

# Yeni İletişim Teknolojileri ve Örgütsel İletişime Yansımaları

**Deniz Çalık\***

\*Ankara Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı yüksek lisans öğrencisi, dencalik@hotmail.com

## Özet

20.yy. ile birlikte değişim ve gelişme göstererek, gittikçe daha büyük bir etki alanına ve yeniliklere ulaşan yeni iletişim teknolojilerinin kitle iletişim araçlarına nazaran örgütlere sağladığı ek faydalar bulunmaktadır. Mevcut kitle iletişim araçlarına nazaran iki yönlü iletişime olanak tanıyan yeni iletişim teknolojileri, örgüt çalışanlarına yönelik bir etkinlik olan örgüt içi iletişimde de yenilikler ve kolaylıklar sunmaktadır. Maliyet düşüklüğünün yanı sıra, iletinin yer ve zamandan bağımsız ve oldukça hızlı iletilmesini sağlayan yeni iletişim teknolojileri, örgüt içi halkla ilişkiler uygulamalarında çalışanların yönetime katılması vb. olanaklar da sağlamaktadır. Yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte kurumlar, web sitelerinden ve diğer yeni iletişim teknolojileri araçlarından yararlanmaktadırlar. Makale kapsamında örgüt içi iletişim uygulamalarında yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı ele alınmakta ve incelenmektedir.

**Anahtar sözcükler:** *Yeni iletişim teknolojileri, örgütsel iletişim, örgütsel blog, örgüt web siteleri, örgüt içi ağ (intranet).*

## Abstract

New communication technologies, which is improving and changing with the help of 20th. century's possibilities, has additional benefits for organizations compared to mass media tools. Compared to the existing mass media, new communication technologies allows two-way communication and it offers innovations and amenities in organizational communication. As well as low cost, new communication technologies also allows to transmission messages fairly quickly. Moreover, it allows participation in management for employees in public relations practices within the organization. With the advantages in new communication technologies, organizations benefits from web sites and other new communication tools. Within the scope of the article, the use of new communication technologies in organizational communication applications are discussed and analyzed.

**Key words:** *New communication technologies, organizational communication, organizational blog, organizational web pages, intra-organizational network (intranet).*

## GİRİŞ

Günümüzdeki stratejik yönetim yaklaşımı çerçevesinde, örgütlerin en önemli stratejik kaynağı, "insan kaynağı" olarak görülmektedir. Dolayısıyla yeni iletişim teknolojileri, bu iç paydaşla iletişimde önemli bir araç sağlamaktadır. Yeni iletişim teknolojileri son zamanlarda gerek

uluslar arası, gerek de ulusal anlamda gelişmekte ve örgütlere sağladığı faydalar doğrultusunda dikkat çekmektedir.

Yeni iletişim teknolojileri; iletişimde etkileşime olanak tanıyan yapısıyla önem kazanmaktadır ve iletişim alanında en çok tartışılan konulardan biri haline gelmiştir. Yeni

iletişim teknolojilerinin etkileşim boyutu göz önüne alınırken, onun diğerlerinden ayırt edici en önemli özelliği, yeni iletişim teknolojilerinin, alıcı ile verici arasındaki kanalda etkileşime imkân sağlaması olarak görülebilmektedir. Bu özellik, geleneksel iletişim araçlarından hiçbirinde bulunmamaktadır.

Örgüt içi halkla ilişkiler ve / veya örgüt içi iletişim; yeni iletişim teknolojileriyle birlikte anlam değişikliğine uğrayan alanlardan biri olarak görülebilmektedir. Öncesinde yalnızca personelin devamını sağlama misyonu yüklenen örgüt içi halkla ilişkiler uygulamaları artık, örgütün amaç ve hedeflerini çalışanlara kavratmak, ikna etmek, personelin (iç müşterilerin) işe yönelik motivasyonlarını yüksek tutmak vb. yeni anlamlar kazanmaktadır ve yeni iletişim teknolojileri araçlarının doğasından etkilenmektedir.

### Örgütsel iletişim

Örgüt kavramı, özünde bir grup insanın belli bir amaç yolunda güç birliği yapıp, bu birliğe gerektiğinde fiziksel araçlarını katarak, ilişkilerini yine belli bir yönetim temeline dayanarak düzenledikleri toplumsal sisteme verilen addır (Aşkun, 1972). Örgütün bu özelliklerini birbirine bağlayan, ona hayat vererek çalışmasını sağlayan ise iletişim kavramıdır. Örgüt içerisinde kurulan etkin bir iletişim sistemi; örgütlerin oluşumunda, ayakta kalabilmelerinde ve başarılı olabilmelerinde en temel etken olarak dikkat çekmektedir (Karagöz, 1999).

Ortak bir amacı gerçekleştirmek için bir araya gelen bütün grup, topluluk ve kurumları tasvir etmekte kullanılabilen “örgüt” kavramı için iletişim, büyük önem taşımaktadır. Tüm topluluk faaliyetlerinde, belli bir teşkilatın kurulmasında, faaliyetlerin uyumlaştırılması ve işlerin yürütülmesinde, yeterli ve etkili düzeyde iletişime ihtiyaç duyulmaktadır. Bu nedenle de, örgüt içinde ve dışında sürekli bilgi alışverişi önem kazanmaktadır. Örgütteki bireyler arası uygun iletişimi sağlayan ise, örgütsel iletişimdir. Örgütsel iletişim; çevresinden etkilenen ve aynı zamanda çevresini de etkileyen karmaşık bir yapıdadır. Örgütsel iletişim kavramı; birden fazla insanın belli bir amaç etrafında toplanmasını sağlayan ve bir araya gelen insanların güç birliği doğrultusunda örgüt amaçları yönünde etkin çalışabilmeleri için gerekli olan işbirliğinde büyük rol oynayan insan

etkinliği paylaşımı olarak tanımlanmaktadır (Karakoç, 1989).

Kurumların hedef grupları temelde iç ve dış olmak üzere iki şekilde incelenebilmektedir. Buna göre iç hedef kitleye dâhil olanlar kurum çalışanlarıdır ve kurumu hem içerden hem de dışarıdan gözlemleyebildikleri için, kurum açısından oldukça önemli bir etkiye sahiptirler. Kurum içi iletişimin esas hedef kitlesi olan çalışanlar nezdinde olumlu bir kurum imajı oluşturulduğunda, bu aynı zamanda onların kendi çevrelerini ve dolayısıyla da kurumun dış hedef kitlesini de etkilemektedir (Okay 2000).

Kurum içi iletişim kavramı, tüm diğer iletişim şekilleri gibi kuruluşun tanınması için hizmet etmektedir. Kurumlar kurum içi iletişim aracılığıyla kendilerini çalışanlarına tanıtmaktadır. Çünkü böylece çalışanlar kurumları ve onun hedefleriyle bütünleşmektedirler. Aynı zamanda, çalışanlara yönelik iletişimin kısmen dışa yönelik olmasından dolayı, yeni çalışanların kazanılması için de önemli bir yardım sağlamaktadır. Çalışanlara yönelik iletişim, kurumsal davranış için önemli bir temel oluşturmaktadır. Çalışanlara iletilen bilgiler ne kadar doğru ve ikna edici olursa, kurum üyelerinin çalıştıkları kurumla bütünleşmeleri ve dolayısıyla daha verimli olmaları da sağlanabilmektedir. Yöneticiler ile çalışanlar arasındaki bilgi akışının ve paylaşımın devamlılığı ve karşılıklı oluşu, çalışanların kurumsal anlamda davranışlarını ve kurumu temsil etme yetilerini daha inandırıcı kılmaktadır.

Örgütlerin faaliyetlerinde koordinasyonun önemi ne derece büyük ise bu koordinasyonun sağlanmasında iletişimin de önemi o derece büyük olmaktadır. Örgütsel iletişimin pek çok tanımı yapılmıştır. Örneğin Bovee ve Thill'e göre örgütsel iletişim; örgüt içinde bilgilerin ve fikirlerin alış verişini olarak tanımlanırken, Argenti'ye göre ise, örgütsel iletişim örgüt içindeki bütün çalışanlar için olumlu bir atmosfer yaratmak olarak tanımlanmıştır. Örgütteki iletişim, bir yöneticiden diğerine, bir çalışandan diğerine aktararak taşınmalıdır. Örgütler büyüdükçe ve karmaşıklaştıkça örgüt içi iletişim zorlaşmakta ve örgütsel iletişimin kalitesine duyulan ihtiyaç da artmaktadır (Kalla, 2005).

Örgütsel iletişim, bilginin örgüt içinde karşılıklı paylaşımının yanı sıra, bu bilgilerin iki

veya daha fazla kişi tarafından anlaşılması süreci olarak da tanımlanmaktadır. Örgütsel iletişimde bilginin aktarılmasının ötesinde göndericinin alıcıyı etkileme isteği de süreci etkileyen bir unsur olarak dikkat çekmektedir (Kelly, 1999). Örgütlerde oluşturulacak etkin bir iletişim, örgütlerin stratejik planlarını gerçekleştirmede en önemli yardımcısı olmaktadır. Örgütlerde stratejik planlama seviyesinde iletişimin proaktif, iyi organize edilmiş ve etkin olarak kullanılabilir olması örgütlerin amaçlarına ulaşmasında önemli rol oynamaktadır (Kuchi, 2006).

Örgüt içinde etkin bir iletişim sistemi kurulamadığında, örgüt üyeleri faaliyetlerini birbirinden bağımsız ve kopuk bir şekilde gerçekleştirmeye çalıştığından örgütsel amaçlara ulaşılması zorlaşmaktadır. Örgüt içinde iletişimin pek çok önemli işlevi olmakla birlikte; iletişimin bilgi sağlama, ikna etme ve etkileme gibi unsurları, genel olarak daha ön plana çıkmaktadır. İletişimin bilgi sağlama işlevi aracılığıyla; çalışanlara örgütün amaçları, politikaları ve yönetim ile ilgili bilgiler, çalışanların görevleri, yetki ve sorumlulukları ile teknolojik gelişmeler hakkında bilgilendirmeler yapılarak çalışanların işlerini daha iyi yapabilmelerine olanak sağlanabilmektedir. Örgütlerde çeşitli biçimlerde gerçekleşen iletişimin önemli bir bölümü; insanların düşünce, tutum ve davranışları üzerinde etki yapmayı amaçlamaktadır. Örgüt çalışanlarının kurum misyonunu gerçekleştirebilecek şekilde çalışabilmesi, örgütün hedeflerini benimsemelerine bağlı bir unsur olarak dikkat çekmektedir. Çalışanlar tarafından amaçların benimsenmesi ise ikna etme ve etkilemeye yönelik iletişim sürecinin örgüt tarafından etkili bir şekilde uygulanmasına bağlıdır. İletişiminin bir diğer önemli işlevi de, birleştirme ve koordinasyon sağlamasıdır. Örgüt içindeki karşılıklı ilişkiler göz önüne alındığında iletişimin birleştirme işlevinin örgüt yaşamında önemli bir rol oynadığı da görülebilmektedir (Gürgen, 1997).

Bir örgütte görevler ne denli iyi düzenlenirse düzenlensin, görev tanımları ve betimlemeleri ne kadar açık olursa olsun, görevleri yürütecek iş görenler arasında iletişim olmadan eşgüdüm ve amaçlara yönelik etkileşim oluşmamaktadır. Örgütün işlerliği, örgütte neyin nasıl yapıldığının ve nelerin nasıl yapılacağına doğru olarak tüm çalışanlarca bilinmesi ile mümkün olabilmektedir. Böylece bilgi, örgütü işleten girdilerden biri olarak görev yapmaktadır. Yöneticiler, örgüt içerisinde yeterli ve etkin bir iletişim ağı oluşturabildiğinde, örgütte neler yapıldığını tanımlayarak, sağlam ve geçerli kararlar alabilmekte; örgütün etkililiği ve iş görenlerin iş doyumunu için gerekenleri gerektiği anda yapabilmekte ve yönetim sürecinin etkin bir şekilde işlenmesini sağlayabilmektedir. Bunun yanı sıra

yöneticilerin sorun çözme sürecinde de örgüt içindeki iletişim olgusunun önemi büyüktür (Başaran, 1982).

Örgütlerin iç ve dış çevreleriyle etkileşim kurmalarının en önemli araçlarından olan iletişim olgusu, yöneticilerin yanı sıra örgütün alt düzey çalışanlarının ve örgütün teknik, beşeri ve ekonomik tüm faaliyetlerini etkileyen önemli bir unsurdur. Örgütlerde iletişim özellikle de yönetim aşamasında büyük önem taşımaktadır. Örgütsel iletişim, kurum içinde önemli bir yönetim fonksiyonu veya yönetim ve örgütlenme fonksiyonlarının önemli bir aracı olarak dikkat çekmektedir (Goodman, 2000).

Örgüt ve birey üzerinde önemli etkileri olan iletişim olgusu, yöneticilerin başarısı ve örgütün etkinliğinde de büyük rol oynayan bir süreç olarak dikkat çekmektedir. Örgütsel iletişim kavramı; örgütte bir mesajın bir kişiden başka bir kişi ya da kişilere, direkt sözlü, yazılı veya sözsüz kanallardan veya endirekt (yeni iletişim teknolojileri araçları, telefon, faks, bilgisayar, vs.) yollarla iletilme ve alınma süreci olarak tanımlanmaktadır.

Örgütlerin iç çevrelerinin yanı sıra dış çevreleriyle de iletişim kurmaları, faaliyetlerini sürdürmeleri için gerekli bir unsurdur. Örgütlerin iç çevreleriyle iletişim kurabilmeleri, içsel iletişim sistemlerinin mevcudiyetine bağlıdır. İçsel iletişim ise (örgüt içi iletişim); veri toplanması, işlenmesi ve gerekli yerlere iletilmesi ile mümkün olmaktadır. İçsel iletişim sistemi, kurumun yapısıyla ve işleyişiyle doğrudan ilişkilidir. Kurumun çalışanlarında değer yaratabilmesi ve amaçlarına ulaşabilmesi, etkin bir iç iletişim sisteminin varlığına bağlı bir unsurdur (Varey ve White, 2000). Örgüt içi iletişim sistemleri aracılığıyla çalışanlar, kendilerinden neler beklendiği, diğerlerinin kendi çalışma performansları hakkındaki görüşleri gibi pek çok konuda bilgi ihtiyaçlarını iletişim kurarak karşılayabilmektedir.

Örgütsel iletişim, hiyerarşiye bağlı ortaya çıkan ve örgütsel yapı olarak da adlandırılan piramit içerisinde gerçekleşmektedir. Yapısal açıdan örgütsel iletişim; biçimsel (resmi) iletişim ve informal (resmi olmayan) iletişim şeklinde bölümlendirilmektedir. Biçimsel iletişim olarak adlandırılan örgüt içi resmi iletişim; örgütte örgütsel kurallar içerisinde ve örgütün amaçları

doğrultusunda belli kalıplara göre işleyen iletişim biçimidir. İnfornel iletişim ise, resmi yollarla kurulmayan, yüz-yüze veya telefonla örgütün farklı kademeleri arasındaki çalışanlarla gerçekleşen resmi olmayan bir iletişim türüdür.

Örgüt içi iletişim, genel anlamda biçimsel iletişim şeklinde gerçekleşmektedir. Biçimsel iletişim kapsamında örgüt içindeki resmi bildirimler, talimatlar, raporlama biçimleri ele alınmaktadır. Biçimsel (resmi) iletişim ile grup için gerekli bilgi ve anlayış sağlanarak, çalışanların işten tatmini için istenen tutum oluşturulmakta ve ilgililere gerektiğinde bilgi üretilmektedir. Biçimsel iletişim de kendi içerisinde aşağıdan yukarıya ve yukarıdan aşağıya olarak bölümlendirilmektedir. Biçimsel iletişim, örgütün resmi yapısına göre düzenlenmektedir ve örgüt şemasına bakılarak anlaşılabilir. Biçimsel iletişim, örgüt içinde dikey, yatay ve çapraz olarak üç şekilde görülmektedir. Dikey iletişim, örgütteki farklı hiyerarşik düzeydeki kişiler ve farklı bölümler arasında gerçekleşen iletişim şeklidir. Dikey iletişim, yöneticiler ve çalışanlar arasında, aşağıdan yukarıya ve yukarıdan aşağıya olarak gerçekleşmektedir. Yatay iletişim ise, örgütte aynı düzeyde aralarında fonksiyonel ilişki içinde bulunanlar arasında gerçekleşmektedir. Çapraz (diyagonal) iletişim, farklı çalışma birimlerindeki çalışanların oluşturduğu çalışma ekipleri arasındaki iletişime işaret etmektedir.

Biçimsel iletişim, örgüt içinde dikey, yatay ve çapraz olarak üç şekilde görülmektedir. Dikey iletişim, örgütteki farklı hiyerarşik düzeydeki kişiler ve farklı bölümler arasında gerçekleşen iletişim şeklidir. Dikey iletişim, yöneticiler ve çalışanlar arasında, aşağıdan yukarıya ve yukarıdan aşağıya olarak gerçekleşmektedir. Yatay iletişim ise, örgütte aynı düzeyde aralarında fonksiyonel ilişki içinde bulunanlar arasında gerçekleşmektedir. Çapraz (diyagonal) iletişim, farklı çalışma birimlerindeki çalışanların oluşturduğu çalışma ekipleri arasındaki iletişime işaret etmektedir.

Örgüt içi iletişimde kullanılan formal ve informal iletişim araçlarının yanında, günümüzde gittikçe artan bir şekilde yeni iletişim teknolojileri araçlarının kullanıldığı görülebilmektedir. Örgütsel iletişimde yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı ise örgüt kültürüne ve örgüt yapısına bağlı bir durum olarak dikkat çekmektedir. Örneğin, mekanik sistemle yönetilen ve bu tarz bir yapıyı benimsemiş örgütler; daha katı bir yapıdadır ve değişken şartlara ise görece daha az uygunluk göstermektedir. Mekanik sistemli örgütler, baskıcı bir otorite yapısına sahip, ayrıntılı görev tanımları, sorumlulukları olan ve hiyerarşik yapının hüküm sürdüğü örgütlerdir ve bu tarz örgütlerde iletişim sınırlı ve tek yönlü olarak gerçekleşmektedir. Buna karşılık organik örgütlerde ise, iletişim etkinliği, açık ve iki yönlü olarak sürdürülmektedir. Örgütlerin iletişimde yeni iletişim teknolojilerinden faydalanabilmesi de, örgütün organik yapılanmalı bir örgüt olmasına bağlı olmaktadır (Tutar, 2009).

## Yeni iletişim teknolojileri ve örgütsel iletişim

Yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmeler doğrultusunda örgütlerde kullanılan elektronik iletişim araçları, bilginin elektronik ortamda iletilmesini sağlayan araçlardır. Genellikle elektronik iletişim araçlarıyla iletilen bilgiler yazılı olarak iletilmektedir. Gerek örgüt içinde, gerekse dış bağlantılarda iletişim bilgisayar üzerinden sağlanmaktadır. Bilgisayar yardımıyla gerçekleştirilen konferanslar, interaktif video gibi iletişim araçları da sözlü iletişimde kullanılan elektronik iletişim araçları arasındadır. Elektronik iletişim sayesinde bilgilerin elektronik ortamda olması ve çalışanların buldukları herhangi bir yerden bu bilgilere ulaşabilmesi büyük bir kolaylık ve aynı zamanda büyük miktarlarda para tasarrufu sağlamaktadır.

Aynı zamanda örgüt içi iletişimin sağlanmasında da oldukça sık kullanılan intranet sistemi ile şirket içi bilgiler her an paylaşım içerisinde. Sistem içerisine girişi yapılan bilgi her çalışanın kullanımına açıktır ve çalışanlar bu ağ üzerinden istedikleri şekilde iletişime geçebilmektedirler. Bunun yanı sıra örgüt içi iletişimde kullanılan diğer yeni iletişim teknolojisi araçları ise şu şekilde sıralanabilmektedir: internet, intranet, extranet (örgütler arası network), Local Area Network (LAN), Wide Area Network (WAN), e-posta, video konferans, elektronik yazıcılar olarak belirtilebilmektedir (Gürsan, 2008).

Kurumların, örgütsel iletişim amacıyla kullandıkları yeni iletişim teknolojileri araçları; iç iletişime yönelik intranet (örgüt içi ağ) sistemleri, kurumsal e-mailler, kurumsal / kişisel bloglar, kimi zaman sosyal medya alanları, video konferanslar, örgüt web sitesi içerisinde çalışanlara yönelik başlıklar olarak görülebilmektedir.

### Örgüt içi ağlar - Intranet

Örgüt içi halkla ilişkilerle ilişkilendiren en temel mecrâ olarak örgüt içi ağ olan intranet kavramı görülebilmektedir. Kurum içi bir web sitesi olarak tanımlanabilecek intranet, sadece belli bir kuruluş içindeki bilgisayarları, yerel ağları (LAN) ve geniş ağları (WAN) birbirine bağlayan bir ağıdır ve çalışanların fiziksel olarak bir araya gelmeden etkileşimlerine olanak tanımaktadır. Intranet, geçmişin görece olarak daha düşük verimli örgüt içi halkla ilişkiler mecrâları olan bülten tahtaları, basılı haber bültenleri ve toplantılar vb. mecrâlarına nazaran çalışanların daha az zamanını almakta ve baskı ve organizasyon maliyetini ortadan

kaldırmaktadır. İtranet; dünyanın her yerinden ve günün her saatinde örgüte ulaşmanın önünü açması ve örgütün çalışanları ve departmanları arasında uyum ve işbirliğine katkıda bulunması açısından da önem kazanmaktadır. İtranet kapsamında örgüt tarihçesi, organizasyon şeması, sağlık hizmetleri, izin ve tatil günleri, giyim kuralları ve çalışma saatleri vb. konuları kapsayan çalışan el kitapları, örgüt çalışanlarının iletişim bilgileri, çalışanların talep ve isteklerini belirlemeye yönelik anketler, çalışanların sıkça sordukları soruların yanıtları, örgüt içi eğitim ve iş fırsatlarına yönelik bilgiler bulunmaktadır. İtranet örgüt içi halkla ilişkiler faaliyetlerinin bir parçası olarak ve örgüt kültürünün benimsenmesine yönelik düzenlenen örgüt yemekleri, piknikler, kutlamalar, toplantılar vb. etkinliklerin duyurulmasında da kullanılabilir (Yamanoğlu ve Özdemir, 2010).

#### *Örgütsel Bloglar ve Örgüt Web Siteleri*

Örgütsel bloglar, yeni iletişim teknolojilerinin örgütlerde kullanım alanları açısından günümüz blog atmosferine yeni eklenen ve önemli anlaşılan bir tür olarak kurumların karşısına çıkmaktadır. Bu tür bloglardan beklenen temel prensip, şirketin çalışanlarından ya da yöneticilerinden bir kesimin kurum adına yazılar yazması, pek çok bilgiyi hedef kitlesine sunması, hedef kitlesinden anında geri bildirim ilk ağızdan alması gibi önemli bir kurumsal iletişim sürecini oluşturmasıdır. Kurumsal bloglar sadece ürünlerin ve şirketlerin tanıtıldığı ortamlar değildir. Kurumsal bloglar temelde örgütün hedef kitleleriyle simetrik iletişim kurabilmelerine olanak sağlayan açık ortamlar olarak dikkat çekmektedir (Alıklıç ve Onat, 2007).

Örgüt web siteleri ise, müşterilere kurumla ilgili genel bilgileri, aracı kanalların varlığını haber veren sitelerdir. Örgüt web sitelerinde ayrıca örgütün ürünleri ya da sunduğu hizmetler hakkında da bilgiler verilmektedir. Kurum siteleri kullanıcıların ya da müşterilerin çeşitli bilgilere ulaşması, sorularına yanıtlar bulmaları, daha yakın müşteri ilişkilerinin kurulması, kurumla ilgili merak edilen birçok konuyla ilgili bilgilerin sağlanması gibi işlev ve amaçları yerine getirmektedir. Genel olarak şirketin tarihi, misyon ve felsefesi, faaliyet alanları ile ürettikleri ürün ya da hizmetlerle ilgili bilgilerin yanı sıra şirket ya da markaları ile ilgili güncel gelişmeler, şirketin finansal gücü, insan kaynakları yapısı, iş fırsatları gibi konularla ilgili bilgilere de kurum web sitelerinde ulaşmak mümkündür. Kurumsal web siteleri, işletmelerin iç ve dış hedef kitlelerine ulaşmaları ve onlarla bir

etkileşim içine girmelerinde önemi her geçen gün artan bir iletişim aracı halini almaktadır. Kurumsal web siteleri, elektronik ticaret, bilgi akışının kontrol edilmesi, bilginin açıklanması ve iletişim masraflarının düşürülmesi gibi bir takım fonksiyonları yerine getirmektedir. Ayrıca örgüt web siteleri, örgüt ve kamuları arasında simetrik iletişim kurma ve geliştirmeye de katkıda bulunması açısından da önem taşımaktadır (Yeygel ve Temel, 2006).

#### *Örgüt içi iletişimde diyalojik perspektif oluşturmada yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı*

Örgütsel iletişimde gerek örgüt içi, gerek de örgütün işbirliği içerisinde çalıştığı kamuları ve paydaşlarıyla iletişimde, diyalogu güçlendirmek ve etkileşimi artırmak amacıyla geleneksel kitle iletişim araçlarının yanı sıra, internet ve yeni iletişim teknolojileri araçlarından da faydalanılmaktadır. Bu yeni teknolojiler, örgütsel iletişimde etkinliğin ve verimliliğin artmasında büyük önem taşımaktadır. İnternet aracılığıyla kurulacak olan örgüt içi diyalojik iletişim, diyalojik ilişkilerin geliştirilmesini, böylece örgütün çalışanları ve hedef kitlesiyle uzun ömürlü, kaliteli ve etkin ilişkiler kurulabilmesi ve bunu geliştirebilmesi olanaklı hale getirmektedir.

Kent ve Taylor (1998) tarafından önerilen diyalojik döngü prensibi, hedef kitle ve örgüt çalışanlarının örgüte yönelik soru yöneltebilmelerini ve örgütlerin bunları çözme imkânına sahip olmasını ifade etmektedir. Örgüt içi iletişimde diyalojik döngüyü olanaklı hale getirecek yeni iletişim teknolojileri araçları, elektronik postalar, e-posta listeleri ve elektronik sohbetler olarak sıralanabilmektedir. Elektronik postalar, örgüt içi iletişimde geri beslemeyi olanaklı kılması açısından diyalojik döngüye katkıda bulunmaktadır. Diyalojik döngünün istenen şekilde gerçekleşebilmesi için, örgütün web sitelerine yahut elektronik posta adreslerine gelen iletilerin incelenerek geribildirimde bulunulması gerekmektedir. E-posta listelerinin yanı sıra, bir diğer diyalojik iletişim aracı olarak haber grupları, gruba üye katılımcının diğer tüm katılımcılarla da etkileşime geçebilmesine olanak tanınması açısından da önem kazanmaktadır. Örgütsel web sitelerini diyalojik hale getirecek bir diğer önemli unsur ise anketlerdir. Anketler, web sitesini ziyaret eden kullanıcıların ve örgüt çalışanlarının görüş ve önceliklerini belirleyebilmeyi olanaklı hale getirmektedir.

Örgüt web siteleri, örgüt içi iletişimde diyalojik ilişkiler geliştirmeyi olanaklı hale getirmede önemli bir ortam sunmaktadır. Örgüt içi halkla ilişkiler faaliyetlerinin örgüt web sitelerince koordine edilmesi, düşük maliyetleri ile örgütsel verimliliğe de katkıda bulunmaktadır. Hızlı ve kolay geribildirim sağlanabilmesi ve örgüt çalışanlarının ve hedef kitlenin örgüte yönelik beklentilerinin belirlenebilmesinde, yeni iletişim teknolojileri önemli olanaklar sunmaktadır (Yamanoğlu ve Özdemir, 2010).

#### *Örgüt içi iletişimde yeni iletişim teknolojilerinin kullanımının avantaj ve dezavantajları*

Yeni iletişim teknolojileri ve özellikle internet; halkla ilişkiler alanında pek çok değişimlere neden olarak, halkla ilişkilerin uygulama alanlarında yeni yaklaşımlar ortaya çıkarmaktadır. Kuruluşlar sadece kullanışlı olan önemli bilgileri internetle sağlamakla kalmamakta, aynı zamanda sürekli olarak hedef gruplarla iki yönlü iletişim sağlayan bir ortam sunmaktadırlar (Breakenridge, 2008: 14). Grunig ve Hunt'ın dört aşamalı halkla ilişkiler modeline göre (Grunig, Hunt, 1984: 6) internetteki iletişim ortamı; yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmeler aracılığıyla oluşan etkileşimli ve katılımcı olanakların gelmesine kadar çift yönlü dengesiz etkinin ortaya çıktığı iki yönlü asimetric iletişim modelinin geçerli olduğu bir ortam olarak dikkat çekmektedir. Yeni iletişim teknolojileri ve internetin, katılım, açıklık, konuşma gibi kullanıcılara sağladığı yer ve zaman kısıtı olmayan olanakları; kuruluşlarla hedef grupları arasındaki iletişimi, çift yönlü dengeli etkinin elde edildiği iki yönlü simetrik iletişim ortamı haline getirmiştir. İnternette zaman ve mekân gözetmeksizin kendiliğinden oluşan ağlar, halkla ilişkilerin kamuoyu oluşturma, güven, onay, rıza ve saygınlık elde etme yöntemlerinin etkin, verimli ve ölçülebilir olarak uygulanabildiği iletişim kanalları haline gelmiştir.

Örgütlerde iletişim yönetiminin bir parçası olarak halkla ilişkiler, yeni iletişim teknolojilerinin doğasından etkilenmekte ve bu aracı halkla ilişkiler süreç ve uygulamalarında yoğun olarak kullanılmaktadır. 1990'lı yıllar itibariyle, internet; iletişim alanında çok önemli bir yer alarak, iki yönlü simetrik iletişim araçlarına yeni bir araç eklenmesine ve kurum ve kuruluşlar açısından yeni bir mecra ortaya çıkmasına neden olmuştur.

İnternet diğer iletişim araçlarıyla kıyaslandığı zaman, pek çok ayırt edici özelliği olan

bir araç konumundadır. Bilgisayarların birbirine bağlanabilme özelliği, kurumların içyapılarındaki iletişim ağında farklılaşma yaratmıştır. Yeni iletişim teknolojileri ve internetin en önemli özelliği, hizmet sunumunda zaman ve mekân kavramlarını ortadan kaldırmasına olanak sağlayarak; iletişimin hızında ve içeriğinde büyük bir artış ortaya çıkması olarak kendini göstermektedir. Yeni iletişim teknolojileri ve internetin iletişim açısından ayırt edici bir diğer özelliği de, düşük maliyetidir. Kurumlar hem kendilerini tanıtmak, hem de kamularını tanımak amacıyla bu aracı kullanmakta ve kurumun süreci dışında, bu hizmetten oldukça düşük bir maliyetle yararlanmaktadırlar. İşleyen bir internet sayfası oluşturduktan sonra, bunların geliştirilmesi ve kullanılması, kurumlar tarafından yerine getirilebilmekte, halkla ilişkilerin iki yönlü işlevine hizmet edebilecek bir yapılanma oluşturulabilmektedir (Yağmurlu, 2010).

Genel anlamda halkla ilişkiler uygulamaları ve faaliyet alanlarında yeni iletişim teknolojileri ve internet kullanımının örgütlere sağladığı birtakım avantajlar ve dezavantajlar bulunmaktadır. Avantajlar şu şekilde sıralanabilmektedir:

- Örgütü ve faaliyetleri kapsamlı bir şekilde açıklanabilmektedir.
- İtranet aracılığıyla örgüt içi iletişim etkin bir şekilde sağlanabilmektedir.
- Yazı dışında, fotoğraf, grafik, video görüntüleri, animasyon gibi farklı nitelikteki iletiler bir arada iletilenmekte, zamana ve mekâna bağlı olmadan kullanılabilir.

Dezavantajları ise şunlardır:

- Farklı birimlerce hazırlanan internet girdilerinin bütünlük oluşturması güçlükler içermektedir.
- Mesajların metin ve görüntü dengesini tutturması zor bir görevdir.
- Sunulan bilgilerin güncel olması gerekmektedir.
- Çok geniş bir hedef kitlenin varlığı, mesajların oluşturulmasında güçlük yaratmaktadır (Saran 2005).

Yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin bir uzantısı olarak sosyal medyanın

gelişimi ve herkesin belli bir oranda yayıncı olması, görsel ve yazılı basın ve medya sektörlerini de doğrudan etkilemektedir. Yeni iletişim teknolojileri ve sosyal medya kullanımı; izleyicilerle anında buluşma olanağı sunması, daha kısa sürede daha çok kişiye ulaşmayı sağlaması, daha samimi bir ortamın oluşumunu sağlayarak farklı kademeler arasındaki çalışanlar ve çalışanlar dışındaki diğer insanlar arasındaki mesafeyi sınırlandırması, interaktif ve etkileşimli bir ortama olanak tanınması, haber kaynağına ulaşımı ve haber almanın yanında haberinin iletiminin de çabuklaşmasını sağlaması gibi kimi avantajlar sağlamaktadır. Bu avantajların yanı sıra, resmi olmayan beyanlar ve haberin kaynağının belirsizleşmesi, sosyal medyanın geleneksel medyaya nazaran en büyük dezavantajı olarak dikkat çekmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin bir uzantısı olan sosyal medyanın kullanımının bir diğer handikapı da, doğruluğunun genel geçer olarak kabul edilememesi, denetim mekanizması eksikliği, manüplasyona ve çeşitli yönlendirmelere açık olması olarak görülebilmektedir. Ancak tüm bunların yanı sıra, yeni iletişim teknolojileri içerisinde sosyal medyanın kendi iç sistemini oluşturduğu ve göz ardı edilemeyecek bir gerçek olarak dikkat çektiği görülebilmektedir.

Örgütsel iletişim bağlamında yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı ve bu teknolojilerin örgütlere sağladığı faydalar şu şekillerde sıralanabilmektedir:

- Video konferanslar aracılığıyla firmanın genel merkezine ulaşımı sağlaması ve şubeler arası iletişimi kolaylaştırması.
- Dâhili hatlar, intranet ve örgüt içi ağ sistemlerinin mevcudiyeti ile örgüt çalışanları ve departmanlar arası iletişimi kolaylaştırması.
- Firma çalışanlarının kurumsal mail adresleri, kurumsal ağlar, e-mailler aracılığıyla yeni iletişim mecraları sunarak kurum çalışanlarına iletişimde avantaj sağlaması olarak kendini göstermektedir.

Dezavantajları ise, yüz yüze görüşmeler olmadığından kimi zaman mesajların yanlış anlaşılması sebebiyle doğabilecek hatalar durumunda görülmektedir.

Örgütsel iletişimde ve daha özel anlamda örgüt içi iletişim alanında ise yeni iletişim

teknolojilerinin kullanımı da örgütlere kimi avantajlar sağlamaktadır:

- Yeni iletişim teknolojileri aracılığıyla örgütler maliyetlerini azaltarak verimliliğini artırmaktadır.
- Bunun yanı sıra yeni iletişim teknolojileri, tekrarı azaltarak veri girişini kolaylaştırmakta ve zaman tüketimini sınırlandırmaktadır.
- Kâğıt kullanımının gerektirdiği fiziksel alan kullanımı daraltılmakta ve doküman yönetiminde etkinlik sağlayarak işlerin maliyetini azaltmaktadır.

Örgütsel iletişimde kullanılan yeni iletişim teknolojileri zaman ve maliyet faydası yaratmasının yanında, bilgi ve düşüncelerin karşılıklı olarak tartışılmasına, paylaşılmasına olanak sağlayarak örgütsel yapı ve işlevleri üzerine şu etkilerde bulunmaktadır (Verity, 1994):

- Karar almada yaygın katılımın sağlanması,
- Karar alma hızının artması,
- Örgütsel problemlerin ve fırsatların çok çabuk tanımlanması ve belirlenmesini sağlayan bir örgütsel anlayışın oluşması,
- Yatay bir örgütsel yapının oluşması,
- Bilgi işçileri sayesinde koordinasyon ve iletişimin gelişmesi vb. etkiler dikkat çekmektedir.

Bunların yanı sıra, gereksiz mailler, aşırı bilgi yükleme, iletişimde büyüyen hatalar vb. şekillerde yeni iletişim teknolojilerinin örgütsel iletişime olan olumsuz etkilerinden de bahsedilebilmektedir.

## SONUÇ

Yeni iletişim teknolojileri, halkla ilişkiler uygulamalarında ve daha özel anlamda ise örgütsel iletişim ve örgüt içi halkla ilişkiler / örgüt içi iletişim uygulamalarında uygulayıcılara yeni bir perspektif sunması açısından önem taşımaktadır. Firma adına çıkarılan ve işleyen bir web sitesi oluşturmak, örgütlerin hedef kitleleri, paydaşları ve bunun yanı sıra potansiyel müşterilerini kazanmasında, yeni ve kalifiye elemanları bünyesine katabilmesine olanak sağlayabilmekte, aynı zamanda bunu zamandan ve paradan tasarruf

ederek gerçekleştirebilmektedir. Bunun yanı sıra, çalışanların örgütsel bağlılığını artırarak örgüt içi iletişimi de daha efektif bir hale getirmektedir.

Örgüt web sitelerinin yanı sıra daha özel anlamda örgüt içi iletişime olanak tanıyan intranet (örgüt içi ağ) sistemi de; örgüt içinde çalışanların daha kısa sürede, daha çok kişiye ve kolaylıkla ulaşmasını sağlaması açısından önem taşımaktadır. Bir diğer örgüt içi iletişime yönelik yeni iletişim teknolojisi ürünü olan örgütsel bloglar da, örgüt adına çıkarılabildiği gibi, örgüt çalışanlarınca da çıkarılabilmekte, benzer amaçlar için kullanılabilir. Tüm bu yeni iletişim teknolojileri araçları, örgütsel iletişimi eşgüdümlü ve karşılıklı hale getirebilmesi açısından önem taşımaktadır. Firma dışından geribildirim almanın yanı sıra, firma çalışanlarının da örgüte yönelik beklentilerini ve isteklerini öğrenebilmek, bu araçlar aracılığıyla olanaklı hale gelebilmektedir. İstekleri ve beklentileri karşılanan çalışanlar, örgüt için daha efektif çalışabilecek, bu da örgütün başarısını doğrudan etkileyecektir. Firmanın dışıya yönelik halkla ilişkiler uygulamalarında olduğu gibi, örgüt içi iletişimde de geleneksel araçların yerini, yeni iletişim teknolojileri araçları almaktadır. Çağın gereklilikleri ve bilgi toplumunun hızlı işleyen yapısı bunu gerekli kılmakla birlikte örgütlere sağladığı faydalar, bu yeni araçları tercih edilir kılmaktadır.

## Kaynakça

Alikılıç Ö. ve Onat F., (2006). “Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kurumsal Bloglar”. Journal of Yaşar University, 2006 – 2(8): 899 – 927.

Aşkun, İ. C. (1972). “Organizasyon Teorileri”. Eskişehir, EİTİA Yayınları, no: 95, s.13.

Başaran, İ. E., (1982). “Örgütsel Davranışın Yönetimi”. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayınları, No: 111, s.150.

Breckenridge, D., (2008). “PR 2.0, New Media, New Tools, New Audiences”. Pearson: NJ.

Goodman, B.M., (2000). “Corporate Communication: The American Picture”. Corporate Communications: An Internal Journal. Volume: 5, Number: 2. s.

Gruning, J. & Hunt, T., (1984). “Managing Public Relations”. New York: Holt, Rinehart&Winston.

Gürgen, H. (1997). “Örgütlerde İletişim Kalitesi”. İstanbul, Der Yayınları.

Gürsan, E., (2008). “Çokuluslu İşletmelerin Örgüt Kültürü ve Örgütsel İletişime Etkisi”. Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim dalı, yayınlanmamış yüksek lisans tezi.

Kalla, H. K. (2005). “Integrated Internal Communications: A Multidisciplinary Perspective”, Corporate Communications: An International Journal, 10(4): 302-314.

Karagöz, İ., (1999).“Örgütsel İletişimde Etkinliği Artırmada İtranetin Rolü ve İtranetin Bir Alt Sistemi Olarak Tusaş Uygulaması”. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, yayınlanmamış yüksek lisans tezi, s. 14.

Karakoç, N. (1989). “Örgütsel İletişim ve Örgütsel Zaman Arasındaki İlişkiler”. Kurgu, Sayı: 6, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yayını, Haziran 1989.

Kelly, D. (1999). “Using Vision to Improve Organizational Communication”, Leadership & Organization Development Journal, 21(2): 92-101.

Kent, M.L. & Taylor, M., (1998). “Building a Dialogic Relationship Through the World Wide Web”. Public Relations Review, 24: 321 – 340.

Kuchi, T. (2006). “Constant Change and the Strategic Role of Human Communication: A Selective Annotated Bibliography”, Library Management, 27(4/5): 218-235.

Okay, A., (2000). “Kurum Kimliği”. Ankara, Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.

Saran, M., (2005). "İnternet ve Halkla İlişkiler". Yeni Düşünceler, 1 (1): 61-75.

Tutar, H., (2009). "Örgütsel İletişim". Seçkin Yay.: Ankara, 2. Baskı.

Varey, F.R. ve White, J., (2000). "The Corporate Communication: System of Managing". Corporate Communication: An Internal Journal. Volume:5, Number:1, s.5.

Verity, J.W., (1994). "How Digital Technology is Changing the Way We Work and Life". Business Week, The Information Revolution, p.15.

Yağmurlu, A., (2010). "E-halkla İlişkiler ve Bakanlık Uygulamaları". Selçuk İletişim, Sayı: 6, Cilt:2: 62 – 80.

Yamanoğlu Aktaş M. ve Özdemir B.P., (2010). "Örgütsel Etkinliğin Artırılmasında Web Sitelerinin Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kullanımı". Verimlilik Dergisi, Sayı:3: 105 – 123.

Yeygel S. ve Temel A., (2006). "İşletmelerin Kurumsal İmajlarının Hedef Kitlelere İletilmesinde Bir Araç Olarak Kurum Web Siteleri". II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu, Halkla İlişkilerde Yeni Yönelimler ve Sorunlar, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi: 213 – 234.