

## BİLGİ İŞLEM TEKNOLOJİLERİNİN ÖRGÜTSEL İLETİŞİM AMAÇLI KULLANIMI

Aylin PİRA\*

### *The Usage Of Computer Based Communication Technologies In Organizational Communication*

*Organizational communication is one of the main issues concerning management. Being realized in early 1900's, it has been especially improvised by the communication technologies in the Information Period. The purpose of the study covering management information systems, www and internet as public relations tools, is to emphasize the usage and the importance of computer based communication technologies in organizational communication ruled by public relations management. At the end of this study it is to said that the meaning, the practice and the effect of organizational communication have differed a lot by the computer base communication technologies.*

**Key words:** *Organizational communication, computer based communication Technologies.*

.....

#### 1. Giriş

Örgütsel iletişim yeni yönetsel tarzlarda en sık tartışılan dinamik olmakla birlikte uygulamada nadiren hak ettiği önemi bulmaktadır. Örgütsel hedeflere ulaşmadaki hayati önemi tüm teorisyenlerce vurgulanan örgütsel iletişim, aktif insan hayatının dörtte üçünü kapsadığı halde yönetim sürecinde bazı zorluklarla karşılaşabilmektedir. Oysa birim yöneticilerinin verimliliğine ilişkin yapılan araştırmalar rutin ve teknolojik iletişim çabalarının yöneticilerin verimliliklerine büyük katkı sağladığını ortaya çıkarmıştır (Luthans v.d., 1998: 68).

Örgütsel iletişimin yönetsel ve örgütsel etkinlikte önemli bir rolü olduğuna dair bir şüphe yoktur. Ancak madalyonun öteki yü-

zü yanlış iletişimin dünya üzerindeki pekçok problemin de kökeni olduğudur.

Önyargılar, kuşak çatışmaları, endüstriyel problemler, savaşlar, örgütsel çatışmalar ve hatta aşk yaraları insanlar birbirleri ile iletişim içinde olduğundan vardır. Öyleyse doğru idare edilemeyen bir iletişim süreci çatışmanın nedeni de olabilir. Bugünün yönetim eğilimleri iletişime büyük önem vermekle hatta 'yönetişim' kavramını literatüre sokmakla birlikte yönetim ile ilgili ilk tartışmalar iletişimi gözardı etmekteydi. Varlığı kabul edilmekle birlikte iletişim, yönetim teorileri ile bütünleştirilmemişti. Henri Fayol, iletişim probleminde makul çözümler üreterek detaylı analizler yapan ilk yönetim teorisyeniydi (Luthans 1992: 469).

\* Doç. Dr., Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü.

1930'ların sonlarında örgütsel davranış açısından örgütsel iletişim kavramını geliştiren Chester Barnard, örgütsel iletişimin örgütsel amaçlarla çalışanları bağlayan ve örgütsel davranışı biçimlendiren en büyük güç olduğuna ve objektif otoriteye katkıda bulunduğuna inanıyor ve "İletişim merkezleri olarak görev yapan kişiler yetkili ve yetenekli olmalıdır" diyerek (Luthans, 1992: 469) aslında 1930'larda halkla ilişkiler uzmanlarından bahsediyordu.

## **2.Yönetim Bilgi Sistemleri Ve Elektronik İletişim**

Önceleri yönetim çalışmalarında iletişim sadece bilgi-işlem ile bağdaştırılırken örgütsel davranış sahasında bilgi işleme insanın bilişsel durumlarını ve davranışlarını açıklayan ve yönlendiren bir süreç olarak ele alınmıştır. Aynı bilgisayar teknolojisi gibi insanın bilişsel süreci bir girdi olarak çevresinden bilgiyi almakta, işlemekte, saklamakta, yönlendirmekte ve davranış şeklinde çıktı olarak çevreye geri vermektedir. Bugün insan davranışın açıklayan pek çok bilgi işleme modeli vardır (Rathus, 1990: 367).

1946 yılında dünyanın ilk bilgisayarı ortaya çıktığından beri bilgisayar dünyasındaki gelişmeler bir an durmamış, bugün ağlara bağlı bilgisayarlar ile bilginin önündeki zaman ve mekan sorunu ortadan kalkmıştır. Bugün örgütsel iletişim çalışmalarında da kullanılan Yönetim Bilgi Sistemleri-YBS (Management Information Systems-MIS) aslında yönetim çalışmalarının bir terimidir. Kişisel bilgisayarların ve ağ sistemlerinin yaygınlaşması pek çok şirketin yönetim bilgi sistemini bilgisayar ağlarına taşımıştır. Bilginin kontrolsüz artışı ile birlikte doğru, net, zamanında ulaşılan bilginin değeri yönetimde bilgi yönetimini kilit bir noktaya koymuştur. Elektronik teknolojinin iş hayatında kullanılmasıyla; rutin-monoton bazı

işlerden kurtulmakta, zaman kazanılmakta, kost-efektif üretime katkı konulmakta, veriye kolay ve zamanında ulaşılabilen, çıktı kalitesi-doğruluğu daha kolay sağlanabilmekte, ve sonuçlar öngörülebilmektedir.

Bilgi Çağı ile birlikte örgütsel iletişim formlarında bilgisayar teknolojileri ve ağları ağırlığını hissettirmeye başlamıştır. Yönetim bilgi sisteminin (YBS) bilgisayar ağı üzerinde çalışması veriye ulaşmayı, işlemeyi, depolamayı ve yaymayı şirket içinde olduğu kadar dışında da olası kılmıştır. Bilgisayar destekli YBS üzerinde bilginin tasnifi ve ulaşılabilirliği, örgüt hedefleri ve iletişim verimliliği açısından büyük önem taşır. Genellikle yönetsel karar almayı etkileyen bütünleştirilmiş iletişim ağları ile ilişkilendirilse de stratejik planlama, müşteri hizmetleri yönetimi gibi özel alanlar ve tüm örgütsel iletişim sürecinde kullanılan YBS, sadece bilgisayar yazılım ve donanımından ibaret değildir; yaratıcısı ve kullanıcısı insan ile geniş veri tabanı YBS' nin ayrılmaz parçasıdır.

Teknolojik imkanlar artıkça iş hayatının çehresi değişmiştir. Bilgisayar, telefon hatları, elektronik posta ve modemler birlikteliğinden ev-ofisler doğmuş; taşınabilir bilgisayarlar, dijital kameralar, GSM telefonları ofisi evin dışına dahi taşımıştır. Tele-konferans düzenekleri, masa üstü yayıncılık (grafikler, bültenler, haber-mektupları, broşürler vs.) CD, elektronik iletişim panoları vb., halkla ilişkiler yönetiminin emrine girmiş; kurum içi kullanımlarının dışında kamuya yönelik elektronik bülten tahtaları da kurumların dış tanıtım alanında başvurabildikleri interaktif bir ortam haline gelmiştir.

## **3. World Wide Web & Internet**

İşletmeler açısından bilgisayar destekli YBS gibi bir diğer önemli konu da telekomüni-

kasyon sistemlerindeki gelişmelerdir. Bilgisayar ve iletişim teknolojileri arasındaki bağ son derece kuvvetlidir. Bugün fiber-optik bağlantılar ve kablosuz sistemler ile bilgisayarın birleşmesi son derece güçlü bir iletişim sistemini ortaya çıkarmıştır. Yazılı mesaj ve dosyaları örgüt içi ve dışında bilgisayar terminalleri aracılığıyla anında transfer eden elektronik posta (e-mail) sistemi, muhtelif veritabanlarına anında ulaşımı sağlayarak <http://www> adresi olan tüm kurumların veya serbest çalışmaların paylaşılmış bilgilerini kullanıma açan, ve tanıtım, satış, satış sonrası hizmet imkanlarını beraberinde sunan internetin, kurum içi intranet sisteminin örgütsel iletişim çalışmalarına koyduğu katkı son derece açıktır. Sanal öğrenmesini bir parçası olan, en hızlı şekilde bilgiye ulaştırılan, elektronik olarak tarama ve bilgiyi kolay tasnif etme imkanı sağlayan hypertext teknolojisini kullanan internet, "herşeyin birlerle sıfırlarla sarmalandığı evrensel bir konferans, dünyanın en büyük kataloğu, herşeyin bulunduğu bir dükkan, bir televizyon, gazete, radyo, postane ve bir telefon olma özelliği ile karşımıza çıkmaktadır" (Chalmers, 2000: 8).

İnternetteki tüm bilgilerin içinde yer aldığı küresel bir çevre olan ve pek çok kişi için belki de internetin en ilgi çekici kısmı World Wide Web (www), her gün 50 den fazla yeni sitenin kurulduğu (Marken, 1998: 31) bir araçtır. Sürekli gelişen internet ve web, bilgi üretimi ve akışındaki denge ve düzen açısından çeşitli eleştirilere maruz kalmış olsa da paylaşılmış tüm veriye anında ulaşan, pek çoğundan bir başka adrese elektronik posta gönderen ve ciddi bir maliyet gerektirmeyen yapısı ile örgütsel iletişim çalışmaları açısından büyük imkanlara sahiptir. Yapılan bir araştırma 50 milyonluk bir dinleyici kitlesine radyonun 30, televizyonun 13, internetin ise 4 yılda ulaştığını göster-

mektedir (Howard, 2000: 9). Bu araştırma, dünya üzerindeki internet kullanıcılarının 259 milyon olduğu 1999 yılı sonunda yürütülmüştür (<http://www.commerce.net/research/stats/wstats.html#europe>). 2002 yılı sonunda 490, 2005 yılı sonunda ise 765 milyona ulaşacağı tahmin edilen kullanıcı sayısı (<http://www.commerce.net/research/stats/wstats.html#europe>) düşünülürse internetin dolaylı bilgidan anında ve bireysel bilgiye ulaşma ya geçiş sağlayarak yarattığı güç daha da ortaya çıkacaktır.

#### 4. İnternet Ve Örgütsel İletişim

İletişim bilginin anlaşılır mesajlar olarak belli kanallar aracılığıyla bir kaynaktan bir alıcıya aktarımı olarak tanımlanırsa örgütsel iletişim sistemi, işletme sistemini oluşturan tüm bileşenleri birbirleri ile ilişkilendiren ve bileşenlerin bütünü oluşturmasında temel görev alan bir sistemdir. İşletmelerin ürün, işlev ve coğrafi temele göre oluşan bölüm ve alt bölümleri ile bunların faaliyetlerinin etkin bir biçimde yerine getirilmesi işletmenin sosyal etkileşimi sağlayan, tanıma ve tanıtma faaliyetlerini organize edip yürüten örgütsel iletişim sistemi aracılığıyla olur.

Ekonomide küreselleşme ve iletişim olanaklarının artması işletmelerin iletişimini kolaylaştırırken, diğer taraftan karmaşıklaşan toplumsal ve ekonomik yapı, kuruluşların sesini duyurmasını güçleştirmektedir. İşletmelerin daha geniş kitlelerle iletişim kurma zorunluluğu duyması ise halkla ilişkilere ve yeni yöntemlere duyulan gereksinimi arttırmıştır. Bugün işletme ve hedef kitle arasında stratejik yönetilen bir mesaj alışverişi gerçekleştirilmede halkla ilişkiler, iletişim programlarında geleneksel iletişim ve tanıtım araçları kadar gelişmiş teknolojilerin bulunduğu yeni iletişim olanaklarını da kullanılmaktadırlar. Bu iletişim olanakları arasında İnternet başta gelmektedir.

Kuramsal bilim alanındaki çalışmaların artırdığı, çeşitlendirdiği diğer sahalarla kesiş-tirdiği bilginin kullanılabilirliği, uygulama alanındaki sürekli gelişme ve ilerlemeler nedeniyle çok önemlidir. Bu bilginin uygulanabilirliği teknoloji yardımıyla çok kolaylaşmaktadır. Bilginin teknolojik bazlı bu hareketi küresel pazar koşullarında rekabetin neredeyse en önemli aracıdır. Küresel ekonominin kendi içinde bir takım eleştiriye açık tarafları olmakla birlikte dünya genelindeki gözlemlenen eğilim, üretim ve tüketimin gerçek anlamda motive olduğu sistemin serbest pazar modeli ve küresel yaygınlığı oluşudur. Bilginin daha hızlı hareket etmesinin bilimin ve aynı zamanda kapitalist düşüncenin ortak konusu olduğunu en erken görenler ve bu konuda bilimsel/ticari faaliyetlerde bulunan kurumların ciddi bir rekabet avantajı elde ettiği görülmektedir.

Geleneksel kitle iletişim araçlarının (gazeteler, dergiler, kitaplar, radyo, televizyon, sinema) dışında temelini bilgisayar teknolojisinin oluşturduğu yeni araç, gereç ve yazılımlar (sanal sohbet imkanları, sesli ve görüntülü e-posta hizmetleri, cd-rom veritabanları, uydu destekli film dağıtım sistemleri, kişisel ve kurumsal web erişimi, sanal alışveriş, eğlence ve haberleşme hizmetleri, faxlı ve görüntülü cep telefonları, internet ya da teletext becerileri olan televizyonlar gibi) bilginin kitlesel üretimi ve tüketimini sağlayarak sosyal, kültürel ve siyasal sonuçlar yaratmaktadır.

İletişim demokratikleşmesi ve yönü ile ilgili tartışmalar hala sürerken internet hızla yaygınlaşmaktadır. Bilgi çağının bütünleşik kitle iletişim düzeneği internet sayesinde multimedya olanakları, gerekli kartlar ve modem ile donatılmış bir bilgisayar konfigürasyonu ile ağ üzerinden dünyanın yüzlerce radyo ve televizyonu izlenebilir,

arşivlere girilebilir, oyunlar oynanabilir, tartışmalar yapılabilir, müzeler gezilebilir. İnternetin interaktif doğası geribesleme imkanı da vermektedir.

Bugün internet kanalıyla tanıtım çok daha kolaydır. İşletmeler, Web sayfası oluşturup, tüketicilerin ziyaretine sunmanın yanı sıra, görüntülü, sesli ve yazılı elektronik posta göndererek tanıtımda bulunabilir. Oluşturdukları Web sayfalarını; hareketli, sesli ve görüntülü olarak standart ürün bilgileri, fiyat listeleri, dokümanlar, tanıtım bilgileri, bültenler gibi bilgilere muhtelif dillerde erişimi sağlamada bir hizmet birimi; okuyucunun katılımına açık, özel bir broşür olarak kullanabilirler.

Web sayfası tasarımında kullanılan grafik öğeler arasında estetik ve fonksiyonellik açısından bir denge kurulması gerekmektedir. Tasarımı bozuk, istenilen bilgiye kısa sürede ulaşma fırsatı vermeyen ve çekicilikten uzak siteler, hedef kitlenin ziyaret etme isteğini yok etmektedir. Bu tür siteler, İnternet aracılığı ile yapılan iletişimi, tatminsiz kılmakta ve İnternet' in bu amaçla kullanımını azaltabilmektedir. Web sayfaları hazırlanırken farklı programlarda yaratılmış değişik veri türleri kullanılabilir. Tüm bu verilerin tek bir sayfa içerisinde düzenlenmesini sağlayan standart programlama dili ise HTML'dir. HTML, iki boyutlu grafik nesnelerin bir ekran alanına yerleştirilmesine, bunların birbirleri ile ve diğer metin ya da görüntü gibi nesnelerle bağlantılandırılmasına izin vermektedir.

Başarılı bir Web sayfası hazırlamanın temel kriteri tasarım sürecinin iyi planlanmasıdır. Bu süreçte hedef kullanıcı kitlesinin özelliklerinin bilinmesi, benzer web sayfalarının incelenmiş olması, grafik tasarım fikirlerinin kurgusu, mesaj içerikleri, kurumsal kimlik

uygulamaları, yaratıcı çalışmalar, tasarım ve üretim çok önemlidir. Ayrıca sayfa düzeninde yer alan elemanların tekrar gözden geçirilmesi gerekir. Son değişiklikler yapıldıktan sonra, arama motorları için gerekli verileri sağlayabilecek şekilde bir düzenlenen Web sayfası'nın Internet arama motorları aracılığıyla duyurulmasına başlanır. Bu arama motorları, hedef kitleye bir ürün adı girerek, ürünle ya da ürünün üretildiği işletmeyle ilgili bilgilere ulaşma olanağı vermektedir.

##### 5. Sonuç

Değişimi yaratan; değişimin yarattığı fırsatlardan yararlanan ve yeni üretilen bilgilere sahip olup uygulayan kurumların önemli bir rekabet üstünlüğü sağladıkları iş yaşamında internet, bilgiye erişim ve değişim yaratacak yeni iş modellerinin uygulanması açısından önemli bir araçtır.

Internet ile şirketler, yapılarını, sermayelerini, emeği, ürünlerini, hizmetlerini dünyanın her yerindeki şube/ortaklarına, mevcut ve potansiyel müşterilerine tek merkezden ulaştırarak iş hayatının küreselleşmesini hızlandırmışlardır. Finansal sermaye kadar entelektüel sermayenin de ulusal/uluslar arası dolaşımını kolaylaştıran internet, işgörenlerin sorun çözme, karar verme, yeni durumlara uyarlanma, işletme politikalarını ve işlemlerini anlama ve kavrama yeteneklerinin geliştirilmesi ile ilgili çalışmalara, işgörenlerin kişisel ve mesleki gelişimlerine ve eğitimlerine destek vererek örgütsel davranış kalıplarına yansımakta ve örgütsel etkinliğin artırılmasına da katkıda bulunmaktadır. Geniş tüketici kitlelerine, ham madde satıcılarına, bayilere, finansal kurumlara, sendikalara, yerel yönetimlere vs

hedef kitlelere dönük yapısı ve kendi bünyesinde sanal fuar, stand, satış gibi alternatif imkanlar sunması internetin halkla ilişkiler amaçlı kullanımını açısından son derece önemlidir.

Yeni teknolojiler cep telefonlarını Internet ile buluşturarak, işletmelere yeni iletişim ve tanıtım yöntemleri sunmaktadırlar. İşletmeler, iç ve dış hedef kitleleriyle iletişim kurmak için kısa ileti gönderir gibi cep telefonundan Internet' e, Internet' ten cep telefonuna e-mail gönderebilmektedirler. Multimedia desteğiyle sunulan bu iletilerin, kağıt üzerindeki orana daha fazla dikkat çekmesi, doğru algılanmasını sağlamakta; dağıtımda meydana gelebilecek sıkıntıların çoğu ortadan kalkmakta, interaktif haberleşme olanağı doğmakta ve alıcı yerinde olmasa da mesaj ulaşmaktadır. Hedef kitlelere ulaşmadaki kolaylık ve düşük maliyet, kendi başına bir dağıtım kanalı gibi hareket edebilmesi, emek ve ulaşım giderlerini de ortadan kaldırması interneti kurumlar için son derece önemli kılan diğer unsurlardır.

Ticari sınırların kalktığı, rekabetin en gelişmiş teknik ve teknolojileri kullanarak dev boyutlara ulaştığı, iletişimin ülkeler ve kişiler arasında birkaç saniyeye indiği iletişim çağında bilgiyi üretme, bilgiyi tasnifleme, kullanma, bilgiye erişme temel dinamikler arasındadır. Böylesi bir ortamda rekabet avantajı elde etmek, bilgiyi yönetmek ile doğru oranlıdır. Gerek bilgiye erişmede gerekse bilgiyi kullanmada birbirine bağlanarak ortak bir dille dünya çapında kullanıma giren bilgi işlem teknolojilerinin örgütsel iletişim amaçlı kullanım rolünü yadsımak ise imkansızdır.

**Kaynakça**

- CHALMERS, Jeff ( 2000). "İnternet Teknoloji ile İlintili Bir Şey Değildir" *Mediacat* ( Ekim):8
- HOWARD, Carole M (2000) . "Technology and Tabloids: How The New Media World is Changing Our Jobs" *Public Relations Quarterly* (Spring): 9
- LUTHANS, Fred v.d. (1998). *Real Managers* . Cambridge:Ballinger Publ.Co.
- LUTHANS, Fred (1992).*Organizational Behavior*. New Jersey: Mc. Graw Hill's Co.
- MARKEN, G.Andy (1998). "The Internet and The Web; The Two Way Public Relations Highway ". *Public Relations Quarterly* ( Spring):31
- RATHUS, Spencer A(1990). *Psychology*. Fort Worth:Holt Rinehart&Winston.
- "WorldWideInternetPopulation",<http://www.commerce.net/rsearch/stats/wstats.html#europe>