

İLETİŞİM SÜRECİNDE GERİ BİLDİRİMİN ÖNEMİ VE İLETİŞİME KATKISI

Ayhan ERDEM*

Özet

Bu çalışmada öncelikli olarak kaynak, kod, kanal, mesaj, hedef kitle ve geri bildirim olarak ifade edilen iletişim sürecinin temel unsurları ele alınmaktadır. “Kaynağın gönderdiği mesaja karşılık hedef kitlenin verdiği cevap” olarak ifade edilen geri bildirim etkin iletişimin olmazsa olmaz koşulu olduğu varsayımından hareket edilmiştir. İletişim sürecinde mesajın hedef kitle üzerinde nasıl bir etki oluşturduğu ancak geri bildirim yoluyla anlaşılabilir. Kaynak, geri bildirim yoluyla mesajına hedef kitlenin istek ve beklentileri doğrultusunda yeni şekil ve içerik verme imkanı bulmaktadır.

THE IMPORTANCE OF FEEDBACK IN COMMUNICATION PROCESS AND CONTRIBUTION TO COMMUNICATION

Abstract

In this study, firstly the main elements of communication process that are expressed source, code, canal, message, receiver, and feedback are examined. When it is assumed that feedback is an absolute element in effective communication process, it can be defined as a response that making by receiver to source’s message. It can be understood only by means of feedback that how message influences to receiver in communication process. Source find opportunities to rearrangement its own message in accordance with the receiver’s desires and expectations by using feedback.

* Dr., Halkla İlişkiler ve Tanıtım

Giriş

Bilindiği üzere iletişim başlangıcı ve sonu net çizgilerle belirlenmiş bir olgu değildir. İletişim her şeyden önce bir süreci ifade etmektedir. Bu sürecin ise kaynak, kod, kanal, mesaj, hedef kitle ve geri bildirim (feedback) olmak üzere 6 temel unsuru bulunmaktadır.

İletişim araştırmalarının tarihsel süreci incelendiğinde iletişimi ve iletişim sürecini açıklamak için birçok model kurulduğu göze çarpmaktadır. İletişim modellerinin gelişim seyrine bakıldığında ilk olarak doğrusal modellerin geliştirildiği, ardından dairesel ve sarmal modellerin ortaya atıldığı görülmektedir.

İlk ortaya atılan doğrusal modellerde iletişim bir yerde başlayıp, başka bir yerde biten bir süreç olarak değerlendirilmiştir. Bir başka ifadeyle kaynak tarafından oluşturulan ve hedef kitleye gönderilen mesajın, hedef tarafından geri alınmasıyla birlikte iletişimin sona erdiği savunulmuştur. Sonraki dönemlerde geliştirilen dairesel modellerde ise iletişim başladığı yere tekrar geri dönen dairesel olgu olarak düşünülmüştür. İletişimin dairesel bir süreç izlediği, iletişimi başlatan birime daire çizdikten sonra tekrar geri döndüğü ileri sürülmüştür (Işık, 2005,31-33). İlerleyen dönemlerde ise her iki modelin de eksik ve yetersiz bulunmasıyla iletişimin sarmal şeklinde sürekli genişlediği düşüncesi genel kabul görmüştür. Buna göre iletişimin sürekli genişleyen bir sarmal olduğu, araya yeni olguların girmesi suretiyle sarmalın ve iletişimin boyutlarının sürekli genişlediği ileri sürülmüştür. Bugün ise iletişimin tek yönlü, doğrusal işleyen bir süreç değil, karşılıklı mesaj alışverişi şeklinde işleyen çift yönlü bir süreç olduğu kabul edilmektedir (McQuail ve Windahl, 1993, 9-11).

Bu çalışmada iletişim sürecinde geri beslemenin iletişim sürecinin olmazsa olmaz bir unsuru olduğu, geri bildirim olmadan iletişim sürecinin sağlıklı işleyemeyeceği varsayımı betimleyici yöntemle test edilecektir. Bu açıdan bakıldığında çalışmanın temel amacının iletişim sürecinde geri bildirim

iletişim sürecindeki önemini ve iletişime katkısının ortaya koymak olarak ifade edilebilir.

Çalışma kapsamında öncelikli olarak iletişim sürecinin temel unsurları genel kısaca ele alınacak, ardından iletişim sürecinde geri bildirim önemi ve iletişime katkısı irdelenecektir.

1. İLETİŞİM SÜRECİ VE TEMEL UNSURLARI

İletişim süreci ele alınmadan önce iletişim kavramına değinmekte yarar vardır. “Communication” kelimesinin karşılığı olarak kullanılan iletişim kavramı ile ilgili olarak bugüne kadar birçok tanım yapıldığı görülmektedir. Literatüre bakıldığında yüzlerce iletişim tanımına rastlanmaktadır. 1972 yılında literatürü inceleyen bilim adamları 126 ayrı iletişim tanımı saptamışlardır (Mutlu, 1994, 98). Bu tanımların günümüzde daha da arttığı rahatlıkla söylenebilir. Tanımların böylesine fazla olması, bireysel ve toplumsal boyutları olan iletişimin disiplinler arası bir alan olmasından kaynaklanmaktadır.

Genel bir tanımla iletişim; “iki birim arasındaki birbirine ilişkin mesaj alışverişi” (Cüceloğlu, 1992, 13) olarak ifade edilebilir. Tanımdan anlaşılacağı üzere iletişimden söz edebilmek için en az iki birimin ve mesaj alışverişinin olması ve bu alışverişin de aynı konu üzerinde odaklanması gerekmektedir.

Yukarıda da belirtildiği üzere iletişim bir süreci ifade etmektedir. Sürecin temel unsurları olarak karşımıza kaynak, kod, kanal, mesaj, hedef kitle ve feedback (geri bildirim) çıkmaktadır. Aşağıda bunlar kısaca ele alınacaktır:

A) Kaynak: İletişim sürecinin ilk unsuru kaynaktır. Mesajı oluşturan kişi, küme, örgüt ya da aygıt kaynak olarak nitelendirilmektedir (Mutlu, 1994, 126). Kaynak mesajı oluşturan ve hedef kitleye gönderen birimdir. Kaynağın iletişim sürecindeki görevi iletişimi başlatmaktır.

Kaynak kodladığı mesajı bir kanal aracılığıyla hedef kitleye ulaştırır. Burada kaynağın temel amacı hedef kitleyi etkilemektir. Hedef kitlenin tutum ve davranışlarının değiştirilmesinde kaynak birinci derecede rol oynayabilmektedir.

Yeterli düzeyde tanınmayan veya hedef kitle tarafından olumsuz olarak algılanan kaynaklardan gelen mesajlar, hedef kitle üzerinde istenilen düzeyde etkide bulunmamaktadır (Erdoğan, 1994, 283). Zıt olarak saygınlık derecesi yüksek olan kaynaktan gelen mesajlar ise hedef kitle üzerinde daha etkili olduklarından, daha kolay bir biçimde kabul edilmektedir (Kağıtçıbaşı, 1988, 169).

Sonuç olarak iletişim sürecinde kaynağın güvenilirliği, yaş, cinsiyet, din, ekonomik düzey, eğitim seviyesi ve sosyal statü gibi sosyo- demografik özellikleri, görünüşü ve empati yeteneği etkili olmaktadır. Güvenilirlikle ikna arasında doğru orantılı bir ilişki olduğundan (Işık, 2005, 23), kaynak güvenilir olduğunda hedef kitle mesaja daha duyarlı ve önyargısız yaklaşacak, böyle bir durumda mesajın dikkate alınma ve benimsenme ihtimali artacaktır (Odabaşı, 1990, 348). Özellikle kişiler arası iletişimde kaynak, hedef kitleyle sesi dışında görüntüsüyle de karşı karşıya kaldığından kaynağın fiziki görünümü de iletişim sürecinde etkili olan bir diğer faktör olarak karşımıza çıkmaktadır (Işık, 2000, 42). Ayrıca kaynağın kendisini hedef kitlenin yerine koyabilme yeteneği olarak ifade edilebilen empati yeteneği (Gayle, 1995, 4) de iletişim sürecinde etkili olmaktadır. Nitekim empati, kişinin karşıdaki bireye verdiği önemi gösterdiğinden, doğal olarak insanlar da kendilerine önem veren kişilerden gelen mesajlara daha duyarlı yaklaşacaklardır.

B) Kod: İletişim sürecinde yer alan ikinci temel unsur “kod”dur. Kodlar insanların anlamlı mesajlar üretmesine ve bu mesajları değiş tokuş ederek iletişim kurmasına yardımcı olan simge ya da sembollerdir.

Kaynağın anlamı mesaja ya da özel simgelere-işaretlere dönüştürmesinde, hedef

kitlenin de aldığı özel simgeleri anlama dönüştürmesinde kodların önemi çok fazladır. Dolayısıyla her ileti bir biçim içine sokulduğundan, nasıl oluşturulduğu, nasıl kodlandığı ve nasıl ele alındığı mesajın mesajın algılanmasını ve anlaşılmasını etkilemektedir (Usluata, 1996, 16).

Mesajların işaret haline dönüşmesinde kullanılan simgeler ve bunlar arasındaki ilişkileri düzenleyen kurallar bütünü olarak tanımlanan kodları (Cüceloğlu, 1992, 76) kendi içerisinde ikonik, gösterge ve sembolik kodlar olmak üzere üçe ayırmak mümkündür (Küçük Kurt ve Tanrıku, 1987, 90-91). İkonik kodlarda işaretle yerine geçtiği obje arasında görüntü ya da ses benzerliği bulunurken; gösterge kodlar bir sebep-sonuç ilişkisine dayanmakta, sembolik kodlar ise mutabakat temeline oturmaktadır.

C) Kanal: Kanallar mesajın alıcıya ulaşmasını sağlayan yollardır (Dominick, 1996, 8). Kaynağın oluşturduğu mesajları hedef kitleye göndermek için kullandığı araçlara kanal adı verilmektedir. Nitekim kanal olmadan mesajların hedef kitleye ulaşması mümkün olamamaktadır.

Kişiler arası iletişimde ses, yüz, beden ve gıysiler kanal olarak ifade edilirken; kitle iletişiminde ise gazete, radyo ve televizyonlar iletişim kanalları olarak nitelendirilmektedir (Işık, 2005, 24).

D) Mesaj: Kaynak tarafından hedef kitleye gönderilmek üzere oluşturulan her türlü bilgi, duygu, düşünce ya da kanının kodlanmış haline mesaj adı verilmektedir (Yüksel, 1989, 30). Ses dalgaları konuşmadaki sözcükleri taşır, ışık dalgaları görüntülü mesajları taşır, hava akımları yine koku hissine ait mesajları burnumuza taşır ki, işte bu yüzden mesajlar kolayca fark edilmeyen fakat bir o kadar ehemmiyetli olan iletişim elemanlarıdır (Dominick, 1996, 8).

Mesajlar kanalın türüne göre kodlanır, neyi nasıl söylediklerine göre tanımlanır, nasıl açım sandığı ise mesajın algılanışını yönlendirir (Usluata, 1996, 77). Kaynağın kodlayarak

hedef kitleye gönderdiği mesaja kaynağın yüklediği anlama, hedef kitlenin mesajdan çıkardığı anlam ne kadar örtüşürse iletişim de o oranda başarıya ulaşmış olur.

E) Hedef Kitle: Kaynağın seslenmek istediği kişi ya da toplumsal kesimlere hedef kitle adı verilmektedir (Oskay, 1992, 16). Bir konuşmacı için salondaki dinleyicileri, bir gazete için okuyucuları, radyo için dinleyicileri, televizyon kanalı için ise izleyicileri genel olarak hedef kitle olarak ifade edilmektedir.

F) Geri Bildirim (Feedback): İletişim sürecinin son halkasını geri bildirim olarak ifade edilen feedback oluşturmaktadır. En genel tanımıyla kaynağın gönderdiği mesaja karşılık hedef kitlenin verdiği cevap mesaja geri bildirim adı verilmektedir (Cüceloğlu, 1992, 78). Dolayısıyla geri bildirim alıcının göndericiye verdiği cevap olarak kabul edilmektedir.

Geri bildirim (feedback) sibernetik bilimi ile ilişkilendirilebilir. Dengeyi kontrol bilimi olan sibernetik Yunanca “dümençi” kelimesinden türetilmiştir. Geri bildirim ile sibernetik ilişkisini yansıtmaya açısından aşağıdaki örnek önem taşımaktadır.

“Eğer dümençi iskeleye yanaşmak isterse, dümeni geminin sancak tarafına kırar. Ve ardından, dümeni sancak tarafına kırdığı ölçüde geminin baş tarafının iskele etrafında ne kadar uzaklıktan döndüğünü ve dümenin düzeliş düzelmediğini izler. Gözleri geri beslemeyi-yani geminin baş tarafının dümeni ilk hareket ettirmesine verdiği tepkiyi- almasına olanak sağlar.” (Fiske, 2003, 40)

Aşağıda iletişim sürecinde geri bildirim önemi ve iletişime katkısı ele alınacaktır.

2. ETKİN İLETİŞİMİN OLMAZSA OLMAZ UNSURU OLARAK GERİ BİLDİRİM ve İLETİŞİME KATKISI

Kaynak, kodladığı mesajı bir kanal ile hedef kitleye ulaştırır. Hedef kitle mesajı çözümledikten sonra mesaja cevap verir.

Bundan sonra mesajın hedef kitlesi (alıcısı) kaynak (gönderen) konumuna, kaynağı da hedef kitle konumuna geçmektedir. Bir diğer ifadeyle iletişim sürecinde kaynakla alıcı yer değiştirmektedir. Bu geriye dönüş işlemine geri bildirim (feedback) adı verilir (Vivian, 1999, 379). Geri bildirim, iletişim sürecinin ve etkin iletişimin olmazsa olmaz koşulu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Özellikle kişilerarası iletişim sürecinde yer alan aktif dinlemede kullanılması gereken geri bildirimde temel amaç karşıdakini anlamaktır (Bıçakçı, 2002, 32). Mesajın hedef kitle üzerinde nasıl bir etki oluşturduğu ancak geri bildirim sayesinde anlaşılabilir (Baltaş ve Baltaş, 1999, 31). Buradan da anlaşılacağı üzere, geri bildirim kaynağa, mesajına hedef kitlenin istek ve beklentileri doğrultusunda yeni şekil ve içerik verme imkanı sağlamaktadır.

Hedef kitle ise geri bildirim sayesinde kendisinin ne oranda dikkate alınıp alınmadığını gözlemlene imkanı bulmaktadır. Geri bildirim imkanı verilmeyen hedef, kitleler kaynağa karşı daha katı bir tutum sergilerken; geri bildirim imkanı bulan hedef kitleler ise mesajı daha kolay benimseme yoluna gidebilmektedir.

Diğer yandan geri bildirim verilen önem, kişilik yapısının da bir göstergesini oluşturmaktadır. Gururlu ve otoriter kişiler geri bildirim görmekten gelerek gerekli önemi vermezken; iyi ve başarılı konuşmacılar ise geri bildirim duyarlılık göstermektedirler (Fiske, 2003, 40).

Geri bildirim; iletişimi tek yönlü ve pasif bir süreç olmaktan çıkararak, çift yönlü ve aktif bir sürece dönüştürmektedir. Anında oluşan geri beslemede hedef kitle kaynağın direkt etkisi altındadır. Mesela dinleyicilerin direkt yuhalamaları ya da tıslamalarını duyan bir konuşmacı, konuşması esnasında anında geri besleme verebilir. İletişim sürecinde pozitif ve negatif olmak üzere iki farklı geri besleme türünden söz etmek mümkündür. Genel olarak pozitif geri besleme de hedef kitle ile iletişimi teşvik edici iken, negatif geri besleme; iletişimi değiştirici ya da tamamen sonlandırıcı bir

nitelik taşımaktadır (Dominick, 1996, 9).

Aşağıda negatif ve pozitif geri besleme konusunda telefon görüşmelerini içeren iki ayrı örnek sunulmaktadır (Dominick, 1996, 9- 10):

“Negatif geri bildirim” örneği:

- Ali?
- Evet
- Ben Veli, sınıfta önünde oturan...
- Sen, şu kalemle kafasını kaşıyan?
- Öyle miii! Hiç farkında değilim. Sınıırım farkında olmadan yapıyorum... Dersten sonra benimle beraber kahve içer misin diye soracaktım..?
- Şaka mı yapıyorsun?

Yukarıdaki diyalog negatif geri beslemeye örnek teşkil etmesi açısından önem taşımaktadır. Burada hedef kitlenin negatif yaklaşımının iletişimi sona erdirdiği görülmektedir.

“Pozitif geri bildirim” örneği:

- Ali, ben Veli?
- Oooo merhaba Veli. En son maçtan sonra dizin nasıl oldu?
- İdare eder.
- Okula nasıl gideceksin?
- Derse katılamayacağım.
- 20 dakika içinde gelip sana yardım edeceğim tamam mı?
- Tamam.

Bu örnek ise pozitif geri beslemeye örnektir. Burada hedef kitlenin iletişime teşvik edici konumda olduğu göze çarpmaktadır.

Diğer yandan iletişim sürecinde etkili geri bildirim, insanlara güçlü ve zayıf yönlerini ortaya çıkarmalarını sağlamaya yardımcı olabilecek gerekli bilgileri sunması nedeniyle önem taşımaktadır. Bu açıdan bakıldığında geri bildirim, öğrenmeyi hızlandırmak ve uzmanlığı geliştirmek için çok güçlü bir metod olduğu rahatlıkla söylenebilir (Buron ve

McDonald, 1999, 7). Geri bildirim, iş yaşamında da birçok yarar sağlamaktadır. Bunun farkına varan birçok Amerikan firması iş yaşamında geri bildirimden yararlanmaktadır (James, 1997, 190). Personele iş arkadaşları hakkında yukarıdan aşağıya ve aşağıdan yukarıya giden değerlendirmeler yaptırılmak suretiyle iletişim ve katılım duygusu geliştirilerek çalışanların motivasyonu artırılmaya çalışılmaktadır.

Günlük yaşamda insanlar, iletişim sürecinde geri bildirim esnasında birtakım yanlışlar yaparak diğer insanların önüne engeller koyabilmektedirler. Bu engelleri genel hatlarıyla 10 ana başlıkta toplamak mümkündür (Weitzel, 2000, 9-11):

1. Geri bildirim olaylar değil, kişilerle ilgili hükümler verir.

İnsanların geri bildirim oluşturmada yaptıkları yanlışlardan biri muhtemelen, yargılayıcı tabirler kullanmalarıdır. Eğer siz birine “Sen çok eskidin” veya “Yeni bir takım arkadaşına ihtiyacın var” gibi sert mesajlar yolluyorsanız siz bu insanı yargılıyorsunuz demektir. Yargılayıcı geri bildirimler insanları savunmacı bir hale getirir. Böyle bir durumda karşıdaki kişi enerjisini yargılayıcı ataklarınızdan korumak için harcar.

2. Geri bildirim oldukça hayalidir, soyuttur.

Geri bildirim oluşturmada bilinen ikinci yanlış genellemelerin kullanımınıdır. “Sen çok iyi bir lidersin”, “Sunumda harika bir iş çıkarttın” veya “Çok akılsel bir insansın” gibi klişeleşmiş ibarelerin kullanılmasıdır. Biri bu tarz sözleri duyduğunda övgü aldığı için muhtemelen mutlu olacaktır ama sizden övgü alacak kadar neyi iyi yaptığı hakkında herhangi bir fikri olmayacaktır. İyi yaptığı bir şeyi tekrarlaması için birini teşvik etmek istiyorsanız, önceden ne yaptığının farkına varmasını sağlamanız gerekir. Bunu yaptığınızı takdirde kişi aynı olumlu davranışı sergilemeye çalışacaktır.

3. Geri bildirim diğerleri ilgili konuşur.

“Ayşe yeni atamadan dolayı şaşkın

göründüğünü söyledi” veya “insanlar onları basit tekniklerle yönettiğimi söylediler” gibi cümleler etkili olmayan geri bildirimlerdir. Karşınızdaki kişi, insanların nerde bu tarz fikirlere sahip olduklarını veya kapalı kapılar ardında ne konuştuklarını merak eder. Daha kötüsü; bu cümleleri duyan birinin içine kapanık bir hal alması veya çalışanlara güvenmesi söz konusu olabilir. Sonuçta geri bildirim alan kişi savunmacı bir yapıya bürünerek, sizin geri bildirimlerinizi duymada isteksiz davranabilir.

4. Negatif geri bildirim pozitif mesajlar arasında verilir.

Birine olumsuz bir şey söylemek isteyen biri, önce olumlu bir şey söyleyebilir, ardından negatif ibareyi yollayabilir ve tekrar olumlu bir mesajla ortamdaki havayı yumuşatmak durumunda kalabilir. Kişi iyi niyetli olsa bile bu durum asla olumlu geri bildirim yaratmaz. Burada hedef kitle iki pozitif mesajı görmez ve akılda kalan ve karşıdakini etkileyen şey negatif ibare olur.

5. Geri bildirim genelleştirmelerle abartılır.

Diğer çok bilinen hata “her zaman” veya “hiçbir zaman” gibi kelimelerin kullanılmasıdır. Bu kelimeleri duyan insanlar, savunma pozisyonuna geçerler ve zamanlarının çoğunu da sizin yaptığınızı iddia ettiğiniz şeyin ne zaman olduğunu hatırlamaya çalışarak geçirirler.

6. Geri bildirim davranışın arkasındaki motivasyonu analiz eder.

Bir kişinin karşıdaki insana, “davranışının arkasındaki nedeni kesin olarak bildiğini” söylemesi yanlış birtakım sonuçlara yol açabilecektir. Çünkü kişinin karşıdakinin niyetini veya tam anlamıyla ne düşündüğünü bilmesi mümkün değildir. Böyle bir durumda geri bildirim karşıdaki kişinin size güvenmesine neden olabilir.

7. Geri bildirim çok uzun sürer.

Genelde insanlar başka birilerine geri bildirim gönderirken ne zaman duracaklarını bilemezler. Öğüt verirler, kişisel deneyimlerini

anlatırlar ve başkalarının problemlerini çözmeye çalışırlar. Geri bildirim alan kişi bunu sindirmek için zamana ihtiyaç duyar.

8. Geri bildirim ima edici gözdağı içerir.

Bir çalışana işten çıkarılabileceğini ya da tehlikede olduğunu söylemekle o kişinin olumlu bir davranışa teşvik olması ya da kötü bir davranıştan kaçınması beklenemez. Bu karşıdaki kişide sadece nefret uyandırır.

9. Geri bildirim manasız ve yersiz mizah kullanır.

Geri bildirim göndermek sizin için uygun değilse veya düşünmeden konuşuyorsanız, geri bildirimde alay edici bir tavır sergiliyor olabilirsiniz. Örneğin sabah toplantısına 10 dakika geciken birine “tünaydın” demek bu insanı çok etkileyip davranışını değiştirmesine sebep olmayabilir.

10. Geri bildirim ifade değil sorudur.

Gelecek toplantımızda daha etkili olabileceğinizi düşünüyor musunuz? gibi soru tarzlı geri bildirimler karşıdaki kişi üzerinde olumlu bir etki bırakmaz. Bu tür cümlelerin alaycı tavırlar içeriyor olması, karşıdaki kişinin savunmacı bir tavır almasına hatta ve hatta doğrudan size karşı tavır almasına yol açabilir.

Burada son olarak yüzyüze iletişimle kitle iletişim arasındaki geri bildirim farklılıklarına değinmekte yarar vardır. Geri besleme, kitle iletişimiyle, kişiler arası iletişimde tamamen zıttır. Kitle iletişiminde, mesaj kaynaktan alıcıya doğru genelde tek bir doğrultuda aktığından geri besleme minimum düzeydedir. Kaynakla hedef kitlenin mekansal farklılıkları da geri bildirim sürecini etkilemektedir. Hedef kitle ile kaynak arasında geri besleme oluşturmak oldukça zordur. Örneğin, kişi kendisini rahatsız eden bir televizyon programına anında telefon bağlantısı gerçekleştirmek ve rahatsızlığınızı bildirmek isteyebilir. Eğer program canlı olarak yayınlanıyorsa bu kişi anında iletişime geçebilir. Ancak bunun için telefonlara bakan sekreterin kişiyi programa- canlı yayına bağlaması gerekir. Bu ise tamamen program

yapımcısının inisiyatifindedir. Şayet kişi programa katılamayıp ertesi gün iletişime geçmek isterse muhtemelen sekreterle iletişim kuracaktır. Sekreter de kişiden şikayetini yazılı bir metin ya da mektupla bildirmesini isteyecektir (Dominick, 1996, 19).

Yukarıdaki örnek, kitle iletişimde geri beslemenin ne kadar zor olduğunu ya da belli bir süre ertelenmek zorunda kalılabileceğini göstermesi açısından önem taşımaktadır. Kitle iletişimde kaynağın; alıcının geri bildiriminden haberdar olabilmesi saatler, günler hatta haftalar alabilecektir. İnternet ve bilgisayar teknolojileri kullanımı teknik yönden geri bildirim kolaylaştırır da; iletişim sürecinde kaynağın inisiyatifi elinde tutması teknolojiye rağmen geri beslemenin anında gerçekleşmediğini ya da ertelenebildiğini ortaya koymaktadır.

Sonuç

İletişim her şeyden önce bir süreci ifade etmektedir. Sürecin en önemli unsurlarından biri de geri bildirim ya da diğer bir adıyla feedback'tir. Geri bildirim iletişimi tek yönlülükten çift yönlü bir süreç haline dönüştürmesi açısından önem taşımaktadır. Geri bildirim, etkin iletişimin olmazsa olmaz bir koşuludur. Geri bildirim olmazsa iletişim de olmaz. Ancak geri bildirim de negatif ve pozitif geri bildirim olarak ikiye ayrılmaktadır. Burada önemli olan pozitif geri bildirim yapmak suretiyle karşıdaki kişiye kendisine yeni bir pozisyon alma ve mesajını etkili şekilde yeniden kurgulama şansı verilmesidir.

Sonuç olarak geri bildirim yararları ve iletişime katkıları şu şekilde özetlenebilir:

- Geri bildirim, konuşmacının mesajını hedef kitlenin tepkilerine göre ayarlama imkanı verir. Bu da konuşmayı sıkıcı ve monoton olmaktan çıkarır. İletişim ortaklık kurmak olduğuna göre iki tarafın da ortaklık kurmalarının önündeki engelleri ortadan kaldırır.

- Geri bildirim hedef kitlenin iletişime katıldığı duygusuna kapılmasını sağlar. Bu

durumda duygu ve düşüncelerinin dikkate alındığının farkına varan hedef kitle kaynağın mesajlarına olumsuz tepki vermekten de kaçınır.

KAYNAKÇA

- Baltaş, Z. ve Baltas, A. (1999). *Bedenin Dili*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Bıçakçı, İ. (2002). *İletişim ve Halkla İlişkiler*. İstanbul: Media Cat Yayınları.
- Buron, R. J. and McDonald, M. D. (1999). *Giving Feedback to Subordinate*. Greensboro North Caroline: Center for Creative Leadership.
- Cüceloğlu, D. (1992). *Yeniden İnsan İnsan.*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Dominick, R. J. (1996). *The Dynamics of Mass Communication*. International Edition: Mc Graw- Hill.
- Erdoğan, İ. (1994). *İşletmelerde Davranış*. İstanbul: Beta Yayınları
- Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. (S. İrvan, Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Gayle, M. P. (1995). *Public Relation*. Iowa: Kendall. Hunt Publishing Company.
- James, J. (1997). *Gelecek Zamanda Düşünmek*. İstanbul: Boyner Yayınları.
- İşık, M. (2000). *İletişimden Kitle İletişimine*. Konya: Mikro Yayınları.
- İşık, M. (2005). *Kitle İletişim Teorilerine Giriş*. Konya: Eğitim Kitabevi.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1988). *İnsan ve İnsanlar-Sosyal Psikolojiye Giriş*. İstanbul: Evrim Basım Yayım Dağıtım.
- Küçük Kurt, M. ve Tanrıkulu Y.(1987). *Folklorik İletişim*, Ankara: Gazi Üniversitesi B.Y.Y.O. Dergisi. Sayı 8-9.
- McQuail, D. ve Windahl, S. (1993). *İletişim Modelleri*, (M. Küçük Kurt, Çev.). Ankara: İmaj Yayınları.
- Mutlu, E. (1994). *İletişim Sözlüğü*, Ankara: Ark Yayınevi.

- Odabaşı, Y.(1990). Pazarlama İletişimde Kaynağın Nitelikleri ve Türleri. Eskişehir: Kurgu- Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Dergisi. Sayı 7.
- Oskay, Ü. (1992). İletişimin ABC'si, Ankara: Ark Yayını.
- Usluata, A. (1996). İletişim, İstanbul: İletişim Yayınları- Yeni Yüzyıl Kitaplığı.
- Weitzel, S. R.(2000). Feedback That Works: How to Build and Deliver Your Message, Greensboro North Caroline: Center for Creative Leadership,
- Vivian, J. (1999). The Media of Mass Communicatio. Boston: Allyn and Bacon.
- Yüksel, A. H. (1989). İletişim Süreci ve Sistem Yaklaşımı Açısından İletişim Sürecinin İncelenmesi. Eskişehir: Kurgu- Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Dergisi. Sayı 6.