geri bildirim sahibi olabilirler (Gümüştuyu vd., 2008: 193-194). Fakat bu tarz iletişimdeki mesaj yazılı şekilde sade bir dil ile kaleme alınmalı ve hızla alt konumlara iletilmeli. Dikey iletişimin etkinliği, önemli oranda tepe yönetimin astlara rahat ve özgür iletişim ortamı hazırlamaları ile ilgilidir (27.03.2018, www.ekodialog.com).

5.2.1.2. Yatay İletişim

Aynı hiyerarşik seviyedeki yönetici veya işlevsel bölümler arasında (üretim, pazarlama, personel, muhasebe, finansman, halkla ilişkiler vd.) oluşan problemlerin giderilmesi, koordinasyonun sağlanması veya örgütsel işleyişe hız kazandırılması amaçları ile ve herhangi bir biçim koşuluna bağlı olmadan yürütülen ve genellikle sözlü olarak gerçekleştirilen iletişim, yatay iletişim olarak adlandırılmaktadır (Şimşek, 2011: 167-168). Bir diğer ifade ile yatay iletişim, aynı veya benzer basamaktakilerin, rutin çalışmaları esnasında oluşturmuş oldukları iletişimdir. Yatay iletişim, örgütsel hiyerarşide, eşit konumdakiler arasında kurulan iletişimdir. Planlama ve denetim fonksiyonu daha çok dikey iletişim kurularak yerine getirilir. Yönlendirme ve eşgüdüm fonksiyonu ise yatay iletişim ile gerçekleştirilir. Yatay iletişime genel olarak iş akışı ilişkileri, çalışma grupları arasındaki iletişim, çalışma grupları ve farklı bölümlerdeki grup üyeleri arasındaki ilişkiler ve kurmay ilişkiler kaynak oluşturur (Tutar vd., 2017: 97).

Örgütlerde aynı düzeyde bulunan bölüm yöneticileri ve çalışanlar, ortaklaşa bağlı oldukları üst kademeye başvurmadan iletişim kurmak için yatay kanallardan faydalanırlar. Yatay iletişim kanalları, benzer konumlardaki yöneticilerin iş birliği yapmak için aralarındaki ilişkiyi doğrudan doğruya ilerletmelerine önemli derecede katkı sağlar. Otoriter yönetim yapısının hakim olduğu kurumlarda dahi özellikle emir ve talimatların iyi anlaşılabilmesi için dikey iletişim yetersiz kaldığı durumlarda yatay iletişim kurulur. Hiyerarşik yönetim modelinin yaratıcılarından Henry Fayol, sadece hiyerarşik ilişkiler var olan bir kurumda, iletişim çatışmalarının ve sorunlarının artacağı, yatay iletişimin bu çatışmaların çözümüne katkı sağlayacağı yönünde açıklamada bulunmuştur (Tutar, 2009: 175).

Yatay iletişim çalışanlar arasında sosyal bir bağ oluşmasını destekler, işten ayrılma ve yıkıcı davranışlara engel teşkil etmede etkili bir güçtür (Akyüz ve Yılmaz, 2015: 138). Örgütsel koordinasyon ve sorun giderme için kanal sağlamak, yatay iletişimin temel amacını oluşturmaktadır. Aynı zamanda yeni fikirlerin doğmasına katkısı olabilir ve çalışanları aynı türden çabaların tekrarından kurtarmayı sağlayabilir (Aktan, 2014: 21). Bir örgüt içerisindeki kurmay ve fonksiyonel ilişkinin gelişmesine de katkı sağlayan yatay iletişim, örgütsel faaliyetleri koordine etme, aynı düzeydeki diğer yöneticileri ikna etme, etkinlikler ve duygular ile ilgili bilgi edinme amacı yönünde kurulur (Ölçer ve Koçer, 2015: 344).

5.2.1.3. Çapraz İletişim

Örgüt hiyerarşisindeki farklı seviyedeki bölümlerinin, basamaksal kanalları kullanmayarak kurdukları iletişim şekli çapraz iletişim olarak adlandırılmaktadır. Çapraz iletişim, kompleks ve çoğu zaman uzun olan dikey kanalların sakıncalarının çözümlenmesi ve sıra dışı zamanlarda kısa sürede gereken işbirliğinin sağlanmasında önemlidir (Ölçer ve Koçer, 2015: 344).

Çapraz iletişim kavramı farklı departmanlarda ve farklı seviyelerde bulunan kişiler arasındaki iletişimi ifade etmek için kullanılır (Tanrıverdi vd., 2010: 106). Bir örgütte farklı departmanlardan belirli bir konu üzerinde çalışmak amacı ile bir araya getirilenler (çapraz iletişimli takımlar kurulduğunda) işletmelerin tek bir bakış açısıyla elde edecekleri sorun giderme yolları yerine farklı bakış açıları sunacaklardır. Bu durum örgüte daha yenilikçi ve yaratıcı özellik kazandırır (Saraçoğlu ve Duran, 2009: 147).

Sorunları giderme ya da süreç geliştirme amacı doğrultusunda çalışan grupların ele aldıkları konuyu tam anlamı ile analiz etmeleri ve çözüm yaratmaları, problemi çok yönlü görebilme ve tanımlayabilme ile ilgilidir. Bu sebeple, çapraz iletişim ne derecede yoğun olarak kurularsa, eşgüdümleme açısından o derecede faydalı olur. Çapraz iletişimle, çalışanlar işleri ile ilgili fonksiyonel üstlerini bilgilendirerek üstlerinin bilgi ve görüşlerinden yararlanma fırsatına sahip olurlar. Bu durum sorumluluk duygusunun gelişmesini sağlar. Örgütte çapraz iletişimin varlığı, İnsanların örgüt içinde empatik iletişim gerçekleştirme becerilerinin gelişmesini çapraz iletişim etkilemektedir (Tutar, 2009: 177).

5.2.2. Biçimsel Olmayan (Informel) İletişim Yöntemleri

Çalışanların oluşturduğu biçimsel olmayan gruplar ve bu gruplar arasında gerçekleşen kişilerarası iletişim, informal iletişim olarak adlandırılmaktadır. Örgütlerde iletişim genel olarak biçimsel şekilde devam ettirilmekle birlikte, bazı zamanlarda işlere hız kazandırmak amacı ile biçimsel haberleşmenin katı kuralları dışına çıkılarak hızlı bilgi alışverişi seçilebilir. Bu nedenle bazı durumlarda işleri hızlandırmak, bazı durumlarda da örgütte oluşan gayri resmi grupların sonucunda ortaya çıkan biçimsel olmayan iletişim kanalları, örgütteki yetkili herhangi bir kişi ya da kurum tarafından örgütlenmeyen iletişim şekli “biçimsel olmayan iletişim” olarak ifade edilir (Şimşek, 1997: 199). Örgüt içindeki samimi ilişkilerden kaynaklanan iletişimde bir üst otoritenin haberi olmadan bilgi paylaşılmaktadır.

Informel iletişim örgütlerde sosyal ilişkileri geliştirir, biçimsel iletişimi kuvvetlendirir ve sosyal sermaye üzerinde olumlu etkiler yaratır. Bu duruma açık kapı politikası, ofis dışına çıkarak çalışanların arasında olarak yönetim gibi uygulamaların işgörenleri yöneticileri ile rahat iletişime geçmeleri konusunda cesaretlendirmesi örnek verilebilir. Yöneticiler ve çalışanlar arasındaki güç aralığını azaltma yönündeki yaklaşımlar, kademeler arası açık ve serbest bir bilgi akışı oluşmasına imkan verir (Özarallı ve Torun, 2011: 103).

Araştırmalara göre, informal iletişim sürecinde yer alan mesajlar formal iletişim süreci mesajlarına oranla daha seri yayılmaktadır (Crampton vd., 1998: 570).

Informel iletişim, temennilerin, şikâyetlerin ya da önerilerin üstlere iletilmesinde, aşağıdan yukarıya iletişimin etkin bir aracıdır. Örgüt çalışanlarının moralini artırarak örgütte birlik ruhunun gelişmesine katkıda bulunan informal iletişim, örgütsel bağlılığı artırır. Informel iletişim, örgütlerin çevredeki değişikliklerden zamanında haberdar olmasını sağlayarak önemli bazı kararların zamanında alınmasına imkan verir (Bektaş, 2014: 98). Informel iletişim, örgütlerde takım çalışmasının ve görevlerin etkin ve verimli bir biçimde yerine getirilmesini sağlayarak aynı zamanda, örgütün çevresindeki değişiklikler ile ilgili olarak zamanında bilgi almasını ve değişen şartlara uyma yönünde iç yapısında gerekli değişiklikleri sürekli ve etkin bir şekilde gerçekleştirmeyi sağlar (Eroğlu, 2005: 206-207).

Informel iletişimin bazı sakıncaları da bulunmaktadır. Informel iletişim yeterince önem arz etmezse, süreçteki bazı olumsuz etkiler örgüt işleyişine zarar verir. Birçok faktörün etkilediği iletişim olgusu bazı durumlarda kontrolden çıkıp zehirli bir hal alarak çalışanlar arası var olan ilişkilere zarar verme konumuna geçer (Eğinli ve Bitirim, 2008: 124).

Bilindiği gibi, informal iletişim kanalları aşağıdan yukarıya, yatay ve çapraz yönde işleyebilmekte, örgüt şemasında görülmeyen esnek ve önceden tahmin edilmeyen bir yol izlemektedir. Bu şekilde işleyiş sonrasında alıcı, kendisine iletilen bilgilerden

göndericiyi sorumlu tutmamaktadır. Dolayısıyla bu derece esnek olan bir mesaj akışında sorumluluğun kime ait olduğu çoğu zaman net değildir. Sorumluluk ile ilgili bu belirsizlik ise kişileri mesaja müdahalede daha rahat bir konuma getirebilmektedir. Bir diğer ifade ile kişiler sorumluluğun belirsiz olmasından yararlanarak hayal gücünü çalıştırmakta, mesaja istediği biçimde ilave yapma, eksiltme, onu anlama ve analiz etme özgürlüğüne kavuşabilmektedirler. Bu tür bir özgürlük, informal iletişimin tehlikeli durumlara neden olması itibariyle informal iletişimin en büyük sakıncaları arasında yer almaktadır (Yıldız, 2005: 56).

Biçimsel olmayan iletişim birçok yarara sahiptir. Gereksinimler doğrultusunda ortaya çıkması yanında asılsız söylentilere ve dedikodulara dikkat edilmelidir. Asılsız söylentiler ve doğru olmayan dedikodular moral bozukluğuna neden olarak üretkenliğin düşmesine neden olabilir. Negatif söylenti ortaya atıldığında örgütün zarar almaması veya en az zararı alarak durumu atlatabilmesi için izlenebilecek stratejiler şu şekilde sıralanmaktadır (Dubrin, 1997, Akt., Küçük vd., 2014: 110-111):

- Söylentiye tamamiyle asılsızca geri çevirmek gerekir, çünkü bir süre sonra kendiliğinden unutulacağı için söylenti tamamiyle asılsızca geri çevrilmelidir.
- Söylentide doğruluk payı bulunuyorsa doğru olan bölüm kabullenilmelidir.
- “Yorumsuz” cevabı evet olarak algılandığı için yorum yapmak gereklidir.
- Söylentinin reddedilme durumu olduğunda doğru bir temele dayandırmak gerekir.
- Söylenti ile ilgili açıklama yapmaya ihtiyaç duyulduğu zaman gerekli açıklamaları yapan yetkililer dengeli davranmalıdırlar. Bir yetkilinin söylediği öteki yetkili tarafından reddedilmemelidir.
- Çalışanları desteğini almak için görüşmeler yapıp açık bir tartışma ortamı tahrip edici söylentiler ve dedikodulara engel teşkil edebilir.

Yöneticiler, informal iletişim sürecinde, meydana gelen sorunlarla mücadelede dikkatli davranmalılar. Informel iletişim, sürecine önem verilmediği ya da iyi yönetilemediği durumunda örgütlerde yıkıma neden olabilir (Bektaş, 2014: 99).

Örgütün gereksinimlerini karşılamak için örgütler, formal iletişim kanallarını resmi olarak oluştururken, insanlar da bu yapının kendi gereksinimlerini karşılayamaması sebebi ile psiko-sosyal ihtiyaçlarını karşılamak üzere gayri-resmi olarak informal iletişim kanallarını oluşturmaktadırlar (Yıldız, 2005: 45).

Örgütlerde birçok informal iletişim kanalı yer almaktadır. Örgütlerde kullanılan informal iletişim kanallarının temel olanları şunlardır (Koçel, 2007: 410):

- Informel gruplar,
- Yöneticiler tarafından gerçekleştirilen informal ziyaretler,
- Kurum içi sohbetleri,
- Laf taşıyıcılar,
- Dedikodu ve söylenti ağı,
- Şakalar,
- Informel sanal iletişim kanalları,
- Sosyal etkinlikler.

Örgütlerdeki yönetimlerin göremediği konulara ışık tutma noktasında temel informal iletişim kanallarının başında örgütlerdeki informal gruplaşma, bir örgütte dostluk-arkadaşlık ilişkisi ya da grup üyelerinin çeşitli ihtiyaçları yer almakta olup ihtiyaçlar ile ortaya çıkar. Bazı durumlarda grup üyeleri yönetim kademelerinin göz ardı ettiği konular ile ilgili dikkatleri çekip yönetim kademelerine yeni bir kapı açarlar. Yöneticiler bazı zamanlar örgüt çalışanları ile sohbet etme imkanı elde ederek ya da

onlarla birlikte sosyal faaliyetler içerisinde yer alarak çalışanlardan, örgütsel konular ile ilgili olumlu ya da olumsuz geribildirimlere sahip olurlar. Gerçekleştirilen sohbetler veya sosyal etkinlikler anında kendilerine iletilen problem, şikâyet ya da öneriler ile yöneticiler kendilerine aynadan bakma imkanı elde ederler. Söylemek istenip de söylenemeyen konuların ortaya çıkmasında etkinlikler ve sohbetler anında çalışanlar tarafından yapılan şakalar ya da iğnelemeler etken olabilir (Bektaş, 2014: 100-1001).



6. ÖRGÜTSEL İLETİŞİM ETİĞİNİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

Her geçen gün günlük hayatta daha fazla yer alan etik kavramı Batı dünyasında son onlu yıllarda farklı uğraş ve faaliyet alanlarında detaylı olarak derinlemesine araştırılmaya, etik kapsamındaki tutum ve davranışlar etik değerler açısından incelenmeye ve yorumlanmaya başlanmıştır. Ülkemizde de son yıllarda etik kavramı konusunda önemli çalışmalarda artış olmuştur (Aydın, 2006: 13).

Günlük hayatta fazlaca yer bulan etik kavramı bilimsel ve toplumsal ilişkilerde toplu olarak kabullenilmesi gerekli kurallar ve bu kurallara uyularak var olan davranışlar olarak tanımlanmaktadır (Kırlioğlu ve Akyel, 2003: 59).

Ahlak ve etik, toplumda kabul gören, örf ve adetlerin, değer yargılarının, normların ve kuralların oluşturmuş olduğu değerler bütünü olarak tanımlanır. Etik kavramının İngilizce karşılığı “ethics” ve “morality” sözcükleri sırasıyla; Yunanca “ethos” ve Latince “mos” sözcüklerinden türetilmiştir. Latince “ethicus” sözcüğünden türetilmiş olduğu da kabul edilmekte olup bu anlamıyla “etik” kişilerin bireysel ve toplumsal ilişkilerinin düzenleyen kuralların tamamı olarak tanımlanır (Tutar ve Yılmaz, 2003: 53).

Ahlaki davranış, eylem ve yargıları ilgilendiren bir konu olarak etik, felsefe ve bilimin önemli bir parçası olarak sistematik bir çalışma alanı haline gelmiştir. Ahlak yanlış-doğru, iyi-kötü, erdem ve kusur ile davranışları ve bu davranışların sonuçlarını analiz ile ilgili olup ahlak felsefesi ya da etik, ahlakı konu edinen felsefe dalıdır. Kullanılan ahlak terimlerini ve ahlaki yargıların konumlarını değerlendiren etik, ahlaki tutumların arka planında bulunan yargıları ele almaktadır (Nuttall, 1997: 15)

Etik kavramı; kişilerin kültürel birikimleri, üyesi oldukları ırk, din ve ekonomik refah gibi unsurlardan etkilenebilmektedir. Bu nedenle kavram, öznel olarak değerlendirilmektedir. İş hayatında da var olan etik ilkelerin uygulanması, bu unsurlardan büyük ölçüde etkilenmekte olduğunun bir göstergesi olarak karşımıza çıkar. Etik kuralların varlığı, kuralları herkesin bilmesi ve kurallara değer verilmesi, etik kuralların her kesim tarafından uygulanması anlamına gelmemektedir. Etik kuralların uygulanmasında sosyal faktörler dışında psikolojik ve ekonomik faktörler de önemli bir konumdadır (Kurnaz ve Gümüş, 2010: 158).

İyi niyet kavramı etiğin dayandığı temel şart olarak ifade edilebilir. İyi niyet kavramı kişinin iyi olarak kabul edilmiş olanı fiilen kendi hareketlerinin ilkesi haline getirmesini anlatır. İyi niyetin bulunmadığı, hoşgörü, uzlaşma, anlama ve ahlaki olana karşı net olunmayan bir durumda etik düşüncelerin bir değeri ve önemi de olmamaktadır (Pieper, 1999: 19). Böyle bir ortamda insanlar çeşitli haksızlığa uğrayabilecekleri için güvenin varlığını hissetmeyeceklerdir. İnsanların doğru davranışlara yönlendirilmesini sağlayan etik değerlerin mevcut olması daha uyumlu ve huzurlu bir ortamın oluşmasını sağlayabilir. Bireysel ve toplumsal ilişkilerde toplu olarak benimsenmiş olması gereken kurallar ve bu kurallara uyma ile oluşan davranışlar etik değerler olarak tanımlanır (Kırlioğlu ve Akyel, 2003: 59).

Bireysel davranışları öncü olarak alan ahlak ilkeleri tamamı olan etik, ülkelerin toplumsal kültüründen etkilenen ahlaki değerlerin ilerisinde, evrensel ve genel geçer kurallar oluşturmaktadır (Filizöz, 2011: 6). Etik, insan davranışlarının doğruluğunu ya da yanlışlığını analiz etmede kullanılan ölçütler ile ilgilenir. Bu sebeple yalnızca uyulması gereken etik ilkeler değil; etik dışı davranışların da tespit edilmesi önem teşkil eder (Yılmaz ve Altinkurt, 2009: 73).

Raymond Baumhart'ın yapmış olduğu bir çalışmada yüz iş adamına, “etik nedir?” sorusu sorulmuş olup verilen bazı cevaplar şunlardır (Hitt, 1990: 97):

- Görüşmeden önce etik kavramının anlamına sözlükten baktım ve hiçbir şey anlamadım.
- Etik, duygularımın bana doğru olduğunu söylediği şeydir. Standardı bulunmamakta ve bu durum problem yaratır.
- Etik, bireysel ve toplumsal refah açısından kabul edilen standartlardır. Doğru olduğuna inandığımızdır.

6.1. Yönetmel ve Örgütsel Açından Etik

Yönetmel etik, yönetmel kararları vermede tutarlı, tarafsız ve gerçeklere dayalı olmayı; kişilerin varlık ve bütünlüğüne saygıyı; herkes için en iyi olacak eylemlerin tespit edilmesini ve eylemlerde adalet, eşitlik, tarafsızlık, dürüstlük, sorumluluk, saygı, açıklık, sevgi, demokrasi, hoşgörü vb. gibi evrensel değerleri temel almayı sağlayan, yöneticilere hareketlerinde yol gösterici davranış ilkeleridir (Aydın, 2010: 4).

1970'li yıllardan sonra üzerinde önemle durulan ve çalışılan konulardan biri haline gelmiş olan özellikle 1990'lı yıllarda daha önemli duruma gelen yönetmel etik literatüründe, içerik olarak zenginleşme ve önemli bir bilgi birikimi oluşmuştur (Cooper, 1994: 11).

Yönetim sürecinde başkalarını yakından ilgilendiren ve etkileyen kararları alıp karar ve politikaların herkesin faydasına olacak biçimde uygulanması; örgütsel ve bireysel ihtiyaçların karşılanması; çatışmaları örgüt ve birey faydası gözetecek şekilde çözümlenmesi; örgütte yerine getirilmesi gerekli görevleri işgörenlere adil olarak paylaştırılması; emeğe değer verilmesi; işgörenlerin tarafsız olarak değerlendirilmesi; örgütün kaynaklarını bir kişi ya da grup için değil örgütsel amaçları gerçekleştirmek için hakların ve sorumlulukların adil olarak paylaşımı gereklidir. Bu süreç içinde yapılması gereken işlevler, problemlerin çözümü bakımından yaratıcılık gerektirir ve bazı genel kuralların davranışlara rehber olarak alınmasını zorunlu kılar. İşgörenlerin davranışlarını yönlendiren, iyi-kötü ve doğru-yanlış ayrımını kişiye görelikten çok evrensel olarak kabul edilen ölçülere göre belirlemede etik ilkeler önemli görevdedir (Aydın, 2010: 53).

Genel ahlak anlayışındaki iyi ve pozitif tarafların, örgütsel amaçlara ve örgüt kültürüne yansması yönetmel etik olarak adlandırılır. Bu bakımdan pozitif yönetmel etik görüşü, yaygın ahlak anlayışının mevcut olduğu dürüst bir kişinin, bir örgüte katıldığı ve bütünün bir parçası olduğu andaki görünümüdür. Kamu çalışanlarının aldığı ücreti hak etmek için emeğini, gücünü ortaya koyması, görevlerini etkin ve zamanında yerine getirmesi, astlarına adalet ve şefkat çerçevesinde davranma ve üstlerine de sorumlu bir şekilde davranma bu anlamda değerlendirilebilmektedir (Kılavuz, 2002: 259).

Örgüt, içerisinde yönetici davranışları büyük önem taşımaktadır. Bu önem, yöneticinin doğru davranışlarla üretimi amaçlayan bir kurumun en üst temsilcisi olması ve yöneticilerin hem işgörenler için hem de müşteriler için bir otorite sembolü olarak rol modeli olmaları gerekliliğindedir (Aydın, 2010: 58).

Örgütsel etik, yasal bir çerçevede işgörenlerde aynı tür davranışların oluşturulmasını sağlayıp örgütün topluma karşı yerine getirmeyi istediği hizmetleri sağlarken bazı toplumsal sorumlulukların da üstlenilmiş olduğunu gösteren ilkeler dizisi olarak tanımlanır (Aydın, 2010: 4).

Örgütsel etik, "bir örgütte doğru ve dürüst davranışlara dayalı örgütsel prosedürlerin ve faaliyetlerin en geçerli algılarıdır" olarak tanımlanır. Örneğin, diğerlerini etkileyen bir kararla karşılaşıldığında örgüt üyesi, örgütün bakış açısı ile en

doğru seçeneği nasıl belirler? Bu bilginin en önemli kaynağı işteki etik davranışların belirlenmesini sağlayan iş iklimidir (Victor ve Cullen, 1988).

İş yaşamında neyin iyi neyin kötü, neyin doğru neyin yanlış olduğuna dair inançlar bazı örgütlerde önemli bir problem halini almıştır. Mesleki etik ilkeleri, ahlaki bir boyut kapsayan, örgütün içinden ve dışından kaynaklanan problemlerin çözümlenmesinde örgüt ve işgörenlerin ihtiyaç duydukları çerçeveyi çizmektedir. Çizilen çerçeve, işgörenlerin etik ilkelere uygun davranmasını güdeleyici bir role sahiptir ve aynı zamanda örgüt kültürünü de önemli derecede etkileyip örgüt içinde bireylerin gerçekleştirilmesi gerekli olan davranışları tanımlar. Avrupa’da yaşanan büyük skandallar ve çevre felaketleri sonrasında mesleki etik konusuna giderek artan bir ilgi oluşmuştur. Bazı örgütler etik ilkeler geliştirerek örgütsel ve bireysel eylem ve işlemlerinde etik ilkeleri temel almışlardır (McKenna, 1994: 253-254).

6.2. Örgütsel İletişim Etiği

Etik tartışmaları, son yıllarda dünyada ve Türkiye’de ön plana çıkan konular arasındadır. Ulusal etik komisyonlarının bulunmakta olduğu birçok ülkede, her meslek kendisini etik temelde sorgulamaktadır. Meslek etikleri arasında iletişim etiği kavramı da bu kapsamda dikkatleri üzerine çekmektedir (Uzun, 2007: 5).

Yaşamın her aşamasında önemli olduğu gibi, insan iletişiminde de etik önemli bir olgu olup ahlaklı olan bireyin iletişiminde de bu özelliği yansıtarak doğru iletişim kuracağı varsayılabilir (Aziz, 2012: 163).

Medyanın toplumları kuşatması gerçeği, günümüz toplumlarının enformasyon toplumu olarak görülmesinin temelinde yer almaktadır. Belirleyici durumda olan medyanın belirli etik kurallara uyması, izleyicileri doğru bilgilendirerek sahip olduğu gücün çeşitli çıkarlar ve manipülatif amaçlar doğrultusunda kullanmaması, bu alanda çalışanların belirli mesleki etik kuralları benimsemesi ve bu kurallara uyması ile mümkün olur (Eroğlu ve Ataberk. 2006: 1).

İletişim, hem bir disiplin hem de “disiplinlerarası” ya da bir alan olarak, etik tartışmalarının ilerletilmesinde eşsiz bir rol almaktadır. Bu alan, etik kuralların değerlendirilmesine uygun bir dizi kavram ve ilke sunar. Bir başka ifade ile, iletişim çalışmalarının kavramsal ve pratik yönelimi, etiğin bilinç ve deneyiminin ön plana nasıl çıktığı ile ilgili soruları araştırmaya imkan verir. İletişim, özellikle meta-etik analizlerin yanında belirli etik konuların, ikilemlerin ve kararların araştırılması için de uygundur (Cheney vd., 2011: 1).

Küreselleşme, artan rekabet, yeni yönetim şekilleri, iletişim ve teknoloji alanındaki gelişmeler gibi günümüz dünyasında yaşanmakta olan çok boyutlu gelişmeler, ulusal düzenlemelerin bağımlılığından ayrılan ve daha fazla güçlenen işletmelerin yapılarında karmaşıklık yaratmış olup yöneticileri ahlaki problemlerle ilgilenmeye ve aldıkları kararlarda ahlaki sorumluluğa dikkat etmeye zorlamıştır. Bu baskı ve çabaların olmasına karşın işletmelerin rekabet avantajı sağlamak için yasal yükümlülüklerini ve ahlaki değerlerini ihmal etmeleri sonucunda son 30-40 yılda finansal skandallar gündeme gelmiş ve küresel ölçekte birçok işletmeye duyulan güvende sarsılmalar olmuş ve piyasalarda güvensizlik yaşanmıştır (Korkmaz, 2012: 37).

İletişim ile etik arasındaki ilişki, konuşmacıya veya mesaj göndermeye yönelik alıcıların güven ve saygı duymalarına yardımcı olmak içindir. Alıcı veya alıcılar konuşmacıyı bazı ahlak ilkeleri kapsamında eksik buluyorsa bu durumda dinlemede ve iletişimde aksaklıklar oluşacaktır. İletişimde etik sorunlara karşılık sadece ikna edici bir yöntem kullanılarak konuşulmalıdır. Kitlesele iletişim etiği diğer iletişim türlerinde

daha fazla önem arz etmektedir. İnsanın tüm davranışlarının olduğu gibi, iletişim etkinliklerinin de “Bilim, yalnız gözlem yapar, fakat bize bir şey emretmez. Ahlak ise gözlemekle kalmaz normatif kaidelere uymayı da emreder” diyerek, iletişim etkinliğinin “etik ölçüler içerisinde olması gerektiğini” vurgular (Tutar ve Yılmaz, 2003: 54).

Etik kuralları “genel” ve “göreceli” olabilir. Kültürden kültüre değişen etik kuralları olduğu gibi evrensel etik kuralları da bulunmaktadır. Örneğin, büyüklerle iletişim kurarken bazı davranış biçimleri bir kültürde etik kurallara aykırı iken bir diğer kültürde aykırı olmayabilir. Ama adalet duygusu ve dürüst davranış, tüm toplumlar tarafından kabul edilen evrensel etik kuralları kapsamındadır. İletişimde etik kuralları; toplumdan topluma, kültürden kültüre değişiklik gösteren kurallar olarak karşımıza çıkar. Bunun yanında evrensel iletişim etiği kurallarının varlığı da kabul edilmelidir. Yalan haber yaymak evrensel iletişim etiğine aykırı olan bir örnektir. İletişimde konu, zamanlama ve tarz seçerken ilk olarak etik kuralları çerçevesinde bir değerlendirme yapılmalıdır. Doğruluğu kanıtlanmamış söylentileri iletmek, konuşma esnasında yapılabilecek gaflar veya kültüre aykırı bir üslup seçimi iletişim etiğine aykırı durumlardır (Tutar ve Yılmaz, 2003: 53).

Başkalarına etik davranma ihtiyacı kişilerarası ilişkilerde çok önemlidir. Bunun yarattığı faydalar; refah ve eğlencede, karşılıklı yardımda güvenilir bir şekilde koordine edilmiş eylemde hissedilir. Ancak etik ihlaller doğrudan diğerinin hoşnutsuzluk, hayal kırıklığı, zarar, haklı öfke veya yabancılaşma, aynı zamanda kişinin kendine pişmanlığı, suçlu, utanç veya yalnız hissetmesiyle de doğrudan sebebiyet verebilir (Cheney vd., 2011: 135).

Etik, empati ve iletişim gerektirir. Başkalarının nasıl hissettiği ve ne hissettiği hakkında bir fikrimiz yoksa neyin neden doğru, neyin yanlış olduğunu anlayamayız. Diğer insanlarla özdeşleşebilme yeteneğimiz, etik için önemli bir başlangıç noktasıdır. Ahlaki hassasiyet veya soğuk kalpliliğin körelmesi, bir insanın olayları ahlaki açıdan görme ve yargılama yeteneğinden yoksun olduğu anlamına gelir (Collste, 2016: 1).

İletişim etiği, son derece geniş bir konu olmakla birlikte yüz yüze iletişimden kitle iletişimine, tek yönlü iletişimden interaktif iletişime, megafondan multimedya teknolojilerine kadar akla gelebilecek her türlü iletişim şeklini ve aracını içermektedir. Kitap, kayıt, film, bilgisayar, yazılım, televizyon, müzik, radyo, gazete, dergi, reklam, halkla ilişkiler endüstrilerinin her birinde etik açıdan problemler olabileceği gibi eğitimden siyasete, sanattan bilime iletişim elemanının bulunduğu her türlü faaliyet açısından da etik konu olabilmektedir (Uzun, 2007: 5).

Etik, yaşamın her aşamasında önemli olduğu gibi, insan iletişiminde de önemli bir olgudur. Ahlaklı olan kişinin iletişiminde de bu özelliği yansıtacağı ve doğru iletişimde bulunacağı varsayılabilir (Aziz, 2012: 163).

Örgüt iletişimi, kurumsal ve kişisel gelişim için etkileri olan etik bir konudur. İletişimsel erdem olarak mesleki medeniyet, örgütsel bağlamlarda iletişimsel uygulamalarda kendini gösteren örgütsel bir iletişim etiği olarak anlaşılabilir (Arnett ve Arneson, 2014: 215).

İletişim etiği ele alınırken, olaya meslek ahlakı penceresinden yaklaşılmakta ve meslek üyelerinin uymak zorunda oldukları pek çok kural yasalar kapsamında belirtilir. Mesleklerin devamı sırasında gerçekleştirilen davranışları kamu yararı için kontrol altına alınmaya çalışılmakta, bunun yanında yazılmış ya da yazılmamış olsa dahi bağlayıcılığı yasalar seviyesinde olmayan kuralların var olduğu ve bunların da “meslek ahlak kuralları - meslek ilkeleri” olarak tanımlanabileceği belirtilmektedir (Altun, 1995: 123).

6.3. Örgütsel İletişim Etiği ile İlgili Bulgular

Bu bölümde Örgütsel İletişimde Reinsch'in Dokuz Temel Etik Bulguları, Redding'in Etik Olmayan Örgütsel İletişim Tipolojisi ve Montgomery ve DeCaro Etik Performans İyileştirme Perspektifine değinilmiştir.

6.3.1. Örgütsel İletişimde Reinsch'in Dokuz Temel Etik Bulguları

Reinsch, iş iletişimi alanındaki etik araştırmaları inceleyerek, 28 farklı araştırma makalesinin analizine dayanarak dokuz temel alanı bulmuştur (Reinsch, 1990: 265):

1. İletişim davranışları ahlaki açıdan farklılık gösterir ve çeşitli gruplar (örneğin, reklam yöneticileri, genel halk) birçok özel uygulamanın ahlaki ağırlığı hakkında görece yüksek bir fikir birliği sergiler.
2. Açıkça etik olmayan davranışlar bazen iş organizasyonlarında da görülür.
3. Etik olmayan iş iletişimi, kısa vadede etkili olabilir.
4. Bir kişinin davranışı, etik inançlarıyla ilgilidir.
5. İş iletişimi etiği kavramı, doğrudan pazarlama, yönetim ve danışmanlık dahil olmak üzere iş dünyasının birçok farklı yönüyle ilgilidir.
6. İş iletişimi etiği kavramı, dürüstlük ve güven gibi diğer önemli kavramlarla da ilgilidir.
7. Kişiler etik değerler, inançlar ve davranışlar bakımından farklılık gösterir ve bu farklılıklar; cinsiyet, yaş, bir işverenin tipik veya "cömert" olarak algılanması gibi değişkenler ile birlikte bir kişinin değerleri, inançları ve davranışları ile de ilişkili olabilir.
8. İş iletişiminde etik analiz bazen izlenimci olmuştur; diğer alanlardaki etik çalışanlarının (örneğin felsefe, kişilerarası iletişim) çalışmalarına tutarlı ve dikkatli bir şekilde dikkat edilmesi arzu edilir.
9. İş iletişimi etiği, yazılı olduğu kadar sözlü iletişimi de içermelidir.

Özetle Reinsch (1990) örgütsel iletişimde dokuz temel etik bulgu geliştirmiştir; (1) iletişim davranışları ahlaki açıdan değişkendir, (2) etik olmayan davranışlar bazen organizasyonlarda meydana gelir, (3) etik olmayan iletişim kısa vadede etkili olabilir, (4) kişinin davranışları onun etik inançlarıyla ilgilidir, (5) iletişim etiği çok çeşitli ticari faaliyetlerle ilgilidir, (6) etikle ilgili pek çok kavram vardır (örneğin dürüstlük, güven vb.), (7) insanlar etik değerler, inançlar ve davranışlar bakımından farklılık gösterir ve bu farklılıklar kültürel temellere dayanabilir, (8) iletişim etiği eğitimi, diğer alanların etiği nasıl tartıştığını incelemeyi içermeli ve (9) iletişim etiği hem sözlü hem de yazılı iletişim ile ilgili olmalıdır.

6.3.2. Redding'in Etik Olmayan Örgütsel İletişim Tipolojisi

Örgütsel iletişim alanına "uyanmak" ve etik okumaya başlamak için çağrıda bulunulduğunda, etik olmayan örgütsel iletişimin temel bir tipolojisi yaratılmış olup sonuçta ortaya çıkan "etik olmayan örgütsel iletişim tipolojisi" altı genel kategoriden oluşmaktadır; zorlayıcı, yıkıcı, aldatıcı, müdahaleci, gizli ve manipülatif-sömürücü.

6.3.2.1. Zorlayıcı

Zorlayıcı, haksız yere özerklik istilasına neden olan (veya etkilemek üzere tasarlanan) güç veya otorite suistimallerini yansıtan iletişim olayları veya davranışları

anlamlarına gelir ve şunları içerir; muhalif hoşgörüsüzlük, ifade özgürlüğü kısıtlamaları; dinlemeyi reddetmek; tartışmayı bastırmak veya şikayetleri bastırmak için resmi kurallara ve düzenlemelere başvurmak, vb. (Redding, 1996: 27-28).

Bu etik olmayan iletişimsel davranışlar listesine bakıldığında, yöneticinin gücü kötüye kullanmasının açık bir şekli nettir. Temel olarak yönetici, mesajların aslıları tarafından gönderilmesini engeller veya aslılarının gönderdiği mesajlara katılmayı reddeder.

6.3.2.2. Yıkıcı

Redding (1996: 28-29) tarafından tartışılan ikinci etik dışı örgütsel iletişim kategorisi yıkıcı eylemlerdir. Yıkıcı eylemler şöyle tanımlanmıştır: “İletişim olayları veya davranış saldırısı alıcıların özsaygılarını, itibarlarını veya derinden tutulan duygularını; başkalarının temel değerlerine olan ilgisizliği veya içeriğini yansıtmak”. Şunları içermektedir; hakaretler, aşağılayıcı içgüdüler, sıfatlar, şakalar (özellikle cinsiyet, ırk, din veya etnik kökene dayalı olanlar). Ayrıca “hakikat” in bir silah olarak kullanılmasını da içerir (yetkisiz kişilerin gizli bilgilerini açığa çıkarırken ya da “açıklık” iddiasını kişisel saldırıların başlatılmasını gizlemek için bir cephe olarak kullanmak gibi). Böylece mesaj gönderenler (örneğin yöneticiler) soğuk, kişisel olmayan, duygusuz, öz merkezli vb. algılanır.

Redding’in yıkıcı iletişimsel eylemler açıklamalarına bakarken, açıkça iki bölüm vardır; “agresif iletişim” ve “bilgi kullanımı”. Tanımının ilk kısmı, bireylerin diğerlerini aşağılık hissetmelerini sağlamak için agresif iletişim biçimlerini nasıl kullanabileceklerine odaklanmaktadır. Bu tür iletişimsel eylemlere genellikle sözel olarak “agresif eylemler” denir. Yıkıcı iletişimin ikinci yönü, insanların bir organizasyon içindeki bilgiyi nasıl kullandıkları ile ilgilidir. Bilgi genellikle birçok kuruluştaki bir meta olarak görülür, bu nedenle bilginin istiflenmesi ve manipülatif davranışlarda bilginin kullanılması oldukça yaygındır.

6.3.2.3. Aldatıcı

Redding (1996: 30) tarafından tartışılan üçüncü etik dışı örgütsel iletişim kategorisi aldatıcı davranışlardır. Aldatıcı eylemleri şöyle tanımlamıştır: “Aldatmak veya dolandırmak için hakikatin kasten saptırılması ile yansıtılan iletişim olayları veya davranışları şunları içermektedir; sırayla denklik (yani, belirsizliğin kasıtlı olarak kullanılması) içeren kaçınılmaz veya kasıtlı olarak yanıltıcı mesajlar. Ayrıca, kusurları örtmek, utanç verici işleri gizlemek veya nahoş olayları “güzelleştirmek” için tasarlanmış bürokratik tarzdaki örtmece davranışlar.

Aldatıcı olarak adlandırılan etik olmayan davranış kategorisinde, doğrulayıcı olmayan ve yanıltıcı mesajlara sahiptir. Bu tanımın ilk kısmı, bazı kişilerin işte istediklerini elde etmek için nasıl yalan söylediklerini incelemektedir. Tanımın ikinci kısmı, bir alıcının gerçeklik algısını değiştirmek için kurum içindeki bazı kişilerin mesajları nasıl kullandıklarını incelemektedir. Bu durumda, mesajlar açıkça doğru değildir, ancak alıcıların bu mesajları nasıl yorumlayacağını değiştirecek şekilde manipüle edilir.

6.3.2.4. Müdahaleci

Redding (1996: 31) tarafından tartışılan etik dışı örgütsel iletişimin dördüncü kategorisi müdahaleci eylemlerdir. Müdahaleci eylemler şöyle tanımlanmıştır: “Karakteristik olarak mesaj alıcıları tarafından başlatılan iletişim davranışı”. Örneğin; gizli kameraların kullanımı, telefonların kullanılması ve bilgisayar teknolojilerinin çalışan davranışlarının izlenmesine yönelik uygulanması. Başka bir ifade ile gözetim. Temel problem kesinlikle “gizlilik haklarının” anlamı ve meşruiyeti etrafında döner.

İzinsiz giriş konusu 21. Yüzyılda önem kazanmıştır. Çünkü modern teknoloji bireylerin özel hayatlarına izinsiz giriş yapılmasını çok kolaylaştırmıştır. Sizinle görüşmeden önce potansiyel işverenlerin özel Facebook bilgilerinize baktıklarında veya bilgisayarınıza yaptığımız her tuş vuruşunu izleyen bir yazılım yüklediklerinde kesinlikle sizi izlemekteler. Amerikan Yönetim Derneği AMA E-Politika Enstitüsü tarafından yapılan 2005 anketine göre, ankete katılanların %36’sında, bilgisayarlarının tuş vuruşlarının organizasyonları tarafından bir miktar izlenmiş olduğu, %50’ sinde ise kuruluşlarının izlediği bilgisayar dosyalarının bir kısmı veya tamamı bulunmaktadır. Ankete katılanların %76’sı iş yerlerinin internet faaliyetlerini izlediğini belirtti. Aslında, ankete katılanların %26’sı örgütlerinin interneti kötüye kullandıkları için çalışanları işten çıkardığını ve %25’i de çalışanlarını e-postayı kötüye kullanım nedeniyle çalışmalarını sonlandırdığını belirtti. Kurumsal saldırı, bilgisayar etkinlikleriyle sona ermemektedir. Ankete katılanların %3’ü, örgütlerindeki tüm çalışanların telefon görüşmelerinin kaydedildiğini, %19’u ise yalnızca seçilen iş kategorilerinin telefon görüşmelerinin kaydedildiğini ifade etti. Bazı şirketler çalışanlarını uydu teknolojisi ile takip edecek kadar ileri gitmektedir.

6.3.2.5. Gizli

Redding (1996: 32) tarafından tartışılan beşinci etik olmayan örgütsel iletişim kategorisi gizli eylemlerdir. Gizli eylemler şöyle tanımlanmıştır: “Çeşitli sözlü olmayan iletişim biçimleri, özellikle sessizlik ve cevap vermemek de dahildir. İstifleme bilgisi gibi davranışlar eğer ortaya çıkarsa, bireylerin iktidardaki pozisyonlarının yanlış anlamalara ya da beceriksizliklerine maruz bırakacakları ifade edilebilir”.

Redding, sözsüz tepkisizliğin bile etik olmayan bir iletişim şekli olabileceğine dikkat çekmektedir. Örneğin, mesajın göndereni, bir alıcının bir mesajı nasıl yorumladığını çarpıtmak amacıyla sözsüz davranışını amaçlı olarak manipüle ederse, mesajın göndereni, alıcının mesajı tamamen ve doğru bir şekilde yorumlamasını engelliyor demektir. Ayrıca Redding, birçok çalışanın, bir kişinin bilgiye ihtiyacı olanın bilgiye ulaşmasını bilinçli olarak önlediği zaman ortaya çıkan, suçlu bir sessizlikle meşgul olduğuna inanmaktadır.

6.3.2.6. Manipülatif-Sömürüye Dayalı

Redding (1996: 33-34) tarafından tartışılan etik olmayan örgütsel iletişimin son kategorisi manipülatif sömürücü eylemlerdir. Manipülatif sömürücü eylemler, kaynağın iletişimsel bir mesajın arkasındaki gerçek niyetini anlayarak engellediği durumlar olarak tanımlanmıştır. Redding’in bu etik olmayan davranışlarla yakından ilgili bulunduğu terim demagojidir. Bir demagogun, izleyicinin çıkarları için kaygılanmadan, insanların

korkularını, önyargılarını veya cehalet alanlarını kullanarak uygunluk kazanmaya çalışmakta olduğu düşüncesi önemli bir konudur.

Özetle Redding'in (1996) etik olmayan örgütsel iletişim tipolojisi, altı farklı iletişimsel eylem türünden oluşur; (1) zorlayıcı, gücün veya otoritenin kötüye kullanılması; (2) yıkıcı, bir alıcıya saldıran davranış; (3) aldatıcı, kasıtlı olarak yanlış olan davranış; (4) müdahaleci, izleme davranışı; (5) gizli, amaçlı olarak bilgi ifşa etme; ve (6) manipülatif sömürücüdür.

6.3.3. Montgomery ve DeCaro Etik Performans İyileştirme Perspektifi

Montgomery ve DeCaro, örgütsel iletişim etiğini arttırmanın en iyi yollarından birinin, performans geliştirme yaklaşımını kullanmak olduğunu öne sürdü. "Etik sorunların veya ikilemlerin davranışsal sonuçları vardır. Analiz, etik olmayan davranışa veya eylemin kendisine yol açan davranışları ölçebilir ve izleyebilir. Önceden gelen sonuçlar, analiz edilerek davranışı düzeltmek için bir müdahale tasarlanabilir". Genelde, etikle ilgili insan performans müdahaleleri, ilk bakışta gerçekleşir; önce bir etik ihlali meydana gelir ve ardından insan performans iyileştirme uzmanları etik ihlalin nasıl ve neden ortaya çıktığını belirlemek için geri bildirimde bulunur. Diğer zamanlarda, etikle ilgili insan performans müdahaleleri bir etik kuralları ile başlar ve ardından, Etik kurallara uyulur (Montgomery ve DeCaro, 2001: 32).

Özetle Montgomery ve DeCaro (2001) insan performansının iyileştirilmesinin organizasyonlara örgütsel iletişim etiğini geliştirme konusunda yardımcı olabileceğini, çünkü bu bakış açısının kurumların değişim yoluyla sistematik olarak düşünmelerine yardımcı olmak için tasarlandığını savunmaktadır.

7. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu bölümde araştırmanın amacı, evren ve örnekleme, araştırmanın önemi ve madde havuzu oluşturma sürecine değinilmiştir.

Araştırmada veriler ilk olarak IBM SPSS 21.0 istatistik programı ile açılımlayıcı faktör analizine, daha sonrasında ise Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) AMOS 21.0 programı ile doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur.

7.1. Araştırmanın Amacı

Örgütlerde teknoloji ne kadar gelişirse gelişsin bu teknolojinin kullanımı ve yönetimi insan gücüne bağlıdır. İşletme faaliyetlerinde süreklilik sağlayan en önemli faktör insandır. Bu noktada örgütlerde insan ilişkileri ve bu ilişkinin temel unsuru olan iletişim vazgeçilmez bir öneme sahiptir. Ortak bir amacı gerçekleştirmek için bir araya gelen bireyler, gruplar, topluluklar ve örgütler için iletişim hayati bir unsur haline gelmiştir. Örgütteki bireyler ve gruplar arasında olması gereken uygun etkileşimi sağlayan öge ise örgütsel iletişimdir. Örgütlerde iletişimin önemi fark edilmiş ve örgütsel iletişim ile ilgili çalışmalar yapılmış olup olumlu sonuçlar ortaya çıkmıştır. Ancak bir işletmede etik olmayan bir iletişim kısa dönemde etkili olsa da uzun dönemde olumsuz sonuçlara neden olmaktadır. Konu kapsamında örgütsel iletişim etiği ile ilgili ulusal ve uluslararası çalışmalar incelenmiş olup herhangi bir ölçüğe ulaşılamamıştır. Bu bağlamda çalışmanın temel amacı; örgütsel iletişim etiği adı altında ölçek geliştirmektir.

Bu çalışmanın yapılmasında belirleyici temel unsur olan iletişim etiği üzerine yazılmış olan ulusal ve uluslararası yayınlar incelenmiş. Bu doğrultuda daha sonra yapılacak olan çalışmalarda kullanılacak bir ölçek geliştirilmeye çalışılmıştır. Elde edilen bulguların, literatüre ve çalışma yapacak diğer uygulayıcılara da katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

7.2. Araştırmanın Önemi

Bu araştırma kapsamında örgüt içi iletişimin daha sağlıklı işlemesi ve uzun vadede olumlu sonuçlar alabilmek için örgüt içi iletişime etik kavramını da dahil edip işletmelerde çalışan-çalışan, çalışan-yönetici ve yönetici-yönetici ilişkilerinde olumlu sonuçlar doğurması düşünülmektedir. Bu noktada çalışan memnuniyeti sağlanması beraberinde örgüte bağlılık gibi birçok örgüt içi unsurlara olumlu anlamda katkı sağlanacağı düşünülmüş olup iletişim etiği adı altında ölçek geliştirmenin işletme-yönetim alanına katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

Bu alanda buna benzer daha önce kapsamlı bir çalışma yapılmamış olmasının diğer yapılacak çalışmalara örnek teşkil edeceği umulmaktadır. Çalışma kapsamında elde edilen ölçek ve bilgiler doğrultusunda, işletmelerde örgütsel iletişim konusundaki çalışmalara veri tabanı oluşturmak ve örgütsel iletişimle ilgili yapılacak çalışmalara daha yararlı sonuçlar ortaya çıkarmak adına işletmelerde iletişime etik kavramını da dahil ederek uzun vadede olumlu sonuçlar elde edileceği düşünüldüğünden, işletmelerin katma değer yaratıcı unsurlara yönelme konusunda teşvik edilmesi beklenilmektedir.

7.3. Evren ve Örneklem

Literatürde ölçek geliştirme ile ilgili araştırmalara bakıldığında Hinkin (1995), verilerin toplanacağı her iki örneklemin birbirinden farklı olması ve bu şekilde toplanacak verilerin ölçeğin geçerliliğini arttıracaklarını ifade etmiştir. Bu bağlamda Örgütsel İletişim Etiği Ölçeği (ÖİEÖ) için oluşturulan maddeler düzenlenip anket formatına dönüştürüldükten sonra farklı örneklemlerde iki aşamada veri toplanmıştır.

Oluşturulan örgütsel iletişim etiği ölçeğindeki (ÖİEÖ) maddelere katılma düzeyini ifade etmek için beş seçenekli Likert ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin derecelendirme sistemi “Kesinlikle Katılıyorum (5), Katılıyorum (4), Karasızım (3), Katılmıyorum (2), Kesinlikle Katılmıyorum (1)” olarak belirlenmiştir.

7.3.1. İlk Verinin Toplanması

Araştırma konusuyla ilgili geniş bir literatür taraması yapılarak konu ile ilgili kavramsal çerçeveler ve alt boyutları ele alınmıştır. Literatür taramasının ardından hazırlanan anket Kahramanmaraş'ta faaliyet gösteren tekstil firmalarındaki 220 çalışana dağıtılmış, eksik ve boş bırakılanlar çalışma kapsamından çıkarıldıktan sonra 212 anket verisi daha analizi için uygun görülmüştür.

Örneklem büyüklüğü ile ilgili olarak, araştırmacılar genellikle 50 gözlemden az olan bir verinin faktör analizine uygun olmadığını ve örneklem büyüklüğünün 100 veya üzeri olması gerektiğini belirtmişlerdir. Ancak örneklem büyüklüğü ile ilgili en yaygın kullanım, ölçekteki değişkenlerin 5 katı veya 10 katı kadar örneklem sayısına ulaşılmasıdır (Hair vd., 2014: 100; Tabachnick ve Fidell, 2007; Kass ve Tinsley, 1979). Bu bağlamda çalışmanın ilk aşaması için hazırlanan ölçek taslağında 41 madde bulunmaktadır. Böylece değişkenlerin beş katı kadar örneklem sayısına ulaşılmıştır.

7.3.2. İkinci Verinin Toplanması (Farklı Örnekleme)

Bu bölümde çalışmanın ilk veri toplama sürecinde elde edilen ölçek farklı örnekleme test edilmek üzere yeniden düzenlenip anket formuna dönüştürülerek Kahramanmaraş'ta faaliyet gösteren farklı tekstil firmalarındaki 151 çalışana dağıtılmış, eksik ve boş bırakılanlar çalışma kapsamından çıkarıldıktan sonra 143 anket verisi data analizi için uygun görülmüştür.

Çalışmanın birinci aşamasında yapılan açımlayıcı faktör ve doğrulayıcı faktör analizleri sonucunda elde edilen yapı da 14 madde olup çalışmanın ikinci aşamasında elde edilen yapıyı test etmek amacıyla farklı örnekleme 143 kişiye ulaşılmıştır. Böylece değişkenlerin on katı kadar örneklem sayısına ulaşılmıştır.

7.4. Madde Havuzu Oluşturma Süreci

ÖİEÖ ilişkin maddeler oluşturulurken Redding (1996)'in “Etik Olmayan Örgütsel İletişim Tipolojisi”nin alt boyutları temel alınmıştır. Bu boyutlar; 1) zorlayıcı, gücün veya otoritenin kötüye kullanılması, 2) yıkıcı davranış, 3) aldatıcı davranış, 4) müdahaleci, izleme davranışı, 5) gizli, amaçlı olarak bilgi ifşa etme, 6) manipülatif sömürücü olarak altı boyuttan oluşmaktadır. Madde havuzu oluşturma sürecinde bu altı boyut ve içerdikleri süreçler dikkate alınarak 54 madde hazırlanmıştır.

Oluşturulan 54 maddelik ÖİEÖ ölçeği görünüş geçerliliğini ve kapsam geçerliliğini sağlamak amacıyla altı uzman görüşüne başvurulmuştur. Uzmanlar;

Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik, Türkçe Öğretmenliği, Ölçme ve Değerlendirme, İletişim ve Etik, Sosyal Hizmet ve İletişim, Örgütsel İletişim alanlarında uzman hocalardan oluşmaktadır. Uzman görüşlerinin değerlendirmesi sonucunda ölçenin; dil, ifade, biçim ve içerik geçerliliği eksik olduğu tespit edilen on üç maddenin hazırlanmış taslak ölçekten çıkarılmasına karar verilmiş olup revize edilmiştir. Ölçek geliştirme sürecinde geriye kalan 41 madde ile geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır.



8. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümde ölçeğin geliştirilmesi sırasında yapılan geçerlik ve güvenilirlik çalışmalarına değinilmiştir. Bu bağlamda açımlayıcı faktör analizi (AFA), doğrulayıcı faktör analizi (DFA), iç tutarlılık güvenilirlik katsayıları (Cronbach alfa) sonuçlarına yer verilmiştir.

8.1. İlk Verinin Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA)

Açımlayıcı faktör analizi; bir ölçme aracında yer alan maddelerin kaç alt başlık altında toplanabileceğini ve aralarında ne tür bir ilişki olduğunu belirleme tekniğidir. Açımlayıcı faktör analizi ile ölçme aracında yer alan maddelerin belli alt faktörler veya alt boyutlar altında toplanması beklenir. Böylece ölçme aracındaki değişken sayısı azalmakta ve kuramsal yapı ile elde edilen yapının karşılaştırılmasına imkan sağlamaktadır (Seçer, 2015: 153-154).

Açımlayıcı faktör analizinde dik döndürme yöntemlerinden varimax tekniği uygulanmıştır. Varimax tekniği, faktör matrisinin sütunlarını basitleştirmeye odaklanır. Genellikle basitleştirilmiş bir faktör yapısının elde edilmesinde diğer ortogonal faktör rotasyon yöntemlerinden en popülerleri ve daha üstünü olarak kabul edilir (Hair vd., 2014: 92).

Tablo 8.1. KMO ve Bartlett Testi Sonuçları

	Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)	,868
	Ki-kare	5322,588
Bartlett Küresellik Testi	Serbestlik derecesi	820
	P değeri (Sig.)	,000

Açımlayıcı faktör analizinde örneklem büyüklüğünün yeterliliğine ilişkin olarak istatistiksel teknikler de fikir verebilmektedir. İlk olarak bunlar arasında en sık başvurulan teknik olarak Kaiser-Meyer-Olkin'in (KMO) örneklem yeterliliği ölçüm tekniği gösterilebilir. KMO Değeri 0 ile 1 arasında bir değer ortaya koymaktadır ve elde edilen değer 1'e yaklaşması örneklem büyüklüğünün yeterliliğine ilişkin fikir vermektedir. İkinci olarak, Bartlett küresellik testi değerine bakılır. Bartlett küresellik testi verilerin çok değişkenli normal dağılımdan gelip gelmediklerini belirlemeye çalışmaktadır. Söz konusu değer anlamlı çıkması, veri setinin faktör analizinin önemli bir koşulunu sağlamış olduğu söylenebilir. Bu bağlamda açımlayıcı faktör analizini yapabilmek için gerekli olan iki koşul (KMO ve Bartlett küresellik testi) sağlandığı takdirde veri setinin faktör analizi için uygun olduğu sonucuna varılabilir (Seçer, 2015: 155-158).

Kaiser (1974), 0,5'ten büyük olan değerleri kabul edilebilir olarak değerlendirmektedir. Pallant (2001), KMO değerinin en az 0,60 ve üzerinde olması gerektiğini ifade etmektedir. Hutcheson ve Sofroniou (1999), 0,5 ile 0,7 arasındaki değerler vasat, 0,7 ile 0,8 arasındaki değerler iyi, 0,8 ile 0,9 arasındaki değerler çok iyi ve 0,9 üzerindeki değerleri de mükemmel olarak kabul etmektedir.

Çalışmaya ilişkin yapılan açımlayıcı faktör analizi sonucunda KMO değerinin (0.868>0.5) ve Bartlett küresellik testi değerinin ($p<0.05$) faktör analizi için uygun olduğu görülmektedir.

Faktör yükleri değişkenler arasında paylaşılan veya ortak olan değişkenliği gösterir, bu nedenle her bir faktördeki faktör yükleri ne kadar yüksekse, değişkenler güçlü anlamına gelmektedir. Bu sebeple, faktör yükleri düşük olan (0,5' in altındaki)

maddeler elimine edilir, 0,5'ten daha yüksek faktör yükleri kabul edilir (Hair vd., 2014: 115; Costello ve Osborne 2005; Velicer ve Fava 1998). Bu değer yüksek oranlarda seçilmesi araştırmanın daha kaliteli ölçek maddelerine sahip olmasına neden olacak ve bu durumda çalışmanızı nitelikli bir hale getirecektir.

Ek olarak binişik madde olup olmadığı belirlenmelidir. Binişik madde, bir maddenin birden fazla faktör altında yeterli düzeyde faktör yüküne sahip olma durumudur. Bu durumda Component Matrix tablosu incelenir ve bir maddenin birden fazla faktör altında almış olduğu faktör yük değerleri arasında en az .10 düzeyinde farklılık olması beklenir. Binişik olan maddeler ve yeterli faktör yükü bulunmayan maddeler belirlenerek çıkartılır (Seçer, 2015: 167).

Tekstil çalışanlarından elde edilen veriler SPSS programı aracılığıyla faktör analizine tabi tutulmuştur, analiz sonucunda faktör yükleri 0,5'ten küçük olan maddeler ve binişik maddeler elenmiş olup ortaya iki faktörlü bir yapı çıkmıştır.

Tablo 8.2. Özdeğer İstatistiğine Bağlı Faktör Sayısı ve Açıklanan Toplam Varyans

	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	6,698	47,844	47,844	6,698	47,844	47,844
2	2,607	18,625	66,469	2,607	18,625	66,469
3	,973	6,948	73,417			
4	,572	4,089	77,505			
5	,523	3,735	81,240			
6	,449	3,209	84,449			
7	,408	2,917	87,366			
8	,368	2,627	89,993			
9	,318	2,273	92,267			
10	,271	1,938	94,205			
11	,241	1,723	95,928			
12	,223	1,596	97,524			
13	,194	1,382	98,906			
14	,153	1,094	100,000			

Uygun olmayan maddeler silindikten sonra, her iki faktör için ortak varyansın sırasıyla % 47,844 ve % 18,625 olduğu bulunmuştur. Açıklanan varyansın toplam varyans üzerinden % 50'yi geçiyor olması faktör analizinin önemli bir kriteridir. Nitekim oluşturulan faktör yapısı toplam değişken varyansının yarısından fazlasını açıklıyor ise temsil yeteneğinden söz edilebilir (Yaşlıoğlu, 2017: 77). Bu nedenle, bu çalışmada bulunan açıklanan toplam varyansın % 66,469 olması kabul edilebilir bir değerdir. Faktörlerin özdeğerleri incelendiğinde; birinci faktörün 6,698; ikinci faktörün özdeğeri ise 2,607'dir.

Tablo 8.3. Nihai Ölçek Maddelerinin Faktörlere Göre Dağılımları ve Faktör Yükleri

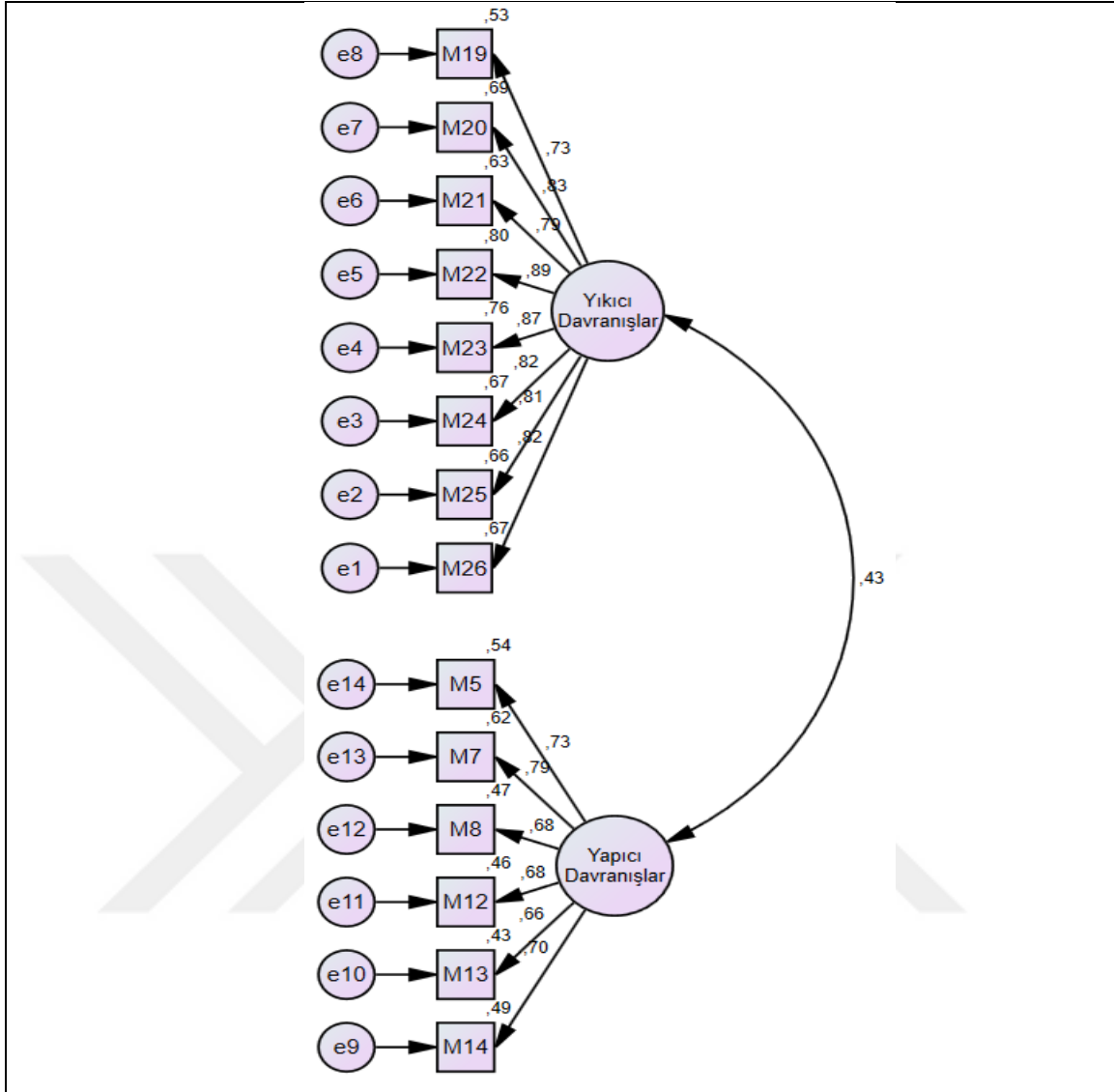
	Yıkıcı Davranışlar (Faktör1)	Yapıcı Davranışlar (Faktör2)
M5		,722
M7		,775
M8		,677
M12		,788
M13		,742
M14		,784
M19	,787	
M20	,852	
M21	,782	
M22	,876	
M23	,874	
M24	,831	
M25	,788	
M26	,838	

Açıklayıcı faktör analizi Varimax dikey eksen döndürme tekniği sonrasında, elenmiş soru havuzundan iki faktörlü 14 maddeden oluşan bir ölçek yapısı ortaya çıkmıştır. Bu faktörler (ölçeğin boyutları) “yıkıcı davranışlar” ve “yapıcı davranışlar” şeklinde isimlendirilmiştir.

Yıkıcı davranışlar faktörü 8 maddeden oluşmaktadır ve bu faktörün madde yükleri ,782 ile ,876 arasındadır. Ayrıca yıkıcı davranışlar boyutundaki tüm sorular ters kodlu sorulardan oluşmaktadır. Yapıcı davranış faktörü ise 6 maddeden oluşmaktadır ve faktör yükleri ,677 ile ,788 arasında değişmektedir.

8.2. İlk Verinin Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

Doğrulayıcı faktör analizi (DFA), Açıklayıcı Faktör Analizinden (AFA) elde edilen faktör yapılarını, kaynaklardan yararlanarak belirlenerek faktör yapılarını, orijinal ölçeklerde önceden belirlenmiş genel kabul görmüş/tanımlanmış faktör yapılarını ya da öngörülen olarak ileri sürülen faktör yapılarını denetlemek amacıyla yararlanılan bir irdeleme/denetleme ve test yöntemidir (Özdamar, 2017: 229). Başka bir ifadeyle doğrulayıcı faktör analizi, önceden belirlenmiş ya da kurgulanmış bir yapının toplanan verilerle ne derece doğrulandığını incelemeyi amaçlar (Seçer, 2015: 167).



Şekil 8.1. Doğrulayıcı Faktör Analizi Modeli (DFA)

Tablo 8.4. Doğrulayıcı Faktör Analizinin Uyum İndeksleri (Schermelleh-Engel ve diğ., 2003: 52).

Uyum Ölçüleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Model Uyum İyilikleri
RMSEA	$0 < RMSEA < 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$	0,070
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1$	$0,90 \leq NFI \leq 0,95$	0,936
CFI	$0,97 \leq CFI \leq 1$	$0,95 \leq CFI \leq 0,97$	0,966
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1$	$0,90 \leq GFI \leq 0,95$	0,921
AGFI	$0,90 \leq AGFI \leq 1$	$0,85 \leq AGFI \leq 0,9$	0,875
χ^2/df	$0 < \chi^2/df < 3$		133,763/66=2,027

Doğrulayıcı faktör analizinde (CFA) önerilen modelin ve analiz verisinin istatistiksel olarak uygunluğunu test eden değer, χ^2 değeridir (Schumacker, 2004: 82). Çalışılan örneklem (N=212) için bulunan χ^2 değeri (133,763) bulunmuştur. 0-3 aralığında olması uygun görülen χ^2/df değeri 2,027 olarak elde edildiğinden, model istatistiksel olarak anlamlıdır. Fakat CFA ve yapısal eşitlik modellemesinde veriden elde edilen bir modeli doğru olarak tanımlamak için tek bir istatistiksel anlamlılık testi

yeterli olmayıp, birçok kritere göre değerlendirmek gerekmektedir (Schermelleh-Engel ve diğ., 2003: 31-33). Bu nedenle tabloda diğer istatistiksel anlamlılık testleri (uyum iyiliği indeksleri) ve kabul edilebilir sınırları verilmiştir. Uyum iyiliği, önerilen modelden tahmin edilen gözlenen girdi matrisinin (kovaryans ya da korelasyon) uygunluğunu veya modelin ampirik veri ile tutarlılığını ölçer (Hair ve diğ., 1998: 610-611; Schermelleh-Engel ve diğ., 2003: 31). Modele ait uyum iyiliği indeksleri RMSEA, NFI, CFI, GFI, AGFI kabul edilebilir sınırlar içerisinde yer almaktadır. Başka bir ifade ile bu modelin istatistiksel olarak geçerli olduğu anlaşılmaktadır.

8.3. İlk Veriye İlişkin Güvenirlik ve Geçerlilik

Ölçme araçlarında güvenirlilik denince üç özellik karşımıza çıkmaktadır. Bunlar; kararlılık, duyarlılık ve tutarlılıktır.

Kararlılık, ölçme konusu olan özelliğin, aynı ölçme aracıyla farklı zamanlarda birkaç kez ölçümünde aynı sonuçların elde edilmesidir (Karakoç ve Dönmez, 2014: 44). Ölçme araçlarında kullanılan madde sayısının artmasının ölçüğün ölçülmek istenilen nitelik bakımından duyarlılığını artırdığı söylenebilir. Tutarlılık ise bir özelliğin veya niteliğin bir ölçme aracılığı ile birçok kez ölçülmesi sonucu aynı ya da birbirine yakın sonuçların elde edilmesi işlemidir (Seçer, 2015: 212).

Geçerlik, ölçme aracı ile elde edilen verilerin amaca yönelik, kullanılabilir olma özelliğidir. Hedefe uygun ölçüm özelliğidir. Geçerlik, verinin amaç için ne kadar yeterli ve uygun değerler olduğunu gösteren kavramsal bir yaklaşımdır. Güvenirlilik ise, bir değişkenin gerçek değerinin ölçme araçları ile doğru ve tam olarak ölçülebilme derecesidir. Gerçek değer, ölçme araçları ile ne kadar kesinlikte ölçülebildiğine, gerçeğe yaklaşımın derecesine güvenirlilik denir. Güvenirlilik ölçülebilir bir değerdir (Özdamar, 2017: 69). Bir ölçme aracı güvenirlilik taşısa bile her zaman geçerli olmayabilir. Bu nedenle ölçme araçlarında öncelikle geçerliliğin sağlanması gerekmektedir (Seçer, 2015: 220).

Bu bağlamda çalışmanın her aşamasında uzman görüşlerine başvurulmuştur. Uzmanların değerlendirmeleri sonucunda, benzer olan, ölçek yapısına uymayan, konu alanına girmeyen ve amaca hizmet etmediği düşünülen maddeler ile ilgili literatürün tekrar incelenmesi ve gerekirse ölçekten bazı maddelerin atılması sonucu çıkarılmıştır. Bu nedenle araştırma kapsamında geliştirilen ölçek için de kapsam geçerliliğinin sağlandığı söylenebilir (Yurdağül ve Bayrak, 2012: 266).

Güvenirlilik, test puanlarının istikrarının veya tutarlılığının bir ölçüsüdür. Ayrıca, test veya araştırma bulgularının tekrarlanabilir olabilme yeteneği olarak da düşünülebilir. Güvenilir bir ölçek her örneklemede güvenilirdir, araştırma bulguları sürekli tekrarlanabilir. Bir testin güvenilir olduğunu ölçmek için kullanılan birçok istatistiksel araç bulunmaktadır. Bunlardan en yaygın istatistikte kullanılan Cronbach's Alpha'dır (Wang ve Tang, 2003).

Tablo 8.5. Güvenirlilik Analizi

Değişkenler	Cronbach's Alpha Değeri
Örgütsel İletişim Etiği	.910
Alt Boyutları	
Yıkıcı Davranışlar	.943
Yapıcı Davranışlar	.857

Nunnally (1978), Cronbach's Alpha değeri ne kadar yüksek olursa, oluşturulan ölçeğin daha güvenilir olduğunu ve genellikle 0,7 ve üzerindeki değerlerin kabul edilebilir bir güvenilirlik katsayısı olduğunu belirtmiştir

Tablo 8.5'te ölçeğin iç tutarlılığının değerlendirilmesi amacıyla çalışmada ortaya çıkan ve ölçek için kabul edilen faktörler sırasıyla IBM SPSS programı ile güvenilirlik testine bakılmıştır. Analiz sonucunda Cronbach's Alpha değeri ölçeğin genelinde ve alt boyutlarında güvenilir değerlere ulaşılmıştır.

8.4. İlk Veriye İlişkin Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi, eşit aralıklı ya da oranlı ölçekler ile ölçülmüş iki veya ikiden fazla değişken arasındaki ilişkiyi belirlemek, ilişkinin negatif ya da pozitif olduğunu, ilişki düzeyinin düşük, orta ve yüksek göstermek amacı ile gerçekleştirilen bir analizdir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004).

Tablo 8.6. Ölçeğin toplamı ve Alt boyutlarına İlişkin Korelasyon Analizi

Değişkenler	Yapıcı	Yıkıcı
Yapıcı Davranışlar	1	
Yıkıcı Davranışlar	,39**	1
Örgütsel İletişim Etiği (Toplam)	,89**	,76**

Cohen (1988), korelasyon analizi sonucunda elde edilen r değerinin .10 ile .29 arasında düşük, .30 ile .49 orta ve .50 ile 1.0 arasındaki değerleri ise yüksek düzeyde ilişkiye işaret ettiğini belirtmiştir.

Faktörler arasındaki korelasyonlar incelendiğinde yapıcı davranışlar ile yıkıcı faktör arasında pozitif yönde ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($r=.39$; $p<.01$). Örgütsel iletişim etiği ölçeğinin toplamı ile alt boyutu olan yapıcı davranışlar arasında pozitif yönde ve yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($r=.89$; $p<.01$). Örgütsel iletişim etiği ölçeğinin toplamı ile alt boyutu olan yıkıcı davranışlar arasında pozitif yönde ve yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($r=.76$; $p<.01$). Bu bulgular ölçeğin faktörleri arasında uyumluluk ve ilişkinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

8.5. İkinci Verinin Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)

Bu bölümde çalışmanın ikinci aşamasında toplanan 143 adet verisi ile ilk aşamada elde edilen yapı test edilmiştir. İkinci defa toplanan veri için ilk olarak açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır.

Tablo 8.7. KMO ve Bartlett Testi Sonuçları

	Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)	,885
	Ki-kare	1373,338
Bartlett Küresellik Testi	Serbestlik derecesi	91
	P değeri (Sig.)	,000

Çalışmanın ikinci aşamasında farklı örneklemden toplanan veriler ile yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda KMO değerinin ($0.885>0.5$) ve Bartlett küresellik testi değerinin ($p<0.05$) faktör analizi için uygun olduğu görülmektedir.

Tablo 8.8. Özdeğer İstatistiğine Bağlı Faktör Sayısı ve Açıklanan Toplam Varyans

	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	6,615	47,249	47,249	6,615	47,249	47,249
2	2,481	17,724	64,974	2,481	17,724	64,974
3	,984	7,025	71,999			
4	,728	5,198	77,197			
5	,625	4,463	81,660			
6	,529	3,778	85,438			
7	,435	3,110	88,548			
8	,308	2,198	90,745			
9	,288	2,056	92,801			
10	,278	1,986	94,788			
11	,222	1,583	96,370			
12	,207	1,478	97,849			
13	,168	1,201	99,049			
14	,133	,951	100,000			

Çalışmanın ikinci aşamasında farklı örneklemden toplanan veriler ile yapılan açılımlayıcı faktör analizinde, ilk aşamada elde edilen yapının farklı örnekleme benzer sonuçlar verip verilmeyeceğini test etmek için yapılan analizde her iki faktör için ortak varyansın sırasıyla % 47,249 ve % 17,724 olduğu bulunmuştur. Böylece açıklanan toplam varyansın % 64,974 olması kabul edilebilir bir değerdir.

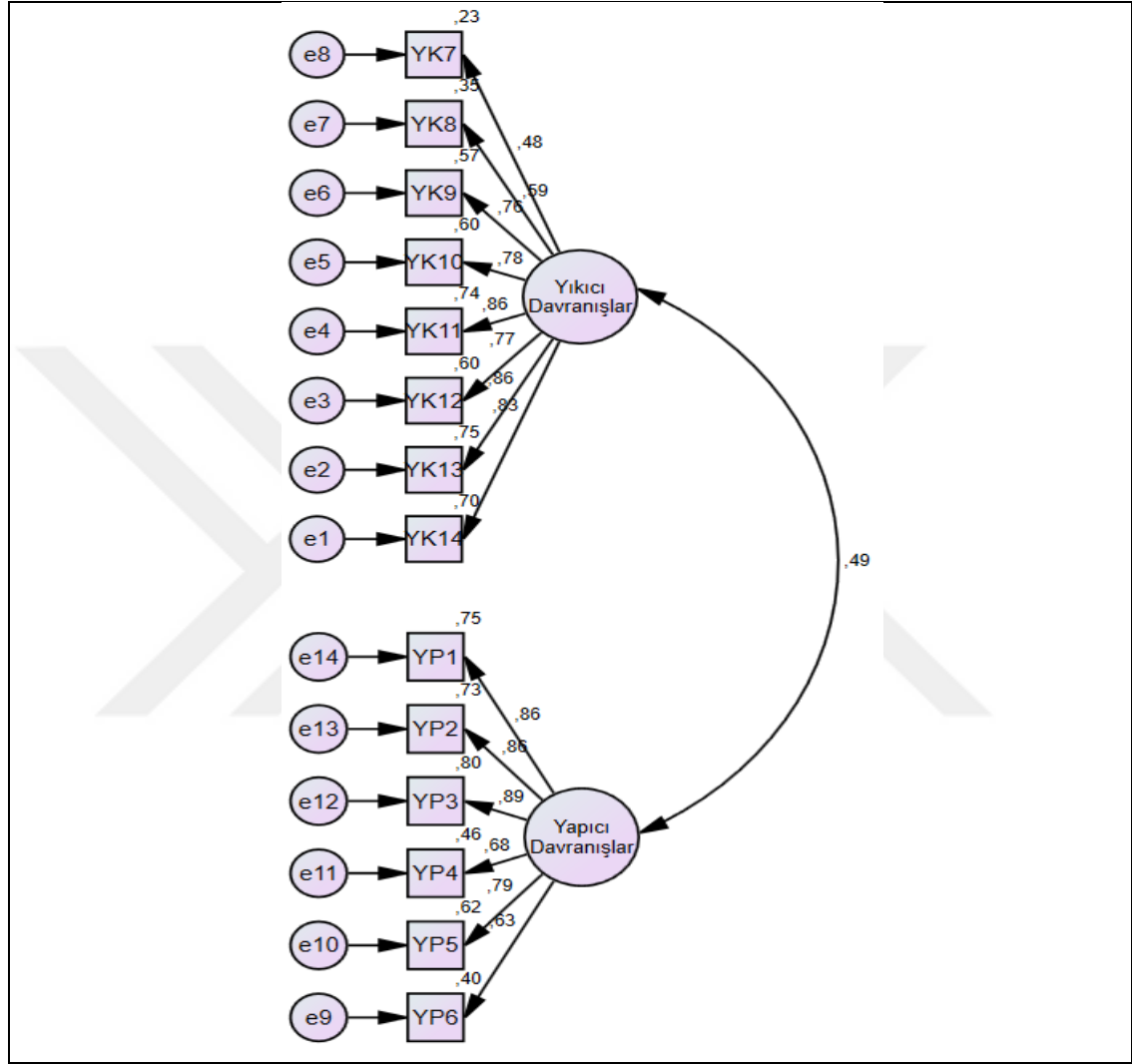
Tablo 8.9. Nihai Ölçek Maddelerinin Faktörlere Göre Dağılımları ve Faktör Yükleri

Maddeler	Yıkıcı Davranışlar (Faktör1)	Yapıcı Davranışlar (Faktör2)
YP1. İşimle ilgili iletişim ilişkisinde yöneticilerim bana karşı dürüştür.		,807
YP2. Yöneticilerim iletişim kurarken yanıltıcı mesajlardan sakınırlar.		,839
YP3. İşimle ilgili iletişim kurarken yöneticilerimin söylediklerine güvenirim.		,853
YP4. Yöneticimle iletişim kurarken yanlışlarımı anlayışla karşılar.		,747
YP5. Yöneticimle iletişim kurarken düşünce ayrılığına düşüldüğünde yöneticim bu durumun nedenini açıklar.		,847
YP6. Yöneticilerimiz çatışmaların giderilmesine yardımcı olur.		,729
YK7. Yöneticilerim kasıtlı olarak hakkımda dedikodu yayar.	,540	
YK8. Yöneticilerim iletişim kurarken davranışlarımla ilgili aşağılayıcı imalarda bulunur.	,674	
YK9. Yöneticimle iletişim kurarken fikirlerim görmezlikten gelinir.	,773	
YK10. Yöneticimle iletişim kurarken görüşlerimin altında art niyet arar.	,785	
YK11. Yöneticim iletişim kurarken onur kırıcı bir dil kullanır.	,852	
YK12. Yöneticilerim tarafından çeşitli şekillerde gözetleme mekanizmalarının kullanılarak etik dışı bir şekilde kayıt altına alındığımı düşünüyorum.	,777	
YK13. Yöneticilerim yaptığım işte hata bulmaya yönelik çaba ve girişimlerde bulunur.	,829	
YK14. Yöneticim bana zarar verebilecek bir bilgiyi herkese yaymakla beni tehdit eder.	,847	

Açılımlayıcı faktör analizi Varimax dikey eksen döndürme tekniği sonrasında, yıkıcı davranışlar faktörü 8 maddeden oluşmaktadır ve bu faktörün madde yükleri ,540 ile ,852 arasındadır. Ayrıca yıkıcı davranışlar boyutundaki tüm sorular ters kodlu sorulardan oluşmaktadır. Yapıcı davranış faktörü ise 6 maddeden oluşmaktadır ve faktör yükleri ,729 ile ,853 arasında değişmektedir. Böylece ilk aşamadaki yapıya benzer bir dağılım göstermiştir.

8.6. İkinci Verinin Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

Çalışmanın ilk aşamasında elde edilen yapının farklı bir örneklemede tekrardan test edilmesi amacıyla toplanan verilerin açıklayıcı faktör analizi yapıldıktan sonra doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmiştir.



Şekil 8.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi Modeli (DFA)

Tablo 8.10. Doğrulayıcı Faktör Analizinin Uyum İndeksleri (Schermelleh-Engel ve diğ., 2003: 52).

Uyum Ölçüleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Model Uyum İyilikleri
RMSEA	$0 < RMSEA < 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$	0,063
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1$	$0,90 \leq NFI \leq 0,95$	0,925
CFI	$0,97 \leq CFI \leq 1$	$0,95 \leq CFI \leq 0,97$	0,971
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1$	$0,90 \leq GFI \leq 0,95$	0,905
AGFI	$0,90 \leq AGFI \leq 1$	$0,85 \leq AGFI \leq 0,9$	0,856
χ^2/df	$0 < \chi^2/df < 3$		$107,663/69=1,560$

Doğrulayıcı faktör analizinde (CFA) önerilen modelin ve analiz verisinin istatistiksel olarak uygunluğunu test eden değer, χ^2 değeridir (Schumacker, 2004: 82).

Çalışılan örneklem (N=143) için bulunan χ^2 değeri (107,663) bulunmuştur. 0-3 aralığında olması uygun görülen χ^2/df değeri 1,560 olarak elde edildiğinden, model istatistiksel olarak anlamlıdır. Fakat CFA ve yapısal eşitlik modellemesinde veriden elde edilen bir modeli doğru olarak tanımlamak için tek bir istatistiksel anlamlılık testi yeterli olmayıp birçok kritere göre değerlendirmek gerekmektedir (Schermelleh-Engel ve diğ., 2003: 31-33). Bu nedenle tabloda diğer istatistiksel anlamlılık testleri (uyum iyiliği indeksleri) ve kabul edilebilir sınırları verilmiştir. Uyum iyiliği, önerilen modelden tahmin edilen gözlenen girdi matrisinin (kovaryans ya da korelasyon) uygunluğunu veya modelin ampirik veri ile tutarlılığını ölçer (Hair ve diğ., 1998: 610-611; Schermelleh-Engel ve diğ., 2003: 31). Modele ait uyum iyiliği indeksleri RMSEA, NFI, CFI, GFI, AGFI kabul edilebilir sınırlar içerisinde yer almaktadır. Başka bir ifade ile bu modelin istatistiksel olarak geçerli olduğu anlaşılmaktadır.

8.7. İkinci Veriye İlişkin Güvenirlilik ve Geçerlilik

Çalışmanın ilk aşamasında elde edilen yapının farklı bir örnekleme tekrardan test edilmesi amacıyla toplanan verilerin Açıklayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizinden sonra iç tutarlılığı hesaplamak üzere güvenilirlik analizi yapılmıştır.

Tablo 8.11. Güvenirlilik Analizi

Değişkenler	Cronbach's Alpha Değeri
Örgütsel İletişim Etiği	.911
Alt Boyutları	
Yıkıcı Davranışlar	.909
Yapıcı Davranışlar	.906

Tablo 8.11'de ölçeğin iç tutarlılığının değerlendirilmesi amacıyla çalışmada ortaya çıkan ve ölçek için kabul edilen faktörler sırasıyla IBM SPSS programı ile güvenilirlik testine bakılmıştır. Analiz sonucunda Cronbach's Alpha değeri ölçeğin genelinde ve alt boyutlarında güvenilir değerlere ulaşılmıştır.

8.8. İkinci Veriye İlişkin Korelasyon Analizi

Tablo 8.12. Ölçeğin toplamı ve Alt boyutlarına İlişkin Korelasyon Analizi

Değişkenler	Yapıcı	Yıkıcı
Yapıcı Davranışlar	1	
Yıkıcı Davranışlar	,45**	1
Örgütsel İletişim Etiği (Toplam)	,82**	,88**

Faktörler arasındaki korelasyonlar incelendiğinde yapıcı davranışlar ile yıkıcı faktör arasında pozitif yönde ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($r=.45$; $p<.01$). Örgütsel iletişim etiği ölçeğinin toplamı ile alt boyutu olan yapıcı davranışlar arasında pozitif yönde ve yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($r=.82$; $p<.01$). Örgütsel iletişim etiği ölçeğinin toplamı ile alt boyutu olan yıkıcı davranışlar arasında pozitif yönde ve yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($r=.88$; $p<.01$). Bu bulgular ölçeğin faktörleri arasında uyumluluk ve ilişkinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

9. SONUÇ VE TARTIŞMA

Örgütsel iletişim etiği üzerine bir ölçek geliştirmek amacıyla yapılan bu çalışmada Redding (1996)'in "Örgütsel İletişim Etiğinin 6 Tipolojisi"nin alt boyutları temel alınarak, örgütsel iletişim etiğine yönelik maddeler hazırlanmıştır. Daha sonra uzman görüşleri neticesinde maddeler revize edilmiş ve anket formuna dönüştürülmüştür. Çalışmada, tekstil firmalarındaki çalışanlardan iki aşamalı olarak veri toplanmıştır. İlk aşamada 212 anket verisi ile açımlayıcı faktör analizi yapıldıktan sonra açıklanan toplam varyans % 66,469 olarak bulunmuş, on dört maddelik ve iki alt boyuttan oluşan bir yapı elde edilmiştir. Elde edilen bu yapının doğrulayıcı faktör analizi ile model uyumu test edilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizinden sonra 14 madde ve 2 alt boyuttan oluşan yapı kuramsal ve istatistiksel olarak uygun olduğu bulunmuştur ($\chi^2/df=2,027$, RMSEA=.07, NFI=.94, CFI=.97, GFI=.92, AGFI=.88). Böylece açımlayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen yapının uygun olduğu ortaya çıkmıştır. Yapılan testler sonucunda elde edilen yapıdaki faktörler "yıkıcı davranışlar" ve "yapıcı davranışlar şeklinde isimlendirilmiştir. "yıkıcı davranışlar" faktörü 8 maddeden oluşmaktadır ve bu faktörün madde yükleri ,782 ile ,876 arasındadır. Ayrıca yıkıcı davranışlar boyutundaki tüm sorular ters kodlu sorulardan oluşmaktadır. "yapıcı davranış" faktörü ise 6 maddeden oluşmaktadır ve faktör yükleri ,677 ile ,788 arasında değişmektedir. Yapılan açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri sonuçları ölçeğin yapı geçerliliğine ilişkin bir kanıttır. İç tutarlılık katsayılarını hesaplamak üzere yapılan güvenilirlik çalışmaları kapsamında Cronbach Alpha değeri ölçeğin geneli için (.910) alt boyutlarından yıkıcı davranışlar (.943) ve yapıcı davranışlar ise (.857) olarak bulunmuştur.

Çalışmada ilk aşamada yapılan testler sonucunda ortaya çıkan yapıyı doğrulamak üzere ikinci aşamada farklı örnekleme 143 anket verisi toplanmış ve tekrar açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Toplam varyans % 64,974 olarak bulunmuş ve benzer bir yapı ortaya çıkmıştır. Daha sonra doğrulayıcı faktör analizi test edilmiş ve ilk aşamada olduğu gibi oluşan yapının istatistiksel olarak uygun olduğu ortaya çıkmıştır ($\chi^2/df=1,560$, RMSEA=.06, NFI=.93, CFI=.97, GFI=.91, AGFI=.86). Maddeler ve faktörler ilk aşamaya benzer şekilde dağılmıştır. Yıkıcı davranışlar faktörü 8 maddeden oluşmaktadır ve bu faktörün madde yükleri ,540 ile ,852 arasındadır. Yapıcı davranış faktörü ise 6 maddeden oluşmaktadır ve faktör yükleri ,729 ile ,853 arasında değişmektedir. Son olarak iç tutarlılığı hesaplamak üzere güvenilirlik analizi yapılmış, Cronbach's Alpha değerleri ölçeğin geneli için (.911) alt boyutlarından yıkıcı davranışlar (.909) ve yapıcı davranışlar ise (.906) olarak bulunmuştur. Böylece her iki aşamada toplanan veriler yapılan testler sonucunda ölçeğin güvenilir olarak kullanılabileceğini göstermektedir.

Örgütlerde etik olmayan bir iletişim kısa vadede olumlu sonuçlar yaratsa da uzun vadede örgütler için olumsuz sonuçlar doğuracaktır (Reinsch, 1990: 265). Bu açıdan düşünüldüğünde örgütlerin uzun vadede etkili olabilmesi için örgütsel iletişim etiğinin ölçülmesi ve değerlendirilmesi, örgütlerde çalışanların etik olmayan bir iletişime maruz kalıp kalmadığı konusunda fikir verecektir. Nihayetinde sosyal bir varlık olan insanın, etik olmayan bir iletişime maruz kalması durumunda örgütsel sadakat, bağlılık, güven, özdeşleşme, vatandaşlık vb. kavramlarla açıklanabilecek örgüt içi unsurlar ortaya çıkabilir. Çalışanlarda örgüte karşı böylesi bir duygusal eksiklik oluştuğunda örgütün etkililiğinde ve verimliliğinde düşüş kaçınılmaz olacaktır.

Çalışma kapsamında elde edilen ölçeğin; örgütlerde, örgütsel iletişim konusundaki çalışmalara veri tabanı oluşturmak ve örgütsel iletişimle ilgili yapılacak

çalışmalara daha yararlı sonuçlar ortaya çıkarmak adına işletmelerde iletişime etik kavramını da dahil ederek uzun vadede olumlu sonuçlar elde edileceği düşünüldüğünden, işletmelerin katma değer yaratıcı unsurlara yönelme konusunda teşvik edilmesi beklenilmektedir. Dolayısıyla, bu ölçek geliştirme çalışması alandaki bu eksiği gidermesi bakımından önem arz etmektedir.

İlerleyen zamanlarda bu konu ile ilgili çalışacak araştırmacıların, ölçeği başka ülkelerde ve farklı örneklem üzerinde test etmesi yararlı olacaktır. Aynı zamanda ölçek geliştirilmeye ve genişletilmeye de uygun olup yeni faktörler ve maddeler ölçeğe dahil edilebilir.



KAYNAKLAR

- AKTAN, S., 2014. "Örgütsel İletişimin İş Tatminine Etkisi", Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Kahramanmaraş.
- AKYÜZ, M. ve YILMAZ, F. D., 2015. "Konaklama İşletmelerinde Örgütsel Özdeşleşme ve Örgütsel İletişimin İşgörenlerin İşten Ayrılma Niyetine Etkisi", Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1 (8), ss. 137-143.
- ALTUN, A., 1995. Türkiye'de Gazetecilik ve Gazeteciler, ÇGD Yayını, Ankara, 204s.
- ARGON, T. ve KÖSTERELİOĞLU, M. A., 2009. "Akademisyenlerin Akademik İletişim Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi", Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 8 (30), ss. 43-61.
- ARISOY, B., 2007. "Örgütsel İletişimin Motivasyon ve İş Doyumu Üzerine Etkiler", Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Ana Bilim Dalı Yönetim ve Çalışma Psikolojisi Bilim Dalı, İstanbul.
- ATABAY, R. ve İYİĞÜN, N. Ö., 2015. Güncel Yaklaşımlar Işığında Etik, Beta Yayınları, İstanbul, 255s.
- ATAK, M., 2005. "Örgütlerde Resmi Olmayan İletişimin Yeri ve Önemi", Havacılık ve Uzun Teknolojileri Dergisi, 2 (2), ss. 59-67.
- AYDIN, İ., 2002, Yönetmel, Mesleki ve Örgütsel Etik, Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara, 226s.
- _____, 2006, Eğitim ve Öğretimde Etik, Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara, 217s.
- _____, 2010. Yönetmel, Mesleği ve Örgütsel Etik, Pegem Akademi, Ankara, 276s.
- AZİZ, A., 2010. İletişime Giriş, Hiperlink Yayınları, İstanbul, 224s.
- _____, 2012. İletişime Giriş, Hiperlink Yayınları, İstanbul, 235s.
- AZİZOĞLU, R. O., 2011. "Kültürün Örgütsel İletişim Üzerine Etkisi: İki Farklı Ülkede Faaliyet Gösteren İki İşletme Arasında Karşılaştırmalı Bir Araştırma", Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Ankara.
- BAKAN, İ. ve BÜYÜKBEŞE, T., 2004. "Örgütsel İletişim İle İş Tatmini Unsurları Arasındaki İlişkiler: Akademik Örgütler İçin Bir Alan Araştırması", Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 4 (7), ss. 1-30.
- BAMBACAS, M. and PATRICKSON, M., 2009. "Assessment of Communication Skills in Manager Selection: Some Evidence from Australia", Journal of Management Development, 28 (2), pp. 109-120.
- BAŞYİĞİT, A., 2006. "Örgütsel İletişimin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi", Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- BAY, N., 2007. Radyo ve Televizyon Yayıncılığı, Nüve Kültür Merkezi Yayınları, İstanbul, 264s.
- BEKTAŞ, M., 2014. "Yönetim Tarzlarının Örgütlerdeki İnfomal İletişim Kanallarına Etkisi: Burdur İli Kamu Kurumları Örneği", Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Isparta.
- BOLAT, S., 1996. "Eğitim Örgütlerinde İletişim: H. Ü. Eğitim Fakültesi Uygulaması", Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 12, ss. 75-80.
- BOONE, L. E., KURTUZ, D. L. ve BLOCK, J. R., 1997. Contemporary Business Communication, New Jersey: Prentice Hall, 645p.

- BOWEN, S. A., 2006. "Autonomy in Communication: Inclusion in Strategic Management and Ethical Decision- Making, A Comparative Case Analysis", *Journal of Communication Management*, 10 (4), pp. 330-352.
- BOZKURT, F., 2010. "Yatılı İlköğretim Bölge Okulları Öğretmenlerinin Yöneticileriyle Olan Örgütsel İletişimi (Elazığ, Malatya, Adıyaman, Diyarbakır ve Tunceli İlleri Örneği)", Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Yönetimi Teftişi Planlaması ve Ekonomisi Anabilim Dalı, Elazığ.
- BURNETT, J. ve MORIARTY, S., 1998. *Introduction to Marketing Communication: An Integrated Approach*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc, 659p.
- CANSU, O. C., 2006. "Örgüt Kültürü İle Örgütsel İletişim İlişkisi ve Bir Anket Uygulaması", Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- COOPER, T. L., 1994. *The Emergence of Administrative Ethics*, Handbook of Administrative Ethics, Marcel Dekker, New York, 585p.
- COSTELLO, A. B. & OSBORNE, J. W., 2005. "Best Practices in Exploratory Factor Analysis: Four Recommendations For Getting The Most From Your Analysis", *Practical Assessment, Research, & Evaluation*, 10, pp.1-9.
- CRAMPTON, S. M. HODGE, J. W. MISHRA, J. M., 1998. "The Informal Communication Network: Factors Influencing Grapevine Activity", *Public Personnel Management*, Winter, ProQuest, 27 (4), pp. 569-582.
- ÇINAR, O., 2010. "Okul Müdürlerinin İletişim Sürecindeki Etkililiği", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (26), ss. 267-276.
- DEMİR, M. T., 2016. "Kurumsal İletişim Açısından Şirketlerin Spor Faaliyetleri Yönetimi", Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Samsun.
- DİLEKMEN, M. BAŞÇI, Z. BEKTAŞ, F., 2008. "Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin İletişim Becerileri", *Atatürk Üniversitesi, K. Karabekir Eğitim Fakültesi*, 12 (2), ss. 223-231.
- DÖKMEN, Ü., 2005. *İletişim Çatışmaları ve Empati*, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 360s.
- DUBRIN, A. J., 1997. *Human Relations: Interpersonal, Job-oriented Skills*, New jersey, Englewood Cliffs, Prentice Hall, 285p.
- EGECİ, I. S. and GENCOZ, T., 2011. "The Effects of Attachment Styles, Problem-Solving Skills, and Communication Skills on Relationship Satisfaction", *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 30, pp. 2324-2329.
- EĞİNLİ, A. T. ve BİTİRİM, S., 2008. "Kurumsal Başarının Önündeki Engel: Zehirli (Toksik) İletişim", *Selçuk İletişim*, 5 (3), ss. 124-140.
- ELMAŞ, N., 2017. "Örgütsel İletişimin İş Tatmini Üzerindeki Etkisi ve Bir Uygulama", Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- ERDOĞAN, İ., 1991. *İşletmelerde Davranış*, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını, İstanbul, 410s.
- _____, 2005. *İletişimi Anlamak*, Pozitif Matbaacılık, Ankara, 512s.
- EREN, E., 2000. *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 604s.
- ERKOÇ, T., 2008. "Kişilik Özelliklerinin Örgütsel İletişime Etkisi ve Bir Araştırma", Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Anabilim Dalı İşletme Bilim Dalı, İstanbul.

- EROĞLU, E. ve ÖZKAN, G., 2009. “Örgüt Kültürü” ve “İletişim Doyumu” İle Bireysel Özellikler Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi: Bir Uygulama Örneği”, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 5 (4), ss. 50-61.
- EROĞLU, E., 2005. “Yöneticilerin Dedikodu ve Söylentiye Yönelik Davranış Biçimlerinin Belirlenmesi (Afor Taşıma Hizmetleri A.Ş’ de Bir Uygulama)”, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 1 (13), ss. 203-218.
- EROĞLUER, K., 2011. “Örgütsel İletişim ile İş Tatmini Unsurları Arasındaki İlişkiler: Kuramsal Bir İnceleme”, Ege Akademik Bakış, 11 (1), ss. 121-136.
- ERTÜRK, M., 2000. İşletmelerde Yönetim ve Organizasyon, Beta Yayınları, İstanbul, 294s.
- EYİDOĞAN, Ö., 2013. “Etik İklimin Örgütsel İletişim Üzerindeki Etkisi”, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Uluslararası Kalite Yönetimi Bilim Dalı, İstanbul.
- FİLİZÖZ, B., 2011. Etik ve Etiğe İlişkin Temel Kavramlar, (Ed.: Z. Sabuncuoğlu), İşletme Etiği İçinde, Beta Yayınları, 1-38s.
- GİZİR, S., 2002. “Üniversite ile İletişim Bir Durum Çalışması, Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi”, Orta Doğu Teknik Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi, 1 (30), ss. 219-244.
- GÜLNAR, B., 2007. “Araştırma Görevlilerinin İş Tatminini Sağlama Aracı Olarak Örgütsel İletişim ve İletişim Doyumu: Kamu ve Özel Üniversite Karşılaştırması”, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Anabilim Dalı, Konya.
- GÜMÜŞSUYU, Ç. SÖNMEZ, S. ve OYUR, E., 2008. Genel ve Teknik İletişim, Savaş Yayınevi, Ankara, 386s.
- GÜNEY, S., 2001. Yönetim ve Organizasyon, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 580s.
- GÜNGÖR, N., 2011. İletişim Kuramlar Yaklaşımlar, Siyasal Kitabevi, Ankara, 352s.
- GÜRGEN, H., 1997. Örgütlerde İletişim Kalitesi, Der Yayınları, İstanbul, 296s.
- GÜRÜZ, D. ve EĞİNLİ, T. A., 2008. İletişim Becerileri, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, 296s.
- GÜRÜZ, D. ve YAYLACI, G. Ö., 2004. İletişimci Gözüyle İnsan Kaynakları Yönetimi, MediaCat Kitapları, İstanbul, 322s.
- HAIR, J.F., ANDERSON, R. E. TAHTAM, R. L. and BLACK, W. C., 1998. Multivariate Data Analysis, Fifth Edition Prentice-Hall International Inc, New Jersey, 768p.
- HALES, K., 2009. “Ethical Issues in Relational Maintenance Via Computer- Mediated Communication”, Journal of Information, Communication and Ethics in Society, 7 (1), pp. 9-24.
- HALİS, M., 2000. “Örgütsel İletişim ve İletişim Tatminine İlişkin Bir Araştırma”, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 14 (1), ss. 218-230.
- HANİFA, A. ve CAHAYA, F. R., 2016. “Ethical Communication on Society Issues: A Story From Indonesia”, Journal of Global Responsibility, 7 (1), pp. 39-55.
- HINKIN, T., 1995. “A Review of Scale Development Practices in The Study of Organisations”, Journal of Management, 21 (5), pp. 967-988.
- HITT, W. D., 1990. Ethics and Leadership: Putting Theory into Practice, Batelle Press, Columbus, 249p.
- HUTCHESON, G. and SOFRONIOU, N., 1999. The Multivariate Social Scientist, Sage, London,

- JACKSON, D., 2014. "Business Graduate Performance in Oral Communication Skills and Strategies for Improvement", *The International Journal of Management Education*, 12, pp. 22-34.
- KAISER, H. F., 1974. An Index of Factorial Simplicity, *Psychometrika*, 39, pp. 31-36.
- KARABULUT, E., 2014. "Örgütsel İletişim ve Duygusal Zeka İlişkisi: Bir Uygulama", Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Kütahya.
- KARAKOÇ, F. Y. ve DÖNMEZ, L., 2014. "Ölçek Geliştirme Çalışmalarında Temel İlkeler", *Tıp Eğitim Dünyası*, 40, ss.39-49.
- KARCIOĞLU, F. TİMURÖĞLU M. K. ÇINAR, O., 2009. "Örgütsel İletişim ve İş Tatmini İlişkisi Bir Uygulama", Atatürk Üniversitesi İ.İ.B.F, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Eğitim Fakültesi, 20 (63), ss. 59-76.
- KASS, R. A. ve TINSLEY, H. E. A., 1979. Factor Analysis, *Journal of Leisure Research*, 11, pp.120-138.
- KAVİ, E. ve KOÇAK, O., 2013. *Çalışma Yaşamında Etik*, Ekin Basın Yayın, Bursa, 242s.
- KILAVUZ, R., 2002. "Yönetmelik Etik ve Halkın Yönetmelik Etik Oluşumuna Etkileri", *Sosyal Bilimler Dergisi*, 26 (2), ss.255-266.
- KILINÇ, B. ve ERİŞ, U., 2016. *İletişim Bilgisi*, Anadolu Üniversitesi Basımevi, Eskişehir, 182s.
- KILINÇARSLAN, S., 2016. *İletişime Giriş*, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 244s.
- KIRAC, E., 2012. "Örgütsel İletişimin Örgütsel Bağlılık Algılaması Üzerindeki Etkileri ve Bir Araştırma", Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Denizli.
- KIRLIOĞLU, H. ve AKYEL, N., 2003. "Mesleki Etik ve Ülkemizde Muhasebe Denetimi", *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 17 (1), ss. 59-68.
- KOÇEL, T., 2007. *İşletme Yöneticiliği*, Arıkan Yayınları, İstanbul, 569s
- KORKMAZ, C. H., 2012. "Bir Davranış ve Örgütlenme Modeli Olarak Tüccar Ahlakı", *İş Ahlakı Dergisi*, 5 (9), ss.37-69.
- KÖSTERELİOĞLU, M. A. ve ARGON, T., 2010. "Okul Yöneticilerinin İletişim Sürecindeki Etkililiğine İlişkin Öğretmen Algıları", *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11 (1), ss. 1-17.
- KURNAZ, N. ve GÜMÜŞ, Y., 2010, "Muhasebe Bölümü Öğrencilerinin Muhasebe Mesleği ile İlgili Etik Dışı Davranışlara İlişkin Algı Analizi: Dumlupınar Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokul Örneği", *MUFAD Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 46, ss. 157-174.
- KÜÇÜK, M. ERİŞ, U. OĞUZ, T. DAL, A. AYDIN, C. H. ORHON, E. N., 2014. *İletişim Bilgisi*, Anadolu Üniversite Yayınları, Eskişehir, 171s.
- LOLLI, J. C., 2013. "Interpersonal Communication Skills and The Young Hospitality Leader: Are They Prepared?", *International Journal of Hospitality Management*, 32, pp. 295-298.
- MC KENNA, E., 1994. *Business Psychology and Organisational Behaviour*, Lawrance Earlbaum Associates Ltd., East Sussex, 651p.
- MEB, 2011. *Gazetecilik: İletişim Süreci ve Türleri*, Ankara, 74s
- _____, 2012. *Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri: Grup İletişimi*, Ankara, 76s.
- MONTGOMERY, D. and DECARO, P., 2001. "Organizational Communication Ethics: The Radical Perspective of Performance Management", *American Communication Journal*, 5 (1), https://www.ac-journal.org/?page_id=644 (01.07.2019)

- NUNNALLY, J., 1978. Psychometric Theory, New York: McGraw-Hill.
- NUTTALL, J., 1997. Ahlak Üzerine Tartışmalar: Etiğe Giriş (Çev.: Abdullah Yılmaz), Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 234s.
- OKAY, A. ve OKAY, A., 2005. Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları, Der Yayınları, İstanbul, 548s.
- ORHAN, E. A., 2008. “Köy ve Şehir İlköğretim Okullarında Örgütsel İletişimden Kaynaklanan Çatışmalar ve Çatışma Yönetimi Yaklaşımları”, Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Elazığ.
- ORHON, N. ve ERİŞ, U., 2012. İletişim Bilgisi, Anadolu Üniversitesi Web-Ofset Tesisleri, Eskişehir, 171s.
- OUSSII, A. A. and KLİBI, M. F., 2017. “Accounting Students’ Perceptions of Important Business Communication Skills for Career Success”, Journal of Financial Reporting and Accounting, 15(2), pp. 208-225.
- OYUR, E. MERCAN, N. ŞAYLAN, O. BURAN, A. Ç., 2012. “İş Ortamında Duyguları İfade Etme ve İletişim Becerileri Üzerine Bir Araştırma”, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 4 (1), ss. 97-106.
- ÖLÇER, N. ve KOÇER, S., 2015. “Örgütsel İletişim: Kocaeli Üniversitesi Akademik Personeli Üzerine Bir İnceleme”, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım, 6 (11), ss. 339-383.
- ÖZARALLI, N. ve TORUN, A., 2011. “Biçimsel ve Biçimsel Olmayan İletişim, Yönetici İle Kuruma Duyulan Güven ve Üstün Uzmanlık Gücü Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Araştırma”, Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi, 6 (2), ss. 101-113.
- ÖZDAMAR, K., 2017. Eğitim, Sağlık ve Davranış Bilimlerinde Ölçek ve Test Geliştirme Yapısal Eşitlik Modellemesi, Nisan Kitabevi, Eskişehir, 294s.
- ÖZKILIÇCI, G., 2011. “Örgütsel Adalet Algısı İle Örgütsel İletişim Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Ana Bilim Dalı Yönetim ve Çalışma Psikolojisi Bilim Dalı, İstanbul.
- ÖZTÜRK, M. H., 2014. “Örgütsel İletişimin Örgütsel Bağlılığa Etkisi ve Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- PALLANT, J. 2001. SPSS Survival Manual. A Step-by-Step Guide to Data Analysis Using SPSS for Windows, New South Wales, Australia: Allen & Unwin.
- PEHLİVAN, K. B., 2005. “Öğretmen Adaylarının İletişim Becerisi Algıları Üzerine Bir Çalışma”, Muğla Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Eğitim Bilimleri Bölümü, 4 (2), ss. 17-23.
- PELTEKOĞLU, F. B., 2001. Halkla İlişkiler Nedir?, Beta Yayınları, İstanbul, 424s.
- PIEPER, A., 1999. Etiğe Giriş, Ayrıntı Yayınları, Ankara, 287s.
- REDDING, W. C., 1996. When Will We Wake Up. In J.S., Jaksa, & M.S. Pritchard, (Eds.). Responsible Communication: Ethical Issues in Business, Industry, and The Professions, Cresskill, NJ: Hampton Press, pp.17-40.
- REINSCH, N. L. JR., 1990. “Ethics Research in Business Communication: The State of the art”, Journal of Business, Communication, 27, pp. 251-272.
- ROBBINS, S., 2005. Organizational Behavior. New Jersey: Prentice Hall, 649p.
- ROGERS, W., 1984. Communication in Action: Building Speech Competencies, CBS College Publishing, Canada, 384p.

- ROSSY, G. L., 2011. "Five Questions For Addressing Ethical Dilemma", *Strategy & Leadership*, 39 (6), pp. 35-42
- SABUNCUOĞLU, Z. ve TÜZ, M., 2003. *Örgütsel Psikoloji*, Furkan Ofset, Bursa, 362s.
- SAĞBAŞ, N. Ö., 2013. "İletişim, Örgütsel İletişim ve Okul Yönetimi", Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- SARAÇOĞLU, M. ve DURAN, C., 2009. "Yaratıcı Girişimcinin Gelişiminde Çevrenin Rolü", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (30), ss. 131-151.
- SCHERMELLEH, E. K., MOOSBRUGGER, H. and MÜLER, H., 2003. "Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures", *Methods of Psychological Research Online*, 8 (2), pp. 23-74.
- SCHUMACKER, R. E., 2004. *Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*, Lawrence Erlbaum Associates Inc. New Jersey.
- SEÇER, İ., 2015. *SPSS ve LISREL ile Pratik Veri Analizi-Analiz ve Raporlaştırma*, Anı Yayıncılık, Ankara, 261s.
- SETHI, D. ve SETHI, M., 2009. "Interpersonal Communication: Lifeblood of an Organization", *The IUP Journal of Soft Skills*, 3 (3-4), pp. 32-40.
- SVENSSON, G. ve WOOD, G., 2009. "Implementation, Communication and Benefits of Public Sector Codes of Ethics: A Longitudinal Study Of Sweden", *International Journal of Public Sector Management*, 22 (4), pp. 364-379
- ŞİMŞEK, M. Ş. AKGEMCİ, T. ve ÇELİK, A., 2011. *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış*, Gazi Kitabevi, Ankara, 525s.
- ŞİMŞEK, M. Ş., 1997. *Yönetim ve Organizasyon*, Damla Ofset Matbaacılık, Konya, 368s.
- TABACHNICK, B. G. ve FIDELL, L. S., 2007. *Using Multivariate Statistics (5th ed.)*: Allyn and Bacon, New York, 980p.
- TAKMAZ, S. U., 2009. "İlköğretim Okullarında Örgütsel İletişim Düzeyi İle Öğretmenlerin Karara Katılma Davranışları Arasındaki İlişki", Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Eğitim Yönetimi Teftişi Planlaması ve Ekonomisi Bilim Dalı, Konya.
- TANRIVERDİ, H. ADIGÜZEL, O. ve ÇİFTÇİ, M., 2010. "Sağlık Yöneticilerine Ait İletişim Becerilerinin Çalışan Performansına Etkileri: Kamu Hastanesi Örneği", *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (11), ss. 101-122.
- TAVMAN, E. B., 2016. "Çevrimiçi Topluluklarda Tüketicilerin Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim Motivasyonlarının Belirlenmesi ve Bir Araştırma", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Pazarlama Bilim Dalı, İstanbul.
- TELMAN, N. ve ÜNSAL, P., 2005. *İnsan İlişkilerinde İletişim*, Epsilon Yayıncılık, İstanbul, 244s.
- TENGİLİMOĞLU, D. ve ÖZTÜRK, Y., 2004. *İşletmelerde Halkla İlişkiler*, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 280s.
- TILLEY, E. N., FREDRICKS, S. M. ve HORNETT, A., 2012. "Kinship, Culture and Ethics in Organisations: Exploring Implications for Internal Communication", *Journal of Communication Management*, 16 (2), pp. 162-184.
- TOPSAKALOĞLU, S., 2015. "Türk Kamu Yönetiminde Kamu Çalışanları Arasındaki Örgütsel İletişimin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Mutki İlçesi Örneği",

- Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Isparta.
- TRECE, M. ve KLEEN, B. A., 1998. *Successful Communication for Business and Management*, Prentice Hall Inc., 661p.
- TUNA, Y., 2008. “Örgütsel İletişim Sürecinde Yöneticilerin Duygusal Zeka Yeterlilikleri”, Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Anabilim Dalı, Eskişehir.
- TUTAR, H. ve YILMAZ, M. K., 2003. *Genel İletişim*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 232s.
- TUTAR, H., 2009. *Örgütsel İletişim*, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 346s.
- TUTAR, H., YILMAZ, M. K. ve EROĞLU, Ö., 2017. *Genel ve Teknik İletişim*, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 248s.
- UYSAL, F. G., 2007. “Örgütsel İletişimde Nöro Linguistik Programlama (NLP) ve Bir Uygulama”, Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim-Organizasyon Bilim Dalı, Bursa.
- UZUN, R., 2007. *İletişim Etiği*, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Basımevi, Ankara, 318s.
- VELICER, W. F. & FAVA, J. L. 1998. “Affects Of Variable And Subject Sampling On Factor Pattern Recovery”, *Psychological Methods*, 3 (2), pp.231-251.
- VICTOR, B. ve CULLEN, J. B., 1988. “The Organizational Bases of Ethical Work Climates”, *Administrative Science Quarterly*, pp.101-125.
- WANG, S. ve TANG, T. I., 2003. “Assessing Customer Perceptions of Web Sites Service Quality in Digital Marketing Environments”, *Journal of End User Computing*, 15 (3), pp.14-31.
- YALÇINKAYA, M., 2007. “Yöneticilerin İletişim Becerilerinin Çalışanların Yaratıcılıklarını Ortaya Çıkması, Yöneticiye Güven ve Örgütte İşbirliği Ruhunun Gelişmesine Etkisinin İncelenmesi Kütahya Porselen ve Cam Sektöründe Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- YAŞLIOĞLU, M. M., 2017. “Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması”, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, ss.74-85.
- YATKIN, A., 2003. *Toplam Kalite Yönetimi*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 128s.
- YILDIZ, A., 2005. “Örgütsel İletişimin Çalışanların İş Tatmini Üzerine Etkisi: Malatya Organize Sanayi Bölgesi'ndeki Orta ve Büyük Ölçekli İşletmelerde Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.
- YILMAZ, K. ve ALTINKURT, Y., 2009. “Öğretmen Adaylarının Mesleki Etik Dışı Davranışlar ile İlgili Görüşleri”, *İş Ahlakı Dergisi*, 2 (4), ss.71-88.
- YURDAGÜL, H. ve BAYRAK, F., 2012. “Ölçek Geliştirme Çalışmalarında Kapsam Geçerlik Ölçüleri: Kapsam Geçerlik İndeksi ve Kappa İstatistiğinin Karşılaştırılması”, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, ss. 264-271.
- YÜKSEL, A. H. ve ZILLIOĞLU, M., 2004. *İletişim Bilgisi*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 109s.
- ZILLIOĞLU, M., 2003. *İletişim Nedir.*, Cem Yayınevi, İstanbul, 303s.

İNTERNET KAYNAKLARI

<https://tr.linkedin.com/pulse/tatl%C4%B1-dil-y%C4%B1lan%C4%B1-deli%C4%9Finden-%C3%A7%C4%B1kar%C4%B1r-osman-kaya> (18.01.2018).
<http://www.ekodialog.com/Konular/isletmelerde-iletisim.html> (27.03.2018).



ÖZ GEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı – Soyadı : Mahsum TUMURBAĞA
Doğum Yeri ve Tarihi : Silopi/ŞIRNAK - 10.11.1993

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme
Bölümü
Yüksek Lisans Öğrenimi : Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı
Bildiği Yabancı Diller : İngilizce

İş Deneyimi

Projeler : Örgütsel İletişim Kanalları: Üniversite
Yönetiminin Kullandığı İletişim Kanalları ve
Öğrencilere Etkisi Üzerine KSÜ’de Bir
Uygulama, Bilimsel Araştırma Projesi (BAP)
22.06.2015-06.01.2017 (Proje No: 2015/2-
36LAP)
Çalıştığı Kurumlar : TURKCELL Mavi Nokta (Aktivasyon)

İletişim

E-Posta Adresi : mahsumtumurbaga@hotmail.com
Tarih : 22.08.2019

EKLER

Ek 1 Örgütsel İletişim Etiği Ölçeği (ÖİEÖ)



ÖRGÜTSEL İLETİŞİM ETİĞİ

Bu anket, KSÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında yüksek lisans tezi kapsamında gerçekleştirilmektedir. Bu anketin amacı; “Örgütsel iletişim etiği” adı altında ölçek geliştirmektir. Elde edilen veriler sadece bilimsel amaçlı olarak kullanılacak olup üçüncü şahıslarla asla paylaşılmayacaktır.

Anket sorularının doğru ve samimi cevaplanması, araştırmanın geçerliliği ve doğru sonuçlara ulaşılması açısından önem taşımaktadır. Değerli zamanınızı bu çalışmaya ayırdığınız için şimdiden teşekkür eder çalışmalarınızda başarılar dileriz.

Mahsum TUMURBAĞA
KSÜ Yüksek Lisans Öğrencisi
mahsumtumurbaga@hotmail.com

Doç. Dr. Canan Gamze BAL
KSÜ İİBF Öğretim Üyesi
canan_gamze@hotmail.com

Lütfen aşağıdaki derecelendirme cetveline dikkat ederek kendinize en uygun olan dereceyi işaretleyiniz.

1.Kesinlikle Katılmıyorum 2.Katılmıyorum 3.Kararsızım 4.Katılıyorum 5.Kesinlikle Katılıyorum

Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
-------------------------	--------------	------------	-------------	------------------------

Yapıcı Davranışlar

1.İşimle ilgili iletişim ilişkisinde yöneticilerim bana karşı dürüsttür.	1	2	3	4	5
2.Yöneticilerim iletişim kurarken yanıltıcı mesajlardan sakınırlar.	1	2	3	4	5
3.İşimle ilgili iletişim kurarken yöneticilerimin söylediklerine güvenirim.	1	2	3	4	5
4.Yöneticilerimle iletişim kurarken yanlışlarımı anlayışla karşılar.	1	2	3	4	5
5.Yöneticilerimle iletişim kurarken düşünce ayrılığına düşüldüğünde yöneticilerim bu durumun nedenini açıklar.	1	2	3	4	5
6.Yöneticilerimiz çatışmaların giderilmesine yardımcı olur.	1	2	3	4	5

Yıkıcı Davranışlar

7.Yöneticilerim kasıtlı olarak hakkımda dedikodu yayar.	1	2	3	4	5
8.Yöneticilerim iletişim kurarken davranışlarımla ilgili aşağılayıcı imalarda bulunur.	1	2	3	4	5
9.Yöneticilerimle iletişim kurarken fikirlerim görmezlikten gelir.	1	2	3	4	5
10.Yöneticilerimle iletişim kurarken görüşlerimin altında art niyet arar.	1	2	3	4	5
11.Yöneticilerimle iletişim kurarken onur kırıcı bir dil kullanır.	1	2	3	4	5
12.Yöneticilerim tarafından çeşitli şekillerde gözetleme mekanizmalarının kullanılarak etik dışı bir şekilde kayıt altına alındığımı düşünüyorum.	1	2	3	4	5
13.Yöneticilerim yaptığım işte hata bulmaya yönelik çaba ve girişimlerde bulunur.	1	2	3	4	5
14.Yöneticilerim bana zarar verebilecek bir bilgiyi herkese yaymakla beni tehdit eder.	1	2	3	4	5