

GENEL İLETİŞİM KAVRAM ve MODELLERİ*

Roger E. WILLIAMS

Çeviren :
Ass. Akın ERGÜDEN

«Merhaba, tanıştığımıza sevindim». «Ben de». Bir bebek ağlıyor, annesi uyanıp bebeği emziriyor. Bir telefon çalıyor. New York'ta bir televizyon alıcısı önündeki bir haber yorumcusu aynı anda Honolulu'da izleniyor.

Bu ve benzeri olaylar bize doğal geldiğinden üzerinde pek durup düşünmeyiz. Ama üzerinde biraz durup düşündüğümüz zaman, günlük yaşamımızın büyük bir bölümünün iletişimle ilgili olduğunu görürüz. Amerika'da yapılan bir araştırmaya göre, bir kişi, gününün çalışma saatlerinin % 70 ini iletişimle geçirir. (Önem sırasına göre, dinliyerek, konuşarak, okuyarak ve yazarak). İletişim yaşamımızda öylesine önemli yer tutar ki, en genelde, «yaşamak iletişimde bulunmaktır,» demek pek yanlış olmaz.

Doğduğumuzdan beri iletişimde bulunuyorsak birbirimizi anlamamız pek kolay olmalı diye düşünülebilir. Öyle ki, bunca yıldır hepimizin pek etkin birer iletişim uzmanı olmamız gerekirdi. Geri-

(*) Basılmamış Ders Notları, Michigan State Üniversitesi, E.Lansing, Michigan, U.S.A. Yazar adı geçen Üniversitenin İletişim bölümü öğretim üyesidir.

ye dönüp son bir-iki haftaki yaşayışımızı düşündüğümüzde bile, bunun böyle olmadığını anlarız. Yanlış iletişim sonucu ortaya çıkan birtakım gerilimler, çatışmalar, ve düş kırıklıklarını anımsamamız pek olasıdır. Yine, karşımızdakinin ne dediğini anlayamadığımız ya da onun bizim ne dediğimizi anlamakta güçlük çektiği durumlarla sık sık karşılaşmışızdır. Örneğin: Samimi bir arkadaşınızla tartıştığınızı varsayalım. Burada aslında iki yanın da o konuda anlaşma içinde olduğunu fark edecek kadar sabırlı olması bu çatışmayı önleyebilir. Anababanın çocuğun sorununu yanlış anlaması ve bu yüzden gereksiz yere uzun öğütlerde bulunması, nişanlılardan birinin ötekinden duyguları hakkında daha içten davranmasını istemesi, karşısındakinin bu isteği anlamakta güçlük çekmesi, öğrencinin matematik öğretmeninin ne konuda konuştuğunu anlayamayıp sinirlenmesi, vb. gibi.

Bu sıraladıklarımız kişisel düzeyde iletişim sürecinde bozukluklar olduğu zaman ortaya çıkacak durumlara örnektir. İletişim sürecinde ortaya çıkabilecek bozuklukların daha geniş kapsamlı olması durumunda örneğin toplumun çeşitli kesimleri veya ülkeler arasında sonuç kargaşa (anarşi) ya da uluslararası çatışmalardır.

«İletişim neden genellikle güçtür?» Sorusuna şöyle bir yanıt bulunabilir: İletişim yaşamımızda o kadar yaygın bir olgudur ki çoğu kez onu göremeyiz ya da iletişime doğuştan yetenekli olduğumuzu varsayıp karşıtının olabileceğini aklımızdan bile geçirmeyiz.

İletişim olgusunun bu yaygınlığı çoğu kez iletişime fazla önem vermemeğe ya da ilgisizliğe yol açar. İletişimi ders olarak okutma gereği de işte buradan kaynaklanır. Hergün içinde bulunduğumuz iletişim sürecini o kadar doğal karşılarız ki, oturup bu süreci çözmek aklımıza bile gelmez. «İletişimin zorunlu öğeleri nelerdir?» «Bu öğeler birbirleriyle ne tür bir ilişki içindedirler?» «Değişik durumlar karşısında ileti stratejisini nasıl saptayıp değiştirebiliriz?» «Kişilerarası roller ya da örgüt yapıları iletişimle ilgili davranışlarımız üzerine ne tür etkiler yapar?» «Guruplararası iletişim konusunda ne biliyoruz?» «Kitle haberleşme araçlarının toplumsal davranış üzerine ne gibi etkileri vardır?» İşte bu ve benzeri sorulara yanıt aramak, iletişimin bir ders olarak eğitime sokulup yaygınlaştırılması gerektiğini vurgular.

Bir an için iyi iletişim yeteneğine sahip olmadığımızı düşünelim. Bu durumda çevremizle ilişki kurabilmemiz büyük ölçüde güçleşir. Aldığımız iletiye tepkide bulunmakla herşeyden önce biz kendi davranışlarımızı oluştururuz. Dahası, çevremizdekilere alıp verdiğimiz iletiler aracılığıyla ki özleştirmeler yaparak, bir süreç içinde kendi kişiliklerimizi tanımlarız. Bu nedenle, kişiliğimiz, iletişim çabalarımızın bir sonucudur denebilir. Ayrıca iletişim, çevremizi değiştirdiğimiz bir araçtır da. Bu araç konusunda bilgimiz arttığı ölçüde parçaları, bu parçaların birbirine nasıl bağlandığı vb. gibi çevremizi etkileyebiliriz. Özetle, iletişim konusunda bilgimiz arttığı ölçüde, kendimizi daha kolay bir biçimde çevremizdeki değişmelere hazırlayabilir ve daha etkin düzeyde iletişim bozukluklarından kaçınabiliriz.

Bu yazıda amacımız iletişim sürecinin anlaşılabilirliği için gerekli ana kavramları açıklığa kavuşturabilmektedir. Öncelikle, «süreç» kavramını ve bu kavramın iletişim olaylarıyla olan ilişkisini araştıracağız. İkinci olarak bazı basit iletişim tanımları yapıp bu tanımları «sistem» kuramı çerçevesinde inceleyeceğiz. Son olarak da, iletişim sürecinin dört değişik modelini ele alacağız.

SÜREÇ OLARAK İLETİŞİM

İlk bakışta bu bölümün başlığı «gök mavidir», «İnsan nefes alır» gibisinden anlamsız gözükebilir. «İletişimin süreç oluşu da bu sözler gibi apaçık değilmi?» diye düşünülebilir. Bu nedenle açıklamamıza «süreç» sözcüğünden başlayalım. Sözcükler süreci, «Zaman içinde sürekli değişen bir olgu» ya da, «süregelen herhangi bir durum» olarak tanımlıyorlar. Süreç kavramının bilimsel düzeyde ele alınmasının oldukça yeni olmasına karşın, tarihsel açıdan bu kavram pek eskilere uzanır. 2500 yıl önce yaşamış olan eski Yunanlı düşünür Heraklit der ki: «İnsan bir nehre iki defa ayak basamaz». Niçin? Çünkü, nehir sürekli olarak «değişim» içindedir. Aynı biçimde insan da her an değişir. Bir şey **süreçtir** dediğimiz zaman o şeyin (olgunun) **tek bir** başlangıcı ve **tek bir** sonu olan belli bir olgular düzeni **olmadığını** vurgulamak istiyoruz. Süreç içinde olan bir şey durağan değil devingendir, etkindir ve sürekli değişim içindedir.

Süreç içindeki öğeler birbirleriyle ilişki içindedirler. Her bir öğe öteki öğelerin tümünü sürekli olarak etkiler.

İletişime davranışçı yaklaşım süreç kavramını içerir. Süreç olarak iletişimde kesin bir başlangıç ya da kesin bir sondan söz edilemez. Süreç içinde bir iletiyi tümüyle incelememiz, bu iletinin kaynağını, iletenin verildiği özel durumu, kaynağın tutumunu, hedef alıcıyı, olayın geçtiği toplumsal sistemi, kullanılan dili, vb., gözönüne almadan olanaksızdır. Tüm bu etkenler birbirine bağlıdır ve karşılıklı ilişki içindedirler. Sonuçta, süreç olarak bir iletişim olgusu (konuşmak, yazmak gibi), şu temel sorunu içerir: Bu olguyu inceleyebilmemiz için dinamik iletişim sürecini, tıpkı bir fotoğraf çekiminde olduğu gibi bir anlık durdurmamız ya da dondurmamız gerekir. Ama açıktır ki bu da süreç olarak iletişim olgusunu anlayabilmek için yetersizdir. Örneğin, bir futbol oyununu açıklamak istiyoruz. Bir oyuncuyu gol atarken gösteren bir fotoğraf, oyun hakkında bazı gözlemlerde bulunmamıza yarayabilir ama futbol dediğimiz «oyun» sürecinin tümünü açıklamakta pek yetersiz kalır. Söz konusu fotoğraf, süreç içinde ögelerin birbirleriyle ilişkilerini kapsamaz. Bu devingen süreci anlayabilmek için oyunun filmine gereksime vardır. Aynı biçimde, bir iletişim sürecini anlamak amacıyla bir model kurarken gözönünde bulundurulacak en önemli nokta, bu modelin, sürecin ögeleri arasındaki karşılıklı etkileşimin sürekliliğini göstermesi gerektiğidir. Göz önünde bulundurulması gereken bir önemli nokta da, gerçekte iletişimde, kurulan modelde sıraladığımız ve tanımladığımız ögeler dışında, rollerini kesin olarak saptayamadığımız ya da ayrıntılı olarak soyutlayamadığımız, iletişim sürecini etkileyen başka ögelerin de bulunabileceğidir. Bu ögelerin bazıları konumuzun dışında da kalabilir. İletişimin bir süreç olarak görülmesi ve ögelerin sürekli karşılıklı etkileşimde bulunması bu belirttiğimiz noktaları içerir. Belli bir iletiyi incelerken, «burada başladı», «burada bitti» gibi sözcüklerin yalnızca bir süreci çözümllemek amacıyla kullanıldığını vurguluyalım. «Başlar», sona erer» gibi sözcükler iletiyi çözümllemek amacıyla rastgele olarak adlandırılır. Gerçekte hiçbir iletinin kesin bir «başlangıcı» ve kesin bir «sonu» yoktur. Daha önce de belirttiğimiz gibi bu süreci incelemek amacıyla «donduran» biziz.

İLETİŞİM TANIMI

«İletişim» sözcüğü, bir çok değişik davranış biçimlerini kapsamaması açısından «sevgi» sözcüğüne çok benzer. Geniş kapsamlı

tanımından en dar anlamına kadar yüz'den fazla yayınlanmış iletişim tanımı vardır. En geniş anlamda iletişim; herhangi bir bilgi (information) paylaşma eylemidir. Bu tanım, bir elektrik akımından bilgisayara; bir arının belli davranışlarından termostata kadar pek çok olayı kapsar.

Biz bu tanım ya da başka bir geniş kapsamlı tanımların yararlığına inanmakla birlikte, iletişim tanımını daha sınırlı tutmak istiyoruz. Amaçlarımız açısından hayvan ya da mekanik iletişimle değil, insan iletişimiyle ilgileniyoruz. İnsancıl iletişimde belli bir kaynak bir iletiyi alıcı hedefe (ya da hedeflere), onların davranışlarını değiştirmek amacıyla iletir. En basitinden iletişimin amacı, hedefte istenen bir takım değişimleri oluşturmaktır.

Bir iletiyi kaynaktan alıcıya iletmek söz konusu olduğunda vurgulanması gereken yalnızca «iletim» konusu değildir. İletişimde vurgulamanın iletim üzerine oluşunda, bir iletinin bir yerden alınıp bir başka yerde mümkün olduğu kadar aslına yakın bir biçimde yinelenmesidir. Telefon işletmelerinin temel uğraşısı da budur. Bir telefon işletmesi iletişimin **iletim boyutu** ile ilgilenerek iki taraf arasında iyi bir bağ kurmak amaçındadır. Telefon işletmesi, bir iletinin **anlamının** belli bir amaçla, belli bir biçimde algılanıp algılanmadığıyla ilgilenmez. İletenin iletim sorunu teknisyenleri, iletiye **anlam** verme ve davranış etkilenmesi yönleri işe, iletişim bilimcilerini ilgilendirir.

Bir başka açıdan vurgulamak istediğimiz nokta da, iletişimciler olarak bizim amaç güden iletişim ile ilgilendiğimizdir. Bir rastlantı sonucu ortaya çıkan iletişim bizi ilgilendirmez.

İletişimin bir süreç ve bu süreç içindeki tüm öğelerin zaman içinde karşılıklı etkileşim içinde olduğunu belirtmiştik. Şimdi, bu süreci bir an için «donduralım» ve iletişim tanımını açıklığa kavuşturalım. Bu amaçla, iletişim öğelerini ayırıp bu öğelerin bir iletişim olayı için gerekliliğini belirliyelim. İletişimin temel öğeleri **kaynak, ileti, oluk, alıcı ve etkilemedir.**

a) **Kaynak; iletiyi gönderendir.** Bu tek birey ya da televizyon haber servisinde olduğu gibi birlikte, çalışan birkaç bireyden oluşabilir. Kaynak bir kurum ya da örgütte olabilir. «Beyaz saraydan verilen son bilgiye göre» .. ya da «Bu günkü New York Times'a göre..» örneklerinde olduğu gibi.

b) **İleti**; Kaynaktan alıcıya gönderilen uyarı, ya da iletilen bir düşüncedir. Yazı yazarken yazı, resim yaparken resim, bir harekette bulunduğumuzda el kol ve yüz anlatımı, iletilerdir. Şunu hemen belirtelim ki, iletinin kendisi karmaşık uyarılar toplamından başka bir şey değildir. Kendi içinde hiç bir anlam taşımayan kağıt üzerindeki şekiller ve havadaki ses dalgaları yalnız insanlar için ve bir alıcı tarafından kod açma (decode) işlemi sonunda **anlam** kazanırlar.

c) **Kodlama (Encoding)**; **Bir düşüncenin iletme hazır bir ileti (message) biçimine konulmasıdır.** Örneğin futbol hakemi bir oyuncuyu dışarı atarken düdük çalar, bir yandan da kırmızı kart gösterir. Kodlama burada hakemin «dışarı atma düşüncesinin» düdüklü ve kırmızı kartlı bir ileti biçimine sokulmasıdır. **Kod açma (decoding) ise algılanan bir uyarının yorumlanarak anlamlı bir biçime sokulmasıdır.** İleti; böylece kâğıt üzerindeki anlamsız işaretler, ya da bir takım ses dalgaları toplamı olmaktan çıkıp anlam kazanır. Örneğimizde futbol oyuncusu, kod açma işlemiyle «dışarı atıldığını» anlar. Kodlama kaynak tarafından; kod açma hedef alıcı tarafından yapılır.

d) **Oluk (kanal)**; **bir iletinin kaynaktan alıcı hedefe iletilmesini sağlayan araçtır.** İletişim olukları bir kaç biçimde sınıflandırılabilir. Bunlardan ikisini inceliyelim: Önce bir oluk, ya bir kitle iletişimi (mass Communication) ya da bir kişilerarası iletişim (interpersonal communication) aracı olarak görülebilir. kişilerarası iletişim olukları kaynak ile alıcı (lar) nın yüzyüze gelmesi durumunda söz konusudur. Kitle iletişim olukları, bir iletinin televizyon, gazete, filim radyo vb. gibi bir kitle iletişim aracıyla iletimi durumunda söz konusudur. Bu oluklar, birey ya da küme (grup) olarak kaynağın bir çok sayıdaki alıcı kümeye iletileri ulaştırmalarını sağlar.

İletişim oluklarını bir başka sınıflandırma yolu da bu olukları beş duyu olarak düşünmektir. (Görme, duyma, dokunma, tatma, koku alma.) Alıcı kod açmayı bu beş duyudan bir ya da birkaçıyla yapar. Örneğin bir ileti görülebilir, işitilebilir, dokunulabilir vb. Bir oluk hangi açıdan ele alınırsa alınsın tanım yine aynı kalır. Oluk bir iletinin kaynaktan alıcıya iletimini sağlayan araçtır.

e) **Alıcı**; **kaynağın gönderdiği iletiye hedef olan kesimdir.** Alıcı, iletişim sürecinin en önemli ögesi olmasına karşın, genellikle

günlük yaşamda bu öğeye fazla önem verilmez. Çoğu kez anlatılmak istenen konuyu ayrıntılı olarak açıklamaya o denli önem verilir ki (iletiye yönelik iletişim), iletenin alıcının anlayabileceği biçimde kodlanması gerektiği gözden kaçırılır. Çoğumuz, bir uzmanın konusunda-bizim pek az anlayabileceğimiz dilde konuştuğuna tanık olmuşuzdur. Öğrenciliğimiz sırasında da, bu biçimde ders anlatan öğretmenleri kolayca anımsıyabiliriz. Bu tür iletişim, alıcıya yönelik olmayıp, kaynak bir iletiyi hazırlarken, alıcının yetenek ve özelliklerini gözönünde bulundurmaz.

Kaynak kişi ya da kişiler, bazen de oluğa yönelik iletişim yaparlar. Bu durumda, iletiyi belli bir olukla iletme o denli önem verilir ki, alıcının özellik ve yetenekleri yine gözden kaçırılmış olur. Buna örnek olarak bir üniversite öğretim üyesinin sınıfta ders anlatma yöntemine fazla ağırlık verip, film, görüntü bantı ya da sınıf içi tartışma yollarına hiç başvurmayışi verilebilir. Böyle bir öğretim üyesi tek bir oluk içine «kilitlenmiş» bir kaynak örneğidir. İletişim kaynağa yönelikte olabilir. Örneğin, yazarların öğrencilere değil de başka yazarlara seslenircesine ders kitabı yazmaları.

Belirttiğimiz bu ilkeler ışığında şu yargıya varabiliriz: Bir ileti alıcı hedefe yönelik olduğu ölçüde etkinlik kazanır, («etkinlik» ten ne anlaşıldığı belirtilecektir). İletişim çabalarımızı yönlendiren en önemli ilke iletişimde bulunurken sürekli olarak alıcı-hedefin gözönünde tutulmasıdır.

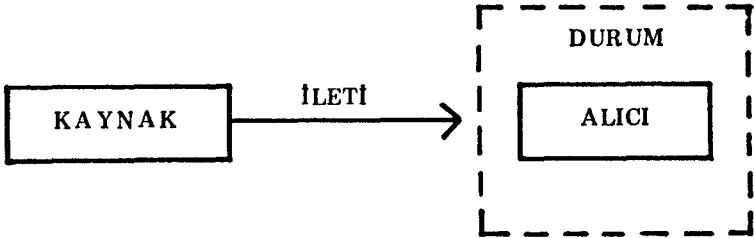
f) **İletişimin etkileri; Alıcının davranışlarında kod açma sonucu olarak ortaya çıkan değişmelerdir.** Alıcının davranışlarında değişme oluşturmak iletişimin temel amacıdır. «Tuzu uzatırmısınız?» dediğimizde, karşımızdakinden bize tuzu uzatma davranışında bulunmasını bekliyoruz. Eğer size tuzu uzatırsa, iletişim etkinidir diyoruz. Tuz yerine size hardalı uzatırsa, iletişim amacına ulaşmamıştır. Şimdi, etkin iletişimin ölçütünü şöyle belirleyebiliriz: Etkin iletişim, alıcıda ortaya çıkması kaynak tarafından amaçlanan davranışın iletişim sonucunda alıcıda görülmesidir.

Üç ana iletişim etkisi vardır:

1. Alıcının bilgi düzeyinde ortaya çıkan değişme.
2. Alıcının tutumunda (attitude) görülen değişme.
3. Alıcının açık davranışında ortaya çıkan değişme.

Her zaman olmasa bile çoğu kez bu üç değişme ard arda görülür. Yani, bilgide değişme tavır takınmadan önce, tavır takınma ise davranış değişikliğinden önce gelir. Reklâmcılar iletilerini bu sırayı gözönünde tutarak hazırlarlar. Tüketici, hakkında hiçbir bilgisi olmadığı malı almaz, bu yüzden reklâmcı, iletişime satmak istediği bir malın iyi taraflarını vurgulamakla başlar. İletiler, söz konusu mala karşı tüketicide olumlu bir tavır oluşturma amacıyla düzenlenir. Bu tavır takınma sonunda, satınalma davranışı beklenir. Reklâmcılar ileti kampanyalarının etkinliğini, alıcının açık davranışlarıyla, kısacası kaç kişinin söz konusu malı satın aldığı araştırarak ölçerler.

Alıcı davranışındaki değişmeler (iletişim etkinliği), iletişime bir süreç olarak bakma açısından çok önem kazanır. Eğer iletişimi basit biçimde kaynaktan alıcıya tek yönlü bir ileti akışı olarak tanımlasaydık; iletişim etkinliği, yalnızca iletiyi kusursuzlaştırma ve ustalıkla düzenlemek olarak düşünülebilirdi. Bu durumda bizler de, iletiye yönelik kaynaklar olurduk. Bu görüşe uygun bir modelde şu biçimde olurdu.



ŞEKİL – 1 Tek yönlü eylem olarak iletişim

Şimdi, bu iletişim modelini daha önce tartıştığımız süreç kavramıyla bağdaşırıp bağdaşmadığını görelim. ŞEKİL-1'e baktığımızda alıcının kaynaktan hiç bir karşılıklı ilişkiye girmediğini görürüz. Alıcı, kaynağın gönderdiği iletiyi edilgen biçimde alır yalnızca. Gerçekte günlük deneyimlerimizden de anlaşıldığı gibi, durumun hiç te böyle olmadığını görürüz. Birisiyle konuşurken ya da önemli bir sorunu tartışırken karşımızdakinin yüz anlatımı, bize kızgın olup olmadığı, olumsuz biçimde başını sallaması, kaşlarını çatması,

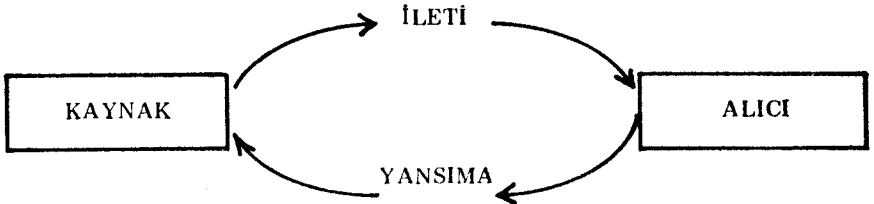
ya da birdenbire gülümseyip başını olumlu bir şekilde sallayışı, bizim iletimizi yerine göre değişik biçimde kodlamamıza neden olur. Alıcıdan gönderdiğimiz iletiye gelen yanıtları sürekli olarak göz-önünde bulundurmamız gerekir. Alıcı da kaynağın iletisini yanıtlarken, kaynaktan, değişik yüz anlatımı, olumlu ya da olumsuz devinimler biçiminde **tepki** görür. Bu karşılıklı tepki veya yanıtlar alıcı ile göndericiyi birbirine bağlayıp süreç olarak bir iletişimin doğuşunu sağlarlar. Bu çok önemli karşılıklı bağ, yansıma (feedback) olarak adlandırılır.

**Yansıma (feedback) alıcının kaynağın iletisine verdiği yanıt-
tır. Kaynak, bu yanıtı algılayıp iletilerini bu yanıtla göre değiştirmek amacıyla kullanılabilir.** Yansıma; Kaynağa iletişimin etkin olup olmadığı konusunda ipucu veren bir ileti biçimidir. Yansıma adını verdiğimiz iletiler sözlü-yazılı anlatım ve sözlü-yazılı anlatım dışı biçimlerde ortaya çıkar. Kaynak, bir iletiyi kodlamaya başlar başlamaz alıcı sözlü yanıt vermeden önce yüz ve beden anlatımlarıyla yanıt gönderebilir. İki tür yansıma vardır: **Olumlu yansıma, olumsuz yansıma.** Olumlu yansıma kaynağın amaçlamış olduğu etkiye ulaşıldığını kaynağa bildirir. Öte yandan olumsuz yansıma kaynağa, alıcı üzerinde amaçlanan etkinin elde edilmediğini söyler. Kaynak bu noktada amaçladığı etkiyi elde etmek istiyorsa davranışını ve iletisini aldığı olumsuz yansıma göre yeniden düzenlemelidir. Sonuçta, iletişimde bulunurken yansıma verilen önem ölçüsünde iletişimin etkinliği artar denilebilir.

Yansıma, bir başka açıdan da **gecikmesiz** (immediate) ve **gecikmeli** (delayed) olarak sınıflandırılabilir. Gecikmesiz yansıma yüz yüze iletişim sırasında söz konusudur. Bu tür yansıma kişilerarası iletişimin önemli bir özelliğidir. Öte yandan, gecikmeli yansıma, alıcı yanıtının kaynağa iletilemediği durumlarda söz konusudur. Gecikmeli yansıma kitle iletişimini kişilerarası iletişimden ayıran temel özelliktir. Kişilerarası iletişimde kaynak çoğu kez alıcı ile fiziksel bir yakınlık içinde olmasına karşın, kitle iletişiminde bu nedenle yansıma anında yüz yüze olmayıp gecikmelidir. Örneğin, bir gazete başyazarına tutumu konusunda bir mektup yazarız. Ya da radyodaki bir yorum için eleştirilerimizi telefonla iletiriz.

İletişim üzerine yapmış olduğumuz tanımlamaları bir sonuca bağlamak için özetle şu söylenebilir: **Süreç olarak iletişim kavramının temelinde yansıma olarak adlandırdığımız alıcının yanıtlarla**

ması gerçeği yatar. Kaynak ile alıcı arasındaki etkileşim yansıma olmazsa süreç niteliğini yitirip, doğrusal, tek yönlü bir iletişim akışı biçimine gelir (ŞEKİL—1). Öte yandan yansıma ögesinin katılışıyla, iletişim sadece eylem (action) değil, eylem ve tepki (reaction) biçimine dönüşür. Yalnız uyarımı (stimulus) değil, yanıtı (response) da içerir; Hem iletiyi, hem iletişim etkilerini kapsar.



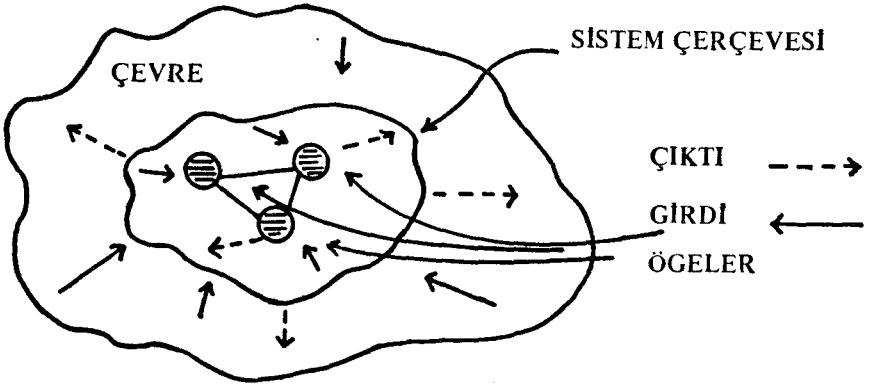
ŞEKİL – 2 Karşılıklı etkileşim olarak iletişim

Sonuç olarak iletişimi Şekil-2’de görüldüğü gibi, kaynaktan alıcıya olan karşılıklı ileti akışı biçiminde tanımlarsak, şunu belirtmeliyiz ki, iletişime katılan tüm kişiler iletilerini birlikte (simultaneous) gönderir ve alırlar. Her kesim aynı zamanda kaynak ve alıcı olarak rol değiştirir. Tüm kesimler sürekli bir biçimde birbirini etkiler.

İLETİŞİM SİSTEM İÇİNDE OLUŞAN BİR SÜREÇTİR.

İletişim biliminin bir başka temel kavramı da «sistem» dir. Gün-lük yaşamımızda da sık sık geçen bir sözcük olan «sistem» nedir? «Sistem yaklaşımının öğeleri nelerdir?» «Sistem kavramının iletişim süreciyle ilgisi nedir?» Bu sorulara verilecek yanıtlar sistem kuramının temel kavram ve ilkelerini tartışmamız için bir başlan-gıç olacaktır.

Bir tanımla başlayalım: Sistem, daha bir bütün oluşturmamış parçaların, belli bir etki ortaya çıkarmak amacıyla, belli biçimde, bir bütün oluşturmalarıdır. Daha özeldir, sistem, bir çerçeve (boundary) ile sınırlı, birbirleriyle karşılıklı etkileşim içinde olan ve sisteme gelen girdi (input) lerin akış, cins ve niceliğini düzenleyebilen bir bütündür. (ŞEKİL - 3)



ŞEKİL - 3

Bu tanımlamaya bir örnek verelim: «Bir müzik sistemi» denildiğinde, müzik oluşturmaya yarayan bir elektronik araçlar bütünü anımsarız. Bu araçlar bütünü bir sistem olarak düşünersek, pikap, radyo alıcısı ve hoparlörler bu sistemin parçalarını oluşturur. Bu öğelerden her birinin tüm sistemin işlevine yönelik belli bir görevi vardır. Başka deyişle, sistemin müzik oluşturabilmesine her bir öğe belli bir biçimde katkıda bulunur. Bir sistemin girdileri (inputs) iki türdür; a) sistemce değerlendirilen bilgi (signal inputs); b) sistemin işlevini sürdürebilmesi için gerekli güç (maintenance inputs). Birinci tür girdi, müzik sistemi örneğinde pikap üzerine koyduğumuz plâktır. İkinci tür sistem girdisi de örneğimizde elektrik gücüdür. Sistemin çıktısı (output) ise işittiğimiz müziktir. Müzik sistemi örneğinde her iki tür girdiyi ve çıktıyı biz dışarıdan düzenleriz. Örneğin, plâğı seçeriz; elektrik bağlantısını açıp kapatırız; müziğin sesini, tonunu vb., düzenleriz.

Şimdi örnek olarak verdiğimiz bu üç parçalı müzik sisteminin teyp ve daha başka teknik birimleri de içine alan daha kapsamlı bir müzik sisteminin bir parçası olduğunu varsayalım. Biz isteseydik bu ek parçaları da sistemimize katabilirdik. Ancak müzik sistemine bu parçaları katmadık ve sistemi yukarıda saydığımız üç parça olarak tanımladık. Başka deyişle, biz bu üç parça ile sistemi çevresinden ayıran çerçeveyi seçtik. **Bu sistemin çerçevesi (boundary), o sistemin içine neyin katılıp, neyin sistemin dışında bırakılacağını, belirlediğimiz araçtır.** Burada önemli olan, çerçevenin

gerçek dünyada doğal biçimde hazır olmayışıdır. Kısaca müzik sistemleri zorunlu olarak yalnız üç parçadan oluşmazlar. Bu çerçeveyi doğadan «keşfetmeyip», kendimiz yaratırız. Bu yaratmada ölçüt, amaca göre değişir. Müzik sistemi örneğinde çerçeveyi belirleyen ilke «ekonomi»dir: En basit sistem bu üç parçadan oluşur. Çerçeveyi yaratmada genel ölçüt belli bir olguyu araştırmak için en yararlı biçimde bir araç ortaya koymaktır.

Önceki sistem tanımını, müzik sistemi örneğini de göz önünde tutarak yinelersek şunu diyebiliriz: Bir müzik sistemi, birbirleriyle etkileşimde bulunan, sınırları bir çerçeve ile belirlenmiş, girdi ve çıktı akışını, hem nicelik, hem nitelik yönünden düzenleyebilen öğeler bütünüdür.

Bu aşamada, müzik sistemlerinden (elektro-mekânîk araçlardan) toplumsal sistemlere (insanlara) geçebiliriz. İki ya da daha fazla sayıdan kişiyi içeren her örgütlenme biçimi bir «insancıl iletişim» sistemi oluşturur. Aile, okul, dernek, işletme vb. gibi örgütler toplumsal iletişim sistemleridir. Bu nedenle, «toplumsal sistem» terimini, «çoklu insancıl iletişim sistemi» ile eşanlamda ele alıyoruz. Bu tür sistemlerde bireyler (ya da birey kümeleri) belli bir amaçla bir araya gelmişlerdir. Sistem kuramı deyişle, bu bireyler, belli bir çerçeveye sınırlı, girdi ve çıktıları düzenleyebilen bir «sistemin» öğeleridirler. Burada «çerçeveyi» belirleyen amaç ya da işlev, kanserle savaş için yardım toplamaktan, öğrencilere belli beceriler öğretebilmeye değin değişik biçimler olabilir. Örneğin bir sınıfı «öğrenci» ve «Öğretmen» öğelerinden oluşan, belli amaçlar için bu öğelerin birbirleriyle sürekli olarak etkileşimde bulunduğu bir sistem olarak düşünebiliriz. Burada belli bir «çerçeve» vardır: Yeryüzünde yalnızca belli bir gurup insan bu sistemin öğelerini oluşturur. Yine sistem, girdi ve çıktıları belli amaçlarla düzenler. Sistem girdileri, örneğin, kullanılan ders kitapları, dışarıdan çağırılan konuk konuşmacılardır. Sistemin çıktıları, öğrencilerin ortaya çıkardıkları ve ilettikleri bilgiler, dekanlığa iletilen öğrenci notları vb.dir. Bir sınıf, böylece saydığımız tüm öğeleriyle bir sistem oluşturur.

Buraya kadar sistem kuramının temel öğeleri ele alınmıştır. Şimdi, sistem kavramının iletişim süreciyle olan ilgisi incelenebilir. Sistem yaklaşımını anlayabilmek için, önce süreç kavramının sistemle olan yakın ilgisini vurgulamak gerekir. Belli bir işlevi olan

Her sistem bir süreç içindedir; başka bir deyişle sürekli bir değişim içindedir. Bir sistemin her ögesi, diğer bütün öğelerle, sistemin işlevini yerine getirme amacına yönelik bir etkileşim içindedir.

Sistem yaklaşımının anlamada önemli ikinci bir kavram, «**karşılıklı- bağımlılık**» (İnterdependence) dır. Bir sistemin etkin biçimde işlev yapabilmesi için öğelerin karşılıklı bağımlılık içinde bulunması gerekir. Bu karşılıklı bağımlılık ortadan kalkarsa sistem doğal olarak işlevsizleşir. Müzik sistemi örneğinde, parçaları birbirine bağlayan telleri kestiğimizde ortaya çıkan durum gibi. Bunun gibi, sınıf örneğinde de, öğeler arasında karşılıklı etkileşime izin verilmediği durumlarda sistem işlevini büyük ölçüde yetirir. Karşılıklı bağımlılık ilkesi sistem kuramının temel ilkesidir ve bu ilke şöylece özetlenebilir: «Bir bütün, o bütünü oluşturan parçaların toplamından daha büyüktür». Bir müzik sistemi, pikap, radyo, alıcı ve hoparlör ünitelerinin yalnızca bir araya toplanmasından daha fazla birşeyi içerir. Yine bir sınıf, bir grup öğrenci ve öğretmenler toplamından fazla bir bütünü içerir. Bu örneklerdeki «fazla» dan anlaşılması gereken şey, bütün öğeleri arasındaki karşılıklı bağımlılıktır. Parçalar arasındaki bu ilinti, «bütüne» ayrı bir kişilik, ayrı bir canlılık kazandırır. Öğelerin birbirleriyle ilişkide bulunmaya başlayıp, birbirine bağımlı duruma gelişiyle, parçalar toplamı yani bir bütünlük kazanır. İşte bu yeni «bütün» bir sistemdir.

Tüm bu açıklamalar ışığında, sistem yaklaşımının temel özelliklerini aşağıdaki biçimde özetleyebiliriz:

- 1) Temel ilke, sistemin öğelerinin karşılıklı bağımlılığıdır. Öğeler birbirini sürekli olarak etkiler ve düzenlerler.
- 2) Bir sistemi anlayıp açıklayabilmek için öğeleri tek tek soyutlanmış biçimde incelemek yerine, öğelerin karşılıklı ilişkilerini ve etkileşimlerini araştırmak gerekir. Bir başka deyişle, sistemi bir bütün olarak incelemek zorunluğu vardır.
- 3) Bir sistem, yapısı (öğelerinin birbirleriyle ne tür ilişkide olduğu) ve sistemin girdileri tarafından belirlenen bir işlevler bütünüdür.
- 4) Bir sistemin çerçevesi, araştırmacı tarafından «yaratılmıştır.» Araştırmacının tanımlama biçimi Sistem çerçevesini belirler. Bir kez çerçeve ortaya çıkınca, sistemin temel öğeleri buna göre belirlenebilir.

Bu bölüme başlarken yanatını aradığımız son soru şu idi: «Sistem kavramı iletişim süreciyle nasıl bir ilişki içindedir?» Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılacağı gibi «sistem» ve «iletişim» kavramları, birbirleriyle ilişki içinde olmanın ötesinde kesinlikle birbirinden ayrılmazlar. Gerçekten de, iletişim her toplumsal sistemin vazgeçilmez ögesidir. İletişim, bu sistemlerin öğeleri arasındaki ilişkileri (karşılıklı bağıntıları) kuran ve sürdüren bir araçtır. Günlük konuşmalarımızda «iletme» ilişki kurmak» sözcükleri de, bir toplumsal sistem içinde karşımızdaki kişilerle bir iletişim içinde olduğumuz gerçeğini belirtir. Sonuçta, iletişimsiz toplumsal sistemler varolmazlar, diyebiliriz.

Toplumsal sistemlerin iletişimle olana yakın ilişkisi, bu sistemlerin «yansıma» dediğimiz olguyu içermesi ile de kanıtlanmıştır. Sistemin öğeleri ilişki içindeyken birbirlerine iletiler gönderirler. Bir toplumsal sistemin öğeleri arasındaki karşılıklı ileti bağlantılarına «yansıma halkaları» (feedback loop) denir. Yansıma olgusu iletişim sisteminin işlevini sürdürebilmesinde sistemin öğeleri arasında ve sistemle çevresi arasındaki ilişkileri düzenleme yönünden çok önemli rol oynar.

Son olarak şu da belirtilebilirki, insan iletişimi toplumsal bir sistem içinde oluştuğuna göre, insan iletişimi olgularını çözmek için sistem yaklaşımını uygulamaktan daha doğal birşey olmaz. Örneğin, bizden, geçimsiz bir karı-kocaya, aile içi iletişim güçlüklerini çözmemiz için yardım istenebilir. Biz ancak sistem yaklaşımının yukarıda özetlediğimiz dört önemli ilkesini gözönünde tutarsak durumu ve sorunları çok daha iyi anlayıp değerlendirebiliriz. Ancak aileyi bir sistem olarak görüp, aile içindeki bütün kişilerin karşılıklı olarak birbirleriyle olan ilişkilerini saptayabilirsek, sorunun ya da suçun yalnız bir kişiyi değil, ailenin bütün üyelerini ilgilendirdiğini anlayabiliriz. Yine, böyle bir durumda, aile sisteminin çevresinden aldığı girdiler de incelenebilir, şöyleki: Yeterli gelir olmayışı, kötü bir kaynana, iş baskısı, vb. sorunlar. Çözümleme süreci içinde bütün bu noktaları gözönünde bulundurup, çözümü istenen sorunu tanımladıktan sonradır ki sistemin çerçevesi belirlenebilir. Örneğin, sistemi karı-koca ile sınırlamak, ya da bu çerçevenin yeterli olmadığı, kaynana, elti vb., öğelerin de çerçeveye eklenmesi gerektiği düşünülebilir. Bütün bu sınırlamalar belli bir sorunu tanımlama biçimine bağlıdır. Bu örnek çok basite in-

dirgenmiş olmakla beraber, insan iletişiminde sistem yaklaşımının önemini vurgular.

Özetle, iletişim olmadan hiçbir toplumsal sistem var olamaz. Sistem kuramı da bize, iletişim sürecini inceliyebileceğimiz pek yararlı bir dizi araç sağlar.

İLETİŞİM MODELLERİ

Hepimiz günlük yaşamımızda model kullanırız. Erkek çocukları oyuncak otomobille, kız çocuklar bebekle oynarlar. Uçak mühendisi, yeni bir kanat modeli oluşturur. Kent planlama uzmanı bir kent modeli geliştirir. Muhasebeci para akışı için bir model kurar. İş adamı örgüt içi otorite dağılımı için model çizer. Fizikçi olayların matematik modellerini ($E = mc^2$ gibi) yaratır. Psikanalist, düş dünyamızı kendince yorumlayıcı, açıklayıcı modeller kurabilir. İletişimbilimci de iletişim sürecini çözümlmek amacıyla model oluşturur.

Model nedir? En geniş anlamda, model, bir nesne ya da olgunun dizgeli (sistematik) bir simgelenmesidir (representation). Doğal bilimlerde genellikle elle tutulup gözle görülür bir olgunun yine somut bir modeli oluşturulur. Örneğin, bir molekülün yapısal modelinde, insan böbreğinin işlevsel modelinde olduğu gibi. Toplum bilimlerinde (örneğin iletişimbilim), durum doğal bilimlerdekinden farklıdır. İletişimbilimde ilgilenilen konular, elle tutulup gözle görülür nesnelere değildir. Tersine, iletişim bilimin amacı, insanların iletişimle ilgili tüm davranışlarına kesin ve yararlı biçimde, neyin temel oluşturduğunu açıklayabilecek bir model oluşturmaktadır. (Bunun dışında iletişimbilimci iletişimin bir alt sistemi için de kitle iletişimi ya da reklâmcılık gibi modeller oluşturabilir). Model oluşturma ve çözümlemede bize iki önemli ilke yol gösterir: 1) Düzgünlük (accuracy); bir modelin simgelemeyi amaçladığı gerçek dünyadaki olguyu düzgün biçimde simgeleyebilme derecesidir. 2) Yararlılık (utility); bir modelin yararlı ya da elverişli olma derecesidir. Genellikle bir model düzgün ve yararlı olduğu ölçüde «daha iyidir» diyoruz.

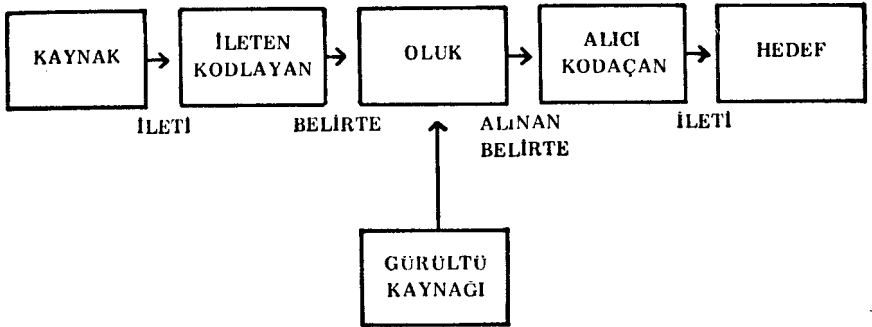
«Bir model nedir?» sorusunu yanıtladıktan sonra şimdi de, «niçin model kullanıyoruz?» sorusuna geçelim. İlk olarak, modeller, bizim karmaşık olayların yapılarını açıklığa kavuşturmamıza,

örneğin bir iletişim sürecinin öğeleri arasındaki ilişkinin belirlenmesine, yararlar. Bir iletişim bilimcinin de belirttiği gibi: «Bir modelin amacı, gerçek bir olgunun karmaşıklığını görmezlikten gelmek ya da bir iletişim ögesini «kaynak» diye adlandırdığımızda, o ögenin aynı zamanda «alıcı» rolüne de girdiğini ve sürekli biçimde değişik roller aldığı anımsamamız gerekir. Kısacası model kurarken aşırı basitleştirme yanlısından kaçınmak gerekir. Yoksa, karmaşıklığı açıklığa kavuşturma yerine basitleştirme yanlısına düşünölmüş olunur.

Burada dört temel iletişim modeline değinmeyi yararlı bulmaktayız. Bunlar sırasıyla, **Shanon ve Weaver Modeli**; **Değıştirilmiş Bilgi (Enformasyon) Kuramı Modeli**; **Berlo Modeli**; **Westley ve Maclean Modelidir**.

Shannon ve Weaver Modeli

Claude Shanon ve Warrer Weaver, Bell Telefon Şirketi Laboratuvarlarında görevli oldukları sırada bir iletişim modeli geliştirmişlerdir. 1949 yılında yayımlanan bu model ileti gönderimiyle, başka deyişle, bir iletinin kaynak tarafından hedef-alıcıya iletiminde ortaya çıkan sorunlarla ilgilidir. Bu model (ŞEKİL—4) bilgi (enformasyon) iletimi için gerekli olan beş öğeden oluşur:



ŞEKİL – 4 Shanon ve Weaver Modeli

- 1) **Kaynak** iletiyi bir ileti olasılıkları alanından seçer.
- 2) Bu ileti bir **iletin** (transmitter) içine verilir.

- 3) İleten bu iletiyi bir belirteç (signal) biçiminde kodlayarak, bir **(oluk)** aracılığıyla,
- 4) Bir **alıcıya** yollar.
- 5) Alıcı kesime iletilen bu belirteç, orada bir **hedef** için başlangıçtaki biçimine çevrilir. (decoding).

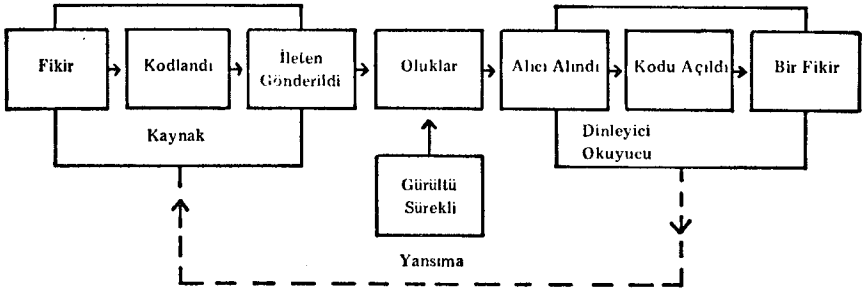
Bu modelde «ileti» kavramı, ileten içine gönderilmiş herhangi bir girdi olarak tanımlanmaktadır. «Gürültü» (noise), iletinin düzenine karışıp onu herhangi bir biçimde bozan, istenmiyen belirteçlerdir. Telefon konuşması örneğinde görebileceğimiz gibi: Önce bir kişinin sesi kodlanarak bir elektrik gücü biçimine gelir. Daha sonra bu güç bir oluk (telefon telleri) aracılığıyla bir alıcıya iletilir. Dinleyici için bu belirteç yeniden duyulabilir bir ses biçimine çevrilir (encoding).

Bu model bilgi (enformasyon) iletiminde düzgünlük ve doğruluk üzerine yoğunlaşarak iletişimin birçok yönünü açıklığa kavuşturur. Düzgün (accurate) iletişimin önemli engellerinden birisi de «gürültü»dür. İletiler bu nedenle hedefe ulaşmadan önce bozulup değişikliğe uğrayabilir. Örneğin, «gürültü» dediğimiz olgu, telefonla iletişimde, kusurlu bir tel, bozuk bir telefon alıcısı ya da aynı olukta oluğa başka iletilerin karışması durumlarında ortaya çıkar. Yüzyüze iletişimde «gürültü» olgusu alıcı kişinin kafasının iletiyi aldığı sırada başka bir şeyle uğraşması biçiminde ortaya çıkar. Bu durumda sonuç, kodlanmış bir iletinin kodu açılmış bir iletiden değişik olmasıdır.

Shannon ve Weaver Modeli uzun süre iletişimbilimde araştırmalara ve daha geliştirilmiş modellere öncülük etmek açısından çok yararlı olmuştur. Öte yandan, büyük katkılarına karşın bu model iletişimi, durağan (static), tek yönlü bir olgu olarak ele almış, yansımaya ise hiç yer vermemiştir.

Değiştirilmiş Bilgi Kuramı Modeli :

Bu guruba bir çok model girer. ŞEKİL—5'de bunlardan yalnızca birisi gösteriliyor. Bu model, bilgi kuramının, insan iletişimini iletişimini vurgulamak amacıyla değiştirilmiş bir biçimdir.



ŞEKİL - 5 Değiştirilmiş bilgi kuramı modeli

Kaynak, bir iletiyi gönderen kesimdir. Tek kişi, bir küme ya da bir kurum olabilir. Bu modelde kaynağın zihninde bir düşüncenin var olduğunu varsayıyoruz. Bu düşünce bir iç dürtü, ya da dışarıdan gelen bir uyarıya gösterilen bir tepkiden kaynaklanabilir. Genellikle bir düşünce başkasından gelen bir iletişime yanıttır. Düşüncenin gönderime hazır bir ileti olması için kodlanması gerekir.

İleten (transmitter), iletiyi fiziksel belirteç ve ses titreşimleri biçiminde bir oluğa sokar. Oluk, iletinin gönderildiği araç ya da ortamdır. «Dikkat dağıtıcı uyarın» olarak tanımlanan «gürültü», oluk içinde vardır ve alıcı tarafından algılanabilir. Alıcı, oluk içindeki uyarıyı algılayıp onu kodaçıcıya (decoder) iletir. Çoğu kez alıcı, uyarıyı süzgeçten geçirerek yalnız belli uyarıyı seçer. Örneğin bir sokak köşesinde karşılaşan iki kişinin durumunu düşünelim. Burada, iletişim sırasında, uyarılar «seçici algı» (selective perception) dediğimiz olgu aracılığıyla süzülür (filtering). Ancak bu olgu aracılığıyla ki karşılıklı etkileşim bir kargaşa durumundan kurtulur ve düzenli iletişim biçimine girer.

Kodaçan (decoder), alıcı tarafından algılanan uyarıyı, alıcı için «anamlı» bir biçimde sokar. Alıcıda düşünce, bu kodaçma olayının sonucunda ortaya çıkar. Bu düşünce ileti adını verdiğimiz uyarının kodlanması sonucunda ortaya çıkan anlamdan daha değişik bir anlam taşır. Şöyle ki, alıcı kişi, bu iletiye önceki yaşam deneyimlerinin ve birikimlerinin etkisiyle yeni anlamlar ekler. Eğer dinleyici kesim tarafından kodaçması yapılan düşünce, kaynak tarafından kodlanması yapılanla özdeşse tam bir iletişim olurdu. Ancak böyle bir durum gerçekte hemen hiç olmaz. En iyi koşul-

larda, kaynak ve dinleyicinin düşünceleri birbirine oldukça yaklaşıyor. Bu düşüncelerin çok az benzerlik taşıdığı durumlarda iletişim sürecinin sık sık «aksadığını» (communication breakdown) görebiliriz. Bu modelde «yansıma», dinleyicinin, kaynağın gönderdiği iletinin kodu açılmış biçimine vermiş olduğu yanıttır. Bu yanıt kaynağa iletişimin etkinlik derecesi konusunda bilgi verir. Yansımanın böylece, iletişimi değiştirici ve geliştirici (düzeltici) bir niteliği vardır.

Bu model insan iletişim olaylarının pek çoğunu oldukça yararlı biçimde simgeler, örneğin iki kişinin karşılıklı konuşması durumunda, konuşan, bir düşünseyi ortaya çıkarma, kodlama ve iletim görevlerini yerine getirir. Benzer biçimde, dinleyen kesim, iletiyi alan alıcı, kod açma ve aldığı düşünceyi türlü biçimlerde türetme işlevlerini görür. Bütün bunları «yansıma» izler: Bu demektir ki, Dinleyen kişi, bu kez kaynak işlevini üstlenir ve aynı süreç yeniden başlar. Bu model ayrıca, kitle iletişimi gibi daha karmaşık iletişim sistemlerini simgelemede kullanılabilir.

Bu yararlarına karşın, modelimizin önemli yetersizlikleri de vardır. Örneğin, model dokunma ve tatma yoluyla gönderilen iletileri içine almaz. Ayrıca, kaynakla, kaynağın gönderdiği ileti arasında bir yansıma halkası modelde gösterilmez. Gerçekte, çoğu kez bir sözcüğü yanlış söylediğimizde bu yanlış dışarıdan herhangi bir karışma olmadan, kendimiz anlayıp düzelteriz. Buna neden, kaynakla ileti arasında bir yansımanın var oluşudur. Bu modelin bir başka yetersizliğide, iletişimi yalnızca bir tür eylem-tepki (action-reaction) olarak anlamasıdır. Bir iletişimbilimcinin belirttiği gibi: «iletimden söz ettiğimiz zaman John'nun bir eylemde bulunup, Mary'nin John'un eylemine bir tepkide bulunmasını ve sonra da John'un Mary'nin bu tepki eylemine bir eylemle yanıtta bulunması biçiminde basit, peşpeşe gelen ayrı ayrı eylemler dizisinden söz etmiyoruz. Önce John Mary'ye bir iletişimde bulunup sonra da Mary John ile iletişimde bulunmaz. Mary ve John karşılıklı iletişim süreci içindedirler. Burada anlaşılması gereken önemli nokta şudur ki, konuşan ve dinleyen kişiler arasında sözlü ya da sözsüz ileteler **eşanlı** ve **sürekli** biçimde bir akış durumundadır. İletişim, katılan kişiler arasında daha konuşma başlamadan önce, ve konuşmanın bitiminden sonra da vardır. Bir başkasının yanımızda var oluşu ile iletişim başlar. Bu, «iletim bir süreçtir» dediğimizde an-

latmak istediğimiz şeydir. İletişim öğeleri sürekli olarak ve eşanlı biçimde iletişim içindedirler.

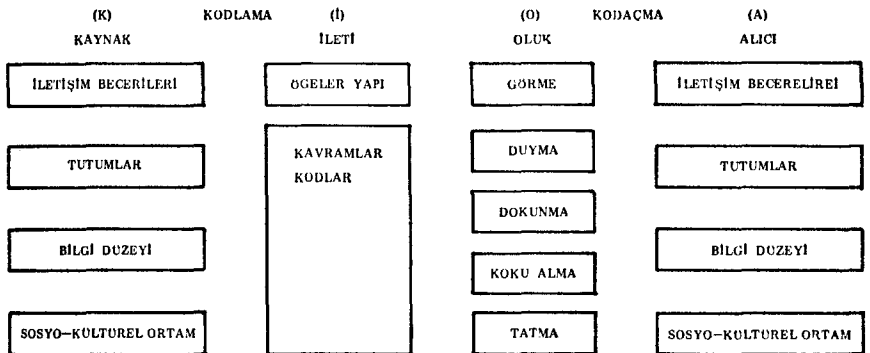
Özetle, bu model tüm kısıtlamalarına karşın, yine de Shannon-Weaver modelinden daha yararlı ve kesindir.

Berlo Modeli

Bu model iletişimbilimci David Berlo'nun «bir iletişim olayındaki temel öğeler» kavramına dayanır. Bu öğeler: Kaynak, ileti, kanal ve alıcıdır. (ŞEKİL—6'ya bakınız).

Şekilden de anlaşılacağı üzere, bu model öğelerin birbirleriyle karşılıklı ilişkileri üzerinde durmadığı için sürece yönelik değildir. Yansıma modelde hiç belirtilmez. Model yalnızca iletişim süreci için gerekli temel öğeleri belirgin biçimde ortaya koyar.

Berlo'ya göre kaynağın iletişim süreci içindeki davranışını belirleyen bir kaç önemli etmen vardır. Bu etmenlerin başında kaynağın iletişim becerileri (düşünme, konuşma, yazma, çizme vb. gibi) gelir. Bir başka etmen de kaynağın hem iletişimde bulunduğu kişi, ya da kişilere karşı hem de kendi içinde yaşadığı sosyo-kültürel çevreye karşı tutum ve davranışlarıdır. Bunlar örneğin, kaynağın iletişimde bulunduğu kişi ya da kişileri tanınması, içinde bulunduğu kültürel değerleri saptaması, iletişimin yapıldığı özel durumu iyi değerlendirebilmesi (kişinin eğitim durumu, Sosyo-ekonomik durumu, geçmişteki deneyimleri vb.) gibi etmenlerdir.



ŞEKİL—6 Berlo ya da (K I O A) Modeli

İleti, kaynak tarafından gönderilen uyarımlarla ilgilidir. Bir dil kodu genellikle doğal dillerden (İngilizce, Fransızca, Türkçe gibi) seçilir. Bunun yanı sıra, el-kol hareketleri, müzik, sanat gibi başka «diller» kullanmanız gerekebilir. Tüm bu durumlarda kaynak olarak özen göstermemiz gereken nokta, bu «dillerin», dinleyicilerin iletimizi anlayabilmelerini kolaylaştırıcı biçimde olup olmadığıdır.

İleti konusunda özen gösterilmesi gereken şey, iletenin içeriğini belli bir dinleyici kümesinin ve kullandığımız oluğu özelliklerini gözönünde bulundurarak seçip düzenlememizdir.

Oluk, bu modelde beş duyumuz olarak düşünülebilir. Ya da bir iletiyi gönderdiğimiz bir araçtır. Örneğin, bir telgraf teli, bir gazete sütunu, bir TV istasyonu gibi. Oluğun türü ve sayısı büyük ölçüde iletişim yapanların amaçlarına göre saptanır. Genelde diyebiliriz ki, iletişim etkinliği kullanılan oluk sayısının büyüklüğü ile doğru orantılıdır.

Kaynağın karşısında bulunan kişi ya da kişiler olan **alıcı**, iletişim zincirinin bu modelde belirtilen son halkasıdır. Kaynağın iletişim süreci içindeki davranışını belirleyen yukarıda saydığımız etmenler alıcı kesim için de geçerlidir. Alıcının iletişim becerileri o kişinin duyularını iyi ve etkin bir biçimde kullanabilme derecesidir. Alıcının sosyo-kültürel ortamı da, bir çok yönlerden kaynağınkinden değişik olmasına karşın, yine de benzer öğelerden oluşur. Bu ve benzeri etmenlerden herbiri alıcının iletiyi algılama biçimini etkiler.

Bu model araştırma yapmayı özendirme yönünden çok önemlidir. Temel ve yan öğelerin birbirlerini ne biçimde etkilediğinin araştırılmasından iletişim konusunda pekçok yeni düşünceler ortaya çıkmıştır. Örneğin, bu model, karşımızdaki kişinin, bizim iletişimimizi kabullenip, bu iletişim sonucu ne gibi davranış değişmelerine uğradığının araştırılmasına yol açabilir. Yine örneğin, kaynak olarak bizim geçmiş deneyimlerimizin, toplumsal statümüzün, alıcı kesimin iletime gösterdiği tepki üzerine ne tür etkileri olduğu araştırılabilir.

Bu modelin de önemli yetersizlikleri vardır. Etkileşim devingen değil durağan bir nitelik taşır. Ayrıca, yansıma ögesi gerekli ölçüde önemsenmeyip, iletişim şekilde de görülebileceği gibi tek

yönlü bir ileti akışı olarak gösterilir. Bu sınırlamalarıyla da olsa, model insan iletişimi öğelerini açıklığa kavuşturma açısından oldukça yararlıdır.

Westley ve Maclean Modeli

1957'de Westley ve Maclean adlı iki iletişimbilimci, en yalın yüz yüze konuşmadan en karmaşık toplumsal örgütlere ve kitle iletişimine değin her türlü iletişimi simgeliyebilecek bir model geliştirdiler. Bu modelin temel öğeleri objeler (X'ler) ve kişilerdir (A'lar, B'ler.). Bu iletişimbilimcilere göre iletişim, konuşmaya başlamadan-kaynağın bir iletiyi kodlamasından-çok daha önce başlar. İletişim yakın çevremizdeki uyarıcılara bizim «seçici» bir biçimde yanıt vermemizle «başlar». Örneğın iki kişi parkta yürürken, birisi ilgisini çevrenin güzelliğı üzerine yoğunlaştırırken, diğeri de parktaki güzel kızları saymakta olabilir. ŞEKİL—7'de gösterilen bu modele göre her ilişkide bulunan (B) kendi duyarlık alanına (sensory field), X 1, X 2.. X, bu alandaki belli objeleri (X 1, X 2, X 3) soyutlamakla yanıt verir. Örneğimizde kişilerden birisi çiçekleri ağaçları vb. soyutlarken, öteki belli güzellikteki kızları soyutlar. ŞEKİL — 8'de bu nesnelere yorumlanıp, iletişim yapan tarafından (A) kodlanması gösterilmektedir. Yine aynı şekilde, nesnelere yorumlayan (A)'nın, iletisini (X 1) bir başka kişiye (B) göndermesi görülebilir. Kişi (B)'nin kendi duyarlık alanında aynı nesnelere var olsa bile kişi (A) ya yine de bir yansıma gönderir.

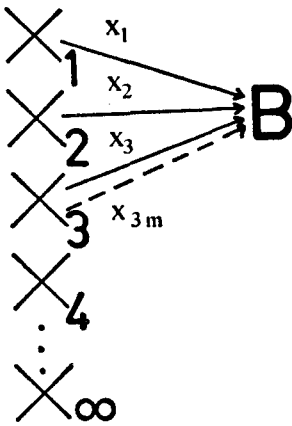
Bu model, önceki modellerde olmayan bazı öğelere yer verir. Önce «duyarlık alanı» (Sensory field) kavramı bu modelde yer alır. Duyarlık alanı, iletişimde bulunanların «yönelindikleri nesnelere» içinden seçtikleri uyarıcılar alanıdır. İkincisi, önceki modellerden değişik olarak, bu modelde yansıma, iletişim sisteminin doğası

içindedir. Model, iki türlü yansımayı içermektedir: **Kasıtlı** (deliberate) ve **kasıtsız** (unintentional) yansıma. Model ayrıca, kasıtsız yansımanın iletişim durumlarında her zaman var olduğunu vurgular. Bu modele özgü üçüncü bir öğe de, ŞEKİL—9'da gösterilen (C) lerin varlığıdır. Modelde (C) rolünü üstlenen kişi (B) ile çevresi arasında yer alan bir «aracıdır». Cumhurbaşkanı için Beyaz Saray'da günlük haberleri toplayıp özetleyen kişi, ya da kişiler, bu (C) öğesinin örneğidir. Bu öğenin işlevi bir eylemi sürdürüp onun

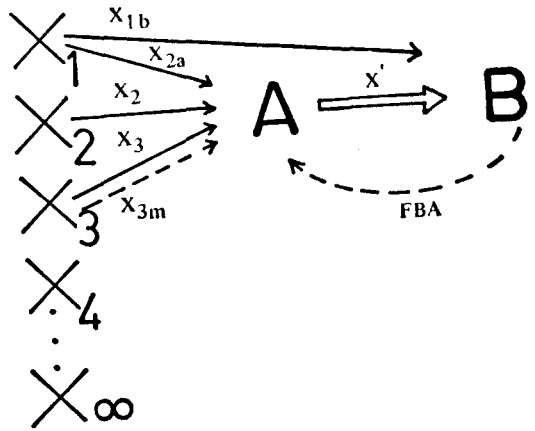
çevresini genişletmektedir. (C) ögesine bir başka örnek te, bize en son dedikoduları ileten «komşular»dır.

Komşu örneği üzerinde biraz daha durulabilir, şöyleki: ŞEKİL—8’de görüldüğü gibi komşumuz (C), bize (B), (A) konusunda birtakım bilgiyi, (A) ortada yokken vermişse, modelimiz bu durumda, bütün iletişim kesimlerinin hepsinin bir arada bulunmadığı iletişim biçimini simgeler. Kısacası, bu durumda modelimiz aynı zamanda **kitle iletişimini** de simgeler. Bir gazete örneğini ele alalım. ŞEKİL—10’daki (A) nın bir gazete bildirmeni (muhabir) olduğunu varsayalım. Bu bildirmen bir yangın olayı üzerine duyarlık alanından bir kesim bilgiyi seçici biçimde algılar. Yaptığı yorumdan sonra, algıladığı bilgileri bir ileti (X 1) biçiminde kodlar. Bu ileti yayıncıya (C) gider. Yayıncı (editör) bu iletiyi, kendi duyarlık alanındaki yangınla ilgili bilgilerle belli ölçüde değiştirir (X 11). Gazete okuyucusu (B) böylece, yangınla ilgili doğrudan hiçbir duyarlık alanı olmayıp, bildirmen, yayıncı ya da yangını görmüş herhangi birisi ile karşılaşmasa bile, yangın konusunda bilgi edinmiş olur.

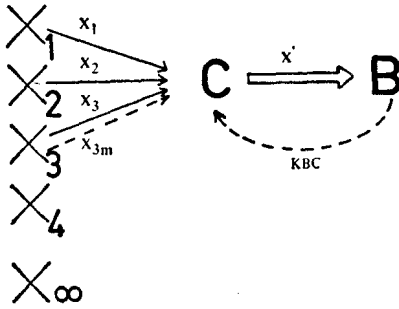
İşte kitle iletişimi bu son örnekteki biçimde olur: Çok sayıda (C) ler, (gazete, radyo TV), iletileri çok sayıda (A) lardan (bildirmen, yayıncı, TV haber yorumcusu) alıp, çok sayıda (B) lere (halk) gönderirler.



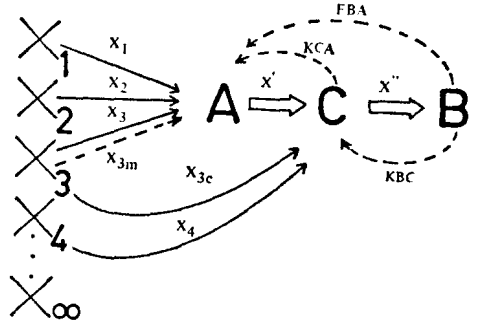
ŞEKİL - 7



ŞEKİL - 8



ŞEKİL - 9



ŞEKİL - 10

Son olarak, bu modeldeki iletişim kesimlerinin (A,B,C) yalnızca kişiler olmadığını vurgulamamız yerinde olur. A,B,C,'ler bir örgütten ötekine, bir kitle iletişim kurumundan bir guruba, ya da bir kültürden ötekine bilgi akışını simgeleyebilir.

Bu model, bütün iletişim eylemlerini simgeleyebilmesi ötesinde, iki yönden kitle iletişimini yüzyüze iletişimden ayırır. Önce kitle iletişimi, yüzyüze iletişimden çok daha az sayıda ileti oluşunu (duyular) içerir. Örneğin, radyo yalnızca işitme, televizyon işitme ve görme duyu organlarını ilgilendirir. Yüzyüze iletişimi çoğu kez bir kaç duyu organını birden içermektedir. İkinci olarak, kitle iletişiminde yüzyüze iletişimden değişik olarak yalnız dolaylı ve gecikmeli yansıma vardır. Yüzyüze iletişimde yansıma anında ve doğrudan doğrudur.

Bu modelin en önemli özelliği genel oluşudur. Aynı temel çizge (diyağram) üzerinde kişilerarası iletişimden kitle iletişimine değin, her tür iletişim olayı simgeleştirilebilir. Bu model aynı zamanda yansıma olgusunun gerçek doğasını açıklığa kavuşturur. Böyle yararlarına karşın, bu modeli yazılı olarak anlatmak son derece güçtür. Ayrıca, model, iletişimi sürecini tüm olarak simgeleyebilmekten uzaktır. İletişimin belli bir başlangıç ve sonu olduğu vurgulanır. Örneğin, (A) ögesi hiçbir yere yanıt göndermez. A'nın iletişim sürecini «başlattığı» varsayılar.

Sonuç : Özetle, bu çalışmada belli başlı iletişim kavramları ve modelleri incelenmiştir. Söz konusu modelin her biri, iletişim sürecine değişik bir bakış açısı getirir. Hiç bir model ya da yakla-

şım iletişimi tümüyle gerçekten simgeliyemez. İletişim modellerinin iletişim bilimcilerin amaçlarına yardımcı araçlar olduğu ve bu nedenle, zorunlu olarak seçimli nitelik taşıdıkları, model kurarken anımsamak gereken önemli noktalaradır.

Buradaki amaç, ileride karşılaşılabilecek karmaşık iletişim sorunlarını çözümlenmede temel olacak konulara bir genel bakıştır. «Sistem» ve «süreç» kavramları; iletişimle bu kavramların ilgisi; temel iletişim tanımları ve iletişim sürecinin bir model kullanıp, bu modelin öğeleri arasındaki karşılıklı ilişkileri tartışarak kavramlaştırılması bu çalışmanın iletmeyi amaçladığı temel bilgilerdir.