

## **İLETİŞİM SÜRECİ VE TEMEL ÖGELER**

**Nükhet GÜZ**

İletişimi tanımlamaya çalışan kuramcılar, yaptıkları incelemeler sonucunda yüzü aşkın tanımlama yapıldığını görmüşlerdir. Tanımlamalardan süzülen bilgilerden elde edilen sonuç göstermektedir ki, iletişim bir süreçtir. Bu sürecin temel eksenlerini ve öğelerini de; kaynak (gönderici), ileti, alıcı ya da hedef biçiminde tanımlamışlardır. Bu üç ana eksen üzerinde iletişimin geçişini sağlayan kanallar, içinde bulunulan evren bir başka deyişle çevre, iletişim sürecini tamamlayan diğer öğelerdir.

Toplumsal açıdan iletişimi irdeleyen ünlü kitle iletişim kuramcılarında Laswell, iletişim sürecinin işlevini; çevreyi denetleyerek, toplumun değerlerini sınamak, bireyler arasında etkileşimi sağlamak ve toplumsal geleneklerin sürdürülmesine olanak sağlamak biçiminde tanımlanmıştır. Görüldüğü gibi iletişim öylesine bir süreç ki, bütünüyle insan yaşamını kapsayan ve bir anlamda insana yaşamsal kaynaklık etmekte. İletişimin günümüzde önem kazanmasının ve bugün için sıkça yinelenen bir sözcük olmasının tilsimi, iletişimin taşıdığı yapısal özelliklerden kaynaklanmaktadır.

her biri hem bir süreç gibi işler, hem de genel iletişim sürecinin bir aşamasını oluşturur.<sup>3</sup>

İletişimin gerçekleştirildiği araç, bilgilerin zaman ve mekan boyutunda iletilmesini sağlar. Araç, basit (hava gibi) ya da teknolojik bakımdan çok gelişmiş durumdaki bir aygıt (kitle iletişim araçları gibi) olabilir; ancak her iki durumda da işlevi aynıdır: Bir mesaj ileticisi bir iletiyi biçimlendirir; ve bunu bir araç yoluyla iletir ya da kaydeder; ve karşısındaki ya da bir başka yerdeki alıcı(lar), aynı anda ya da daha sonraki bir zaman diliminde, iletiyi yorumlayacak biçimde bir anlam oluşturur(lar). Araya bir teknik cihazın girmesiyle gerçekleştirilen araçlı/aracılı iletişim, tıpkı yüzyüze iletişimde olduğu gibi, aynı tür sözel ya da yazılı dili paylaşan verici ve alıcılar arasındaki karşılıklı ve etkileşimli bir süreçtir. İster yalın-yüzyüze iletişimle, ister teknolojik aygıtlar aracılığıyla olsun, her iki durumda da ortak bir dilin kullanımıyla yürütülen bir iletişim söz konusudur. Çünkü araçlı iletişimde de, gönderici ve alıcı arasında, sözel, göstergeli ya da "görüntü göstergelere dayanan bir dil kullanılmaktadır. Göstergelere dayanan bir dil aracılığıyla gerçekleştirilen iletişimde, anlam da aşağıdaki aşamalardan meydana gelen bir süreçte oluşur:

**Beynin sinirsel etkinliği:** Beynin, insan iletişiminde çok önemli bir organ olması iki nedene bağlanabilir: Birincisi, beynin, konuşma ve işitme duyularını yöneten süreçleri kontrol etmesidir. İkincisi ise, beynin, anlamları depolayan insan belleğinin merkezi sayılmasıdır.

**Öğrenmeye, algılamaya ve anlamın tanınmasına (anlaşılmasına) ilişkin psikolojik etkinlikler:** Gerek gönderici, gerekse alıcı, sözcükleri öğrenme, algılama, tanıma; ve kendi bilinç alanında anlamlandırma durumundadır. İletişim büyük ölçüde bu öznel etkinliğe bağımlı bir süreçtir.

<sup>3</sup> Merih ZILLIOĞLU, A.g.e., ss. 92-96.

Aynı anlamları ve kuralları paylaşmayı sağlayan kültürel süreçler ve etkinlikler: İletişim bireysel olmaktan daha çok, toplumsal bir eylem biçimi ve süreçtir. İletişim, dilin toplumda paylaşılan kurallarının kullanımına; ve sözcükler ve anlamların alışılmış/paylaşılmış bir biçimde bağıntılandırılmasına dayanır, ve belirli bir kültürün önemli parçalarını oluştururlar.

Kimin, nasıl, ne zaman ve hangi konuda iletişim kuracağına ilişkin toplumsal etkinlikler: İnsan iletişimi, bir kurallar, işlevler, roller, hiyerarşiler ve toplumsal denetimler sisteminde yer alan kalıplaşmış/örüntüleşmiş toplumsal bir etkileşimdir. Bu toplumsal etkileşimin içinde yer alan önceden sıraladığımız bütünlüleyiciler kimin kiminle hangi koşullarda ve ne hakkında konuşabileceği/iletişim kurabileceği konusunda önemli sınırlamalar getirirler.

İletişim en temel ve yalın biçimiyle, bir kişinin (göndericinin/vericinin), anlamı üzerinde toplumsal olarak anlaşmaya varılmış bir dil göstergesinden (sözcük, davranış, nesne, vb.) yararlanarak, bir başka kişide belirli bir anlam dizisi yaratmaya karar verdiği zaman gerçekleşmektedir. Gönderici, göstergelerden oluşturduğu iletinin içeriğine birtakım anlamlar yükleyerek, bunu aktarır. Alıcı ise, bu iletinin, kendi anlam yüklemesini oluşturarak yorumlar ve sonuca varır. Eğer kastedilen anlamla algılanan anlam aynı (ya da benzer) ise, iletişimin doğru ve sağlıklı gerçekleştiği söylenebilir; tersi durumda ise, iletinin eksik, çarpıtılmış ya da yanlış olduğundan söz edilir. Bu durum, özellikle, geribildirim olanakları çok sınırlı bulunan kitlesel iletişim sürecinde önem taşımaktadır. Özetle, iletişimin gerçekleşme süreci, iletişimin taraflarının sahip olduğu içsel ya da öznel anlam sistemlerine bağlı bulunmaktadır. Gönderilen iletiyle algılanan iletinin tam olarak kesiştiği durumlar iki nedenden ötürü çok ender gerçekleşir: İnsanların bellek sistemlerinin anlam depolama biçimlerinin birbirinden ayrı olması; iletişim süreci sırasında,

göstergelere anlam yükleme biçimlerinin ayrı, değişik bulunması. İlgili anlamların bulunup çıkarılabileceği yeterli bir bellek gücü olmaksızın, iletişimcinin, herhangi bir iletişim biçimini başlatma ve iletileri algılayarak onları yorumlama yeteneğinden yoksun bulunması; ve her iki tarafın paylaştığı ortak anlamları ve bunların temsil ettiği yorumları kapsayan benzer bir kültür çerçevesinin yokluğu durumunda, ortak bir anlayışın olanak dışı olması akla şöyle bir soruyu getirir: "İnsanlar iletişimde bulunmak için gerekli olan anlamları ve kuralları nasıl anımsıyorlar?"

## II. İletişim sürecinin temel öğeleri

İletişim konusuna dilbilimciler, göstergebilimciler, psikologlar, düşünürler, sosyal psikologlar, toplumbilimciler, antropologlar, teknologlar değişik açılardan yaklaşmış, değişik yönlerini vurgularlar. Dilbilimde ve göstergebilimde iletiler ve kodlar, felsefede ve psikolojide bilinç ve öğrenme, sosyal psikolojide grup etkileşimi, toplumbilimde toplumsal işlevler ve etkiler, antropolojide insanın ve kültürün evrimiyle ilişkisi, reklamcılıkta amaçlar ve etkiler, bilişimle bilgilerin stoklanması ve kullanımı sorunları bu değişik yaklaşımlara örnek verilebilir.

Genelde iletişim kuramı, iletişim sürecinin bu süreçte yer alan öğelerine ayrılabilceği, bu öğelerin ve bunlar arasındaki ilişkilerin incelenerek, işleyiş düzeninin kavranabileceği öncülüne dayanır.

### Kaynak ve hedef

İnsanlar arasında yüzyüze ya da aracılı her iletişim durumunda iletileri oluşturup aktaran bir verici taraf ve oluşturulup aktarılan iletileri alan bir alıcı taraf vardır; birincisine kaynak ikincisine hedef ya da alıcı denir.

Dilimizdeki kaynaklarda hedef ve alıcı kavramları genelde birbirinin yerine kullanılır.

Kaynak, algılama, seçme, düşünme, yorumlama süreçlerinde ürettiği anlamlı iletileri göstergeler aracılığıyla gönderen kişi ya da kişilerdir. Hedef/alıcı, kaynaktan gelen iletileri belli biyolojik ve psiko-sosyal süreçlerden alıp yorumlayan ve bunlara sözlü, sözsüz tepkide bulunan kişi ya da gruplardır. Özetle, kaynak konuşan, yazan, çizen ya da yüz ve beden hareketlerinde bulunan bir birey ya da gazete, radyo, televizyon bir resmi kuruluş vb. örgütler; hedef/alıcı ise dinleyen, okuyan, bakan, izleyen kişi ya da gruplar olabilir.

İnsan canlı bir organizma olarak biyolojik bir varlıktır. Biyolojik varlığının toplumsal çevre ile etkileşiminden doğan psikolojik bir varlık alanına sahiptir. Bu biyo-psikolojik varlık yaşamını değişik gruplar içinde birçok ilişkiyle sürdürdüğünden psiko-sosyal bir varlık olarak davranır. Ayrıca, içinde yaşadığı toplumun kültürüne göre biçimlendiğinden sosyo-kültürel bir kimliği ve bakış açısı vardır. Bu nedenle, iletişimde kaynak ve hedeften söz ederken, her iki tarafta yer alanların gereksinimlerinin, isteklerinin, algılarının, tutumlarının, inanç ve değerlerinin sahip oldukları birikim, yaşantı ve ilişkilerin, toplumsal rol ve statülerinin iletişimi kurmada, anlamları oluşturmada ve tepki geliştirmede belirleyici işlev taşıdığını göz önüne almak zorundayız. Özetlemek gerekirse, biyolojik, psikolojik, sosyal-psikolojik ve kültürel etkenler iletişimde kaynak, hedef ve ileti arasındaki ilişkileri belirlerler.

## **İleti**

İletişimle, çok amaçlı görünse de, temelinde kendimiz ve çevremiz üzerinde etkili olma amacı yatar. İletişimin bu amaçlara ulaşmada etkili olabilmesi, iletilerin üretilişindeki, aktarılışındaki ve alınışındaki başarı düzeyine

bağlıdır. İleti nedir? İleti, bir şeyi aktarmayı, iletmeyi isteyen kaynağın ürettiği sözel/görsel/görsel-işitsel nitelikli, fiziksel bir üründür.

İçerik ve yapı iletinin iki önemli ögesidir. İçerik anlamla, yapı, göstergeler ve kodlarla ilgilidir.

## **Anlam**

Anlam iletişimin anahtarı, iletişim sürecinin odak noktasıdır. Kişiler arasındaki iletişimde sorunlar önce anlam yükleme uzlaşmazlığından kaynaklanır: Biz anlatmak istediğimizi biliriz, karşı taraf anlamak istediğini duyar.

Her iletinin ileten için bir anlamı vardır. Yaşamın anlamını kavramak, dünyayı anlamlı kılmak isteriz. Gözlemlemeyi bilirsek her insan davranışının da bir anlamı olduğunu görürüz.

## **İletişim araçları/kanalları**

İleti taşıyan sinyaller kaynaktan/gönderenden hedef-kişi ya da kitleye kanal aracılığında iletilir. Geribildirim ya da yanıtı da alıcı durumundaki hedef-kişi ya da kitleden gönderen-kaynağa yine bir araç, bir kanal taşır. İletileri taşıyan bu kanallar fiziksel(ses, hava vb.), teknik(telefon, telgraf) ya da toplumsal (okul, Tv, vb.) araç olabilirler. Fisk, iletişim araçlarını 3 kategoride toplayarak incelemiştir: 1/ Sunan iletişim araçları: İletişim kuranın etkinliklerini ileten ses, yüz, sözcükler, vb.; burada araç iletişim kuranın kendisidir. 2/ Temsil eden iletişim araçları: İletişim kuranın kitaplar, fotoğraflar vb. türde yapıtları, çalışmalarıdır. 3/ Mekanik iletişim araçları: Birinci ve ikinci gruptakileri ileten telefon, radyo, Tv, film vb. türde

araçlardır.<sup>4</sup> Genelde, kimi iletişim uzmanlarınca kanal iletişiminin biçimi; araç da kitle iletişim araçları ya da medya anlamına kullanılmaktadır.

Marshall McLuhan ise "araç iletidir" diyerek iletişimde iletinin gönderildiği aracın ya da kanalın önemini vurgulamıştır. Kişileri araçların, tekniklerin etkilediğini, denetlediğini savunan McLuhan çalışmalarında kitle iletişim araçlarının, baskı makinesinden başlayarak radyo ve özellikle de televizyonun, toplum üzerine etkilerini incelemiş ve elektronik iletişim araçlarının kültürü yaygınlaştırarak dünyayı "küresel bir köy"e dönüştüreceklerini öne sürmüştür. Aracın iletişimin anlamını saptadığı ve hiçbir iletişim aracının ya da kanalının yansız olmadığı görüşünü savunmuştur.

İletişim olayını incelerken içinde bulunulan konum, amaç ve uyulması gereken kuralların da göz ardı edilmemesi gerekir. İletişim olayının yer aldığı konumlardaki düzenleme biçimleri, ne tür bir olayın gerçekleşeceği üzerine değişik kişilere değişik ileteler aktararak, değişik yorumlamalara yol açabilirler. İletişim kurarken neyin hedeflendiği önceden iyi bilinir ve saptanırsa, amaca ulaşmak kolaylaşabilir, etkili olma şansı da artar. Yaşamımızı yazısız kurallar yönetmekte ve yönlendirmektedir. Belirli durumlarda kimi kişilerle nasıl konuşulacağına, iletinin nasıl yazılacağına ilişkin kuralları bilmek ve uygulamak etkili iletişim kurmayı sağlayabilir.

### **III. İletişim sürecinin işleyişi**

Toplumsal ve doğal bilim dallarında sık sık başvurulan modeller ilgili oldukları konuyu daha iyi açıklayabilmek için geliştirilip kullanılırlar. Herhangi bir

---

<sup>4</sup> Mahmut Oktay, "Halkla İlişkiler Mesleğinin İletişim Yöntem ve Araçları", İstanbul, Der Yayınları, ss. 16-18.

model, birbirleriyle ilgili öğeleri ve bunların karşılıklı ilişki ve etkileşimlerinin düzenliliklerini içerir; başka bir deyişle bir bütünü tanımlama çabasıdır.

İletişim süreci de sözel-görüntüsel bir modelle betimlenebilir. Böyle bir modeli kullanmanın yararı, süreç içinde yer alan öğeleri ve ilişkileri görsel olarak sunabilmesinden kaynaklanır.

İletişim, daha önce belirtildiği üzere, kaynakla hedef arasında anlamlı iletilerin üretilip paylaşıldığı bir süreçtir. Anlamlar kişiler tarafından ve kişiler arasında yaratılır. Bu bakımdan iletişim kaynağın anlam ürettiği ve hedefin de aynı anlamı üreteceğine/tüketeceğine inandığı aşamalı bir süreçtir.

#### **IV. İlk aşama/Kaynaktan hedefe**

Belli bir iletişim durumunda, örneğin sokakta karşılaşan iki kişi arasında gerçekleşen iletişim sürecinin başlangıç aşaması, kaynağın iletilerini düzenleyip hedefe yönelmesi aşamasıdır. Bu aşamada anlamlandırma ve kodlama; iletilerin gönderiliş süreçleri etkin olur.

#### **Anlamlandırma süreci**

Kaynak, birisi ya da birileriyle iletişimde bulunmak istediğinde/zorunda kaldığında, önce içinde bulunduğu durumu değerlendirip sonra amacına uygun iletileri zihninde oluşturacaktır. Bu zihinsel üretim süreci insanın beyinde gerçekleştiği için, beyne merkez denilir. Merkezde gerçekleşen anlamlandırma süreci, kişinin gönderge (referans) çerçevesine göre belirlenir.

Gönderge (Referans/İzafet) çerçevesi Kişinin gerçekleri algılayış ve değerlendiriş biçimiyle ilgili bir kavramdır. Bu kavram belirli bir anda bir psikolojik olayın kendine özgü ayırıcı özelliklerini (algı, yargı, duyarlık gibi)



belirlemek üzere işleyen ve birbirleriyle (şimdi ve geçmişte) ilişkili ve etkileşim içinde olan tüm etkenleri içerir. Her insanın "gerçeğe" ilişkin görüşleri toplumsal ve kültürel çevresi içinde yaşadığı etkileşimler ve deneylerle biçimlenir. Bu başlamda, iletişim sırasında kaynağın göndergesel çerçevesini belirleyen iki grup etkenden söz edilebilir; bunlardan bir bölümü kişinin deneyim alanını oluşturan iç etkenler, bir bölümü ise iletişim ortamıyla ilgili dış etkenlerdir.

Kaynağın göndergesel çerçevesi üzerinde etkili olan iç ve dış etkenleri, başka deyişle deneyim alanı ile iletişim ortamını nasıl ayırt edebiliriz? İç etkenler denildiğinde iletişimin gerçekleştiği ortamın koşulları ne olursa olsun, görelî bir biçimde uzun süreli/değişmez nitelik taşıyanlar söz konusudur; bunlar kişisel deneyim alanını belirler. Oysa, yine bu çerçeve içerisinde etkili olan fiziksel çevrenin özellikleri, bu çevrede yer alan ilgili, ilgisiz olaylar, tarafların o anki fizyolojik ve psikolojik sorun ve gereksinimleri, rol ve statü ilişkileri, buna bağlı beklentileri, grup normları, zaman ve uzam koşulları gibi değişen dış etkenler iletişim ortamını yaratır.

### **Deneyim alanı**

Deneyim alanı, kişinin geçmiş yaşantısını, bilgilerini, değerlerini, inançlarını, tutumlarını ve değişmez temel psikolojik gereksinimlerini içerir. Bilindiği gibi, değerler toplumsal/kültürel ürünlerdir; toplumun üyelerine olması ve olmaması gerekenler konusundaki ölçütleri sunarlar. Bu bakımdan, nesnelere, insanlarla ve olaylarla ilgili topluma/kültüre göre, bireylerin az/çok içselleştirdikleri, ancak en azından toplumsallaşma sürecinde iletişim aracılığıyla öğrenip bildikleri nitelendirmelerdir. İnançlar, herhangi bir konuda benimsenen doğrulardır; kanılara ya da sanılara dayanırlar.

İnsanın düşüncelerinin bir bölümü bilgi, bir bölümü inanç biçimindedir. Belli bir iletişim durumunda, iletilerin dolayısıyla anlamların oluşmasında kaynağın kendisi, iletişimin konusu, hedefi oluşturan kişi ya da kişiler hakkındaki tutumları da temel bir rol oynar. Bireyin değişmez temel psikolojik gereksinimleri ise, bağlılık, güvenlik, prestij kazanma, cinsellik, özgürlük, saldırganlık ve haz arayışıdır.

### **İletişim ortamı**

İletişim ortamı, iletişimin gerçekleştiği koşullara göre değişen etkenleri içerir. Böylece kaynağın bulunduğu yerdeki ışığın yeterli/yetersiz; ısının çok/az; çevrenin kalabalık/tenha oluşu; iletiler dışındaki uyarıcıların azlığı/şiddeti; kaynağın kendisini yorgun, gergin hissedip hissetmemesi; hedefle arasındaki uzaklık fiziksel ve kültürel açıdan uygunluğu/uygunsuzluğu; iletişimin sokakta ve ayaküstü, keyifli bir ortamda ve oturarak gerçekleşmesi iletişim durumunu değerlendirmesi ve iletilerini oluşturmasında değişik sonuçlara yol açar. Ayrıca, hedefle karşılıklı rol ve statü ilişkileri, bu ilişkilerin açık ve belirgin sayılmadığı durumlarda ipucu sağlayan giyim kuşam tarzı, hal tavır gibi statü göstergeleri, buna göre belirlenen beklentileri ve durumla ilgili ve uyulmasını gerekli gördüğü davranış kuralları da gönderge çerçevesi üzerinde aynı ölçüde etkilidir.

İletişim ortamını oluşturan etkenlerden bazıları iletişimin gerçekleşmesinde olumsuz rol oynarlar; bunlar daha sonra açıklanacağı gibi "gürültü" kavramı çerçevesinde değerlendirilirler. Bazıları ise, gönderge çerçevesini oluşturan iç etkenleri uyarıcı ve tamamlayıcıdır. Örneğin, insan hiç tanımadığı birisiyle karşılaştığında ve konuşmak durumunda kaldığında ona

nasıl sesleneceğini, kılık kıyafeti, duruş biçimi vb. statü göstergeleriyle belirlemeye çalışır.

Özetlersek, kaynak nelerin iyi/kötü; doğru/yanlış; güzel/çirkin vb. olduğu konusundaki bilgileri, değerleri, inançları, kendisi hakkındaki önyargıların genelde iyimser ya da kötümser olması, başka deyişle özgüveninin güçlü olup olmaması, iletişimin konusuna ilgi duyup duymaması, hedef kişi ya da kişilere ilişkin tutumlarının olumlu/olumsuz oluşu ya da hiç bulunmaması, kendisini ve hedefi hangi toplumsal rol ve statü ilişkileri içinde gördüğü ve buna göre neyin, nasıl söylenmesi gerektiği konusundaki değerlendirmesi, fiziksel ortam koşulları ve ruhsal durumu çerçevesinde içinde bulunduğu iletişim durumunu -kiminle hangi koşullarda birlikte olduğunu- anlamlandıracak ve buna göre amacını, iletilerinin içeriğini ve biçimini belirleyip kodlayacaktır.

### **Dizgeleme süreci**

Dizgeleme süreci, başka bir deyişle kaynağın merkezi sinir sisteminde oluşan düşüncelerini / anlamları başkaları tarafından algılanabilir ve anlaşılabilir örgütlenmiş gösterge dizgelerine dönüştürmesi işlemi, iletişimin başarısında en önemli etkenlerden biridir.

### **Yineleme/artık bilgi**

Yineleme/artık bilgi, iletilerin anlaşılabilirliği ile ilgilidir. Kaynak tümüyle özgün, alıcı tarafından öngörülebilirliği düşük iletiler hazırlayıp gönderirse, başka deyişle başvurduğu göstergeler ve bunların kodlanması gereğinden çok bilgi yüklenirse, iletilerin anlaşılabilirliği düşük düzeyde olacak, buna karşılık tümüyle öngörülebilir göstergelerle kodlama yaparsa iletilerinin kavranma düzeyi daha yüksek olacaktır.

Bu aşamayı özetlemek gerekirse, kaynak, belli bir iletişim durumunda, bu durumdan doğan dış uyarıları gönderge çerçevesine göre anlamlandırmakta, amacına, duruma, hedefe göre seçtiği ve kodladığı iletileri uygun kanal ve araçlarla göndermektedir.

## **V. İkinci Aşama: Hedeften kaynağa**

İletişim sürecinde iletilerin onları oluşturup gönderen kaynaktan bağımsız bir varlığı yoktur. Bu bağlamda hedefin iletileri algılama ve çözümlene süreçleri, yorumlama ve bunlara karşılık iletiler, geribildirim, kodlama süreçleri üzerinde durulacaktır.

### **Algılama süreci**

İletişimin gerçekleşebilmesinin önkoşulu iletilerin yöneldiği kişilerce algılanmasıdır. Algılama, duyu organlarının seçilmesi ve örgütlenmesi ile anlamlı bir bütün haline getirilmesi sürecidir; insanın "gerçeklere" ilişkin bilgileri bu süreçte gelişir. Başka deyişle dünyayı nasıl algılayarsak öyle biliriz. Bu bağlamda iletişimde algılama süreci, iletilerin hedef tarafından duyu organları aracılığıyla farkına varılması sürecidir ve kaynak tarafından gönderilen iletileri anlama ya da anlamamanın temelidir. Algılama, hem uyarıcıların hem de algılayan kişinin özelliklerine bağlı olarak gelişen bir süreçtir. Algılar, insanın duyu organlarının fiziksel sınırlılıkları ve uyarıcıları alan kişinin psikolojik ilgileri, gereksinimleri ve geçmiş yaşantıları/deneyim alanı ve iletişim ortamı ile belirlenir. Bu nedenle iletişimde, iletilerin hedefin alıcı kanalları açısından uygun fiziksel özellikleri içerip içermedikleri kadar, hedefin gönderge çerçevesi de algılamanın gerçekleşebilmesinde rol oynar. Çözümlene süreci

Çözümleme, algılama sürecinde iletilerin şu ya da bu nedenle ayırdına varan hedefin aldığı göstergeleri anlamlı göstergelere dönüştürme sürecidir. Bu süreç, hedefin iletileri taşıyan kanal ve araçlarla ilgili kodalıcı/açıcı dizgeleriyle başlar, merkezi sinir sisteminde tamamlanır. Kısaca belirtmek gerekirse, kaynaktan gelen iletilere dikkatini yönelten hedefin zihnine ulaşan ve hedef tarafından algılanan sözel ve görsel işaretler bellek dağarcığına göre çözümlenir. Bu çözümleme sürecinde işaretler ilgili oldukları kodlar bağlamında göstergeler ve aralarındaki ilişkilere göre anlamlı iletilere dönüştürülür. Bu dönüştürme sürecinde kazandıkları anlamlar öncelikle düzanlamlardır.

## Gürültü

İletişim sürecinde değiş tokuş edilen iletilerde kaynak ve hedef tarafından gönderilmemiş, istenmeyen herhangi bir gösterge ya da çözümleme sürecinin düzgün biçimde gerçekleşmesini engelleyen herhangi birşey olarak tanımlanır. Bir anlamda, gönderilen ileti ile alınan ileti arasındaki ayrımı doğuran nedenler gürültüyü oluşturur. Kısaca, iletişimin kötü işlemesine ya da tümüyle engellenmesine neden sayılan şeyler gürültüdür. Gürültüye yol açan kaynaklar dört grupta sınıflandırılabilir:

Fiziksel gürültü kaynakları: Konuşma seslerini bastıran çocuk ağlamaları, uçak sesleri, radyoda ve telefonda parazitler, televizyonda görüntü kaymaları, yazıda silinmiş ya da alıcının tanımadığı göstergeler vb. gibi.

Fizyo-nörolojik gürültü kaynakları: İşitme, görme bozukluğu, zihinsel engeller, konuşma bozuklukları, kısaca kodlama ve kod açma dizgelerinde ya da merkezdeki doğal sorunlar, açlık, yorgunluk gibi durumlar.

Psikolojik gürültü kaynakları: Şiddetli heyecan, sevinç, korku gibi ruhsal durumlar, kaynağa ya da hedefe ilişkin olumsuz tutumlar, önyargılar vb. gibi.

Anlaşılacağı üzere gürültü, kaynak, araç, kanal, hedef gibi temel iletişim öğelerinin her birinden kaynaklanabilir. Ya da bunlara dıştan gelen etkilerden kaynaklanabilir. Bu nedenle gürültü hem deneyim alanı, hem iletişim ortamı ile de ilgilidir. Ayrıca bunlardan bazıları kaynak ve hedefin gönderge çerçevelerini belirleyen sürekli etkenlerdendir, kimileri ise geçicidir, ortadan kaldırılabilir. Önyargıları, kültürel çevre ayrımlarını aşmak, konuşmayı ve dinlemeyi engelleyen bir radyoyu kapatmak kadar kolay değildir.

### **Yorumlama süreci**

Yorumlama süreci, çözümlene sürecinde üretilen iletilerin, hedefin gönderge çerçevesine göre bir kez daha anlamlandırılmasıdır. Hedef daha önce düzenlemelerini kurguladığı iletileri, bu süreçte deneyim alanı ve iletişim ortamındaki etkenlerce belirlenen bir değerlendirme süzgecinden geçirir.

Yorumlama, bir kişinin geçmiş yaşantılarına, bilgi düzeyine, değer, tutum ve inançlarına, temel psikolojik gereksinimlerine göre yaptığı bir seçiciliği içerir. Öte yandan kişinin o andaki ruhsal durumu, zaman ve uzam koşulları, rol ve statü ilişkileri vb. gibi iletişim ortamı etkenleri de iletilerin yorumlanmasında son derece önemli bir rol oynar.

Belirtmek gerekir ki, yorumlama süreci yalnız sözlü ya da yazılı iletilerle sınırlı değildir. Müzik, dans, grafik, resim, jestler vb. kişilerce algılanan, yorumlanan kodlardır ve çoğu kez yorumlandırılma alanları sözlü ve yazılı konuşma diline göre daha geniştir. Bununla birlikte ne türde olursa olsun, algısal ürünün ortaya çıkmasında yani iletinin

hedef açısından "gerçek" anlamını almasında iletinin gönderge çerçevesi kesin belirleyicidir. Örneğin "Herif dün gece geç geldi" diyen bir hanımın sözleri özellikle "herif" sözcüğünü kendi gönderge çevresine göre değerlendirerek -adam/koca ile ilgili- sıradan bir durumun bildirim ya da aşağılayıcı bir yakınma niteliğiyle yorumlanabilir.

### **Kodlama ve geri bildirim süreci**

Geri besleme/geribildirim, alıcının algıladığı ve yorumladığı iletilere sözlü, sözsüz her türlü tepki verme sürecidir. Alıcı, kendisine ulaşan iletilere yaptığı yorumlandırmalar çerçevesinde yanıt verir, yani bir tutum, davranış değişikliği gösterir. Bu yanıtlar iletişim durumunun koşullarına göre hemen ya da belli bir süre sonra doğrudan doğruya ilk kaynağa yönelebileceği gibi, başka hedeflere de yayılabilir. Okuyucu, izleyici mektupları, kamuoyu araştırmalarına verilen yanıtlar, ancak belli bir süre sonra iletileri gönderen kaynağa ulaşan geribildirimlerdir. Gösterime giren bir film ya da bir kitap eleştirisi ise gerçekte kaynağa değil okuyuculara, izleyicilere yöneliktir.

Bu süreç kaynağın iletileri kodlama ve gönderme etkinliklerine benzer biçimde işler. Deneyim alanını ve iletişim ortamını oluşturan etkenler tarafından yönlendirilir. Bu nedenle her zaman söylemek istediklerini söyleyemez. Aslında katılmadığı bir yargıya, olumlu yanıt vermek istemediği bir öneriye katılıyormuş gibi davranabilir, konuyu değiştirebilir, içinden kaba ve kötü sözler söylemek gelse de "siz"li bir anlatım kullanabilir. Kuşkusuz bunun tam aksi örnekler de verilebilir. Gerçekte çok sevdiği bir insana, istemediği tepkilerde bulunmak gibi.

Hedefin kaynağa gönderdiği geribildirim her zaman sözel olmayabilir; susma, başçevirme, bulunulan yeri terketme, baş sallama, el kol işaretleri de yanıt sayılır.

Hedef çok kanallı bir geribildirim sürecinde yararlandığı sözsüz iletişim kodlarını genellikle sözlerini destekleyecek biçimde kullanır, ancak özellikle aykırı kullanımlara da başvurabilir. Örneğin, katılmadığı bir görüşü sözleriyle onaylarken ses tonlaması ile yalanlayabilir. Bazı durumlarda da sözsüz kodlar, kendisini istemeden ele verebilecek, "sözü ile özünün bir olmadığını" açığa vurabilecek çelişkileri içerecektir.

## **VI. İletişim sürecinin temeli: Ortak gönderge çerçevesi**

İletişim, insanlar arasında ileti alışverişinden de öte, anlamların paylaşımıdır. Bu nedenle, iki kişinin karşı karşıya gelip birbirlerine sözlü ya da sözsüz göstergeleri gönderdikleri her durum iletişim sayılmayabilir. Birbirlerinin dilini bilmeyen iki kişinin konuşması iletişim değildir; ancak, belli sözsüz işaretlerle anlaşma sağlayabiliyorsa sınırlı bir iletişim durumunun varlığı gözlemlenebilir.

Kaynağın gönderdiği iletilere yüklediği anlamlarla, hedefin bunları yorumlaması sonucunda ortaya çıkan anlamlar hiçbir zaman tümüyle birbirinin aynısı değildir. Çünkü ne denli benzeşirlerse benzeşsinler insanların gönderge çerçeveleri birbirinden değişiktir; bu nedenle, yorumlama sürecinde ortaya çıkan anlamlar kaynağınkinden az/çok ayırdır. Konunun başında da değinildiği üzere, kaynak iletişim sürecinde ürettiği anlamların hedef tarafından da paylaşılacağına inanır. Bu inancın belirli bir oranda gerçekleşebilmesi ise, hedefle aralarında anlaşabilmelerini sağlayacak ortak bir anlamlandırma alanının bulunmasına bağlıdır. Bu ortak alan iletişimde taraf olan kişilerin gönderge çerçevelerinin kesiştikleri noktalarda ortaya çıkar. Bu alana ortak gönderge çerçevesi denir.



İletişim sürecinin işleyişinin gerçekleşmesi ve başarısı bu çerçevenin genişliği ile doğru orantılıdır. İletişimde taraf olan kişilerin geçmiş yaşantıları, bilgi düzeyleri, inanç, değer ve tutumları, o anki ruhsal özellikleri ne denli benzeşiyorsa, karşılıklı rol ve statü ilişkileriyle, içinde buldukları grup normlarıyla ilgili tanımlamaları ne denli çakışiyorsa anlamlandırmalarda benzerliğin sağlanma şansı o denli yüksek olur. Kısaca konuyu özetlemek gerekirse, insan bir konuda ne kadar bilgili/duyarlı olursa olsun söyledikleri karşısındakinin anlayabildikleriyle sınırlıdır.<sup>5</sup>

## VII. İletişimin İşlevleri

İletişim "toplumsal bir işlev" taşıyan bir olgu kimliğiyle tanımlanagelmıştır. İletişimin temelde işlevleri: Bilgilendirme, denetleme, yönlendirme, bilgi ve becerileri iletme, eğitme, duyguları dile getirme, toplumsal ilişki kurma, sorun çözüp kaygı azaltma, eğlendirme, uyarma, gerekli rolleri üstlenme türünde sıralanabilir. İletişim toplumsal bir gereksinim, siyasal bir araç işlevi görmenin yanısıra ekonomide bir güç, eğitimde bir gizil güç, kültürde bir gözdağı, teknolojide ise yeni düşlerin kaynağı sayılmaktadır.

İletişimi de en genel anlamında tüm düşünce, olgu ve veri iletimi ve paylaşımını kapsayan bireysel ya da toplumsal bir olgu niteliğiyle tanımlarsak, iletişim sürecinin yararlılığını bireysel açıdan ve toplumsal açıdan irdeleyebiliriz.

<sup>5</sup> Aysel USLUATA, "İletişim", İstanbul, İletişim Yayınları, ss. 18-23.

## Bireysel açıdan

Düşüncelerin, deneyimlerin, tepkilerin, duyguların paylaşılmasını sağlayan göstergeme gücü ya da iletişim, bireyler arasındaki etkileşimin temelidir. İletişim kişinin, bilinçli ya da bilinçsiz, bir başkasının kavrama yetisini göstergelerden yararlanarak etkileme süreci biçiminde alındığında ve de iletişim kuran kaynak bir başkasının kavrama yetisini göstergelerden yararlanma yoluyla etkileme süreci olarak alındığında, iletişim kuran kaynak bir başkasının kavrama yetisini göstergeler kullanarak istediği biçimde iletişim süreciyle etkileyebilir. Hedef de iletişim kaynağından gelen göstergeleri algılayıp, yorumladıktan sonra yanıt vermek, belirli bir tepki göstermek için iletişim sürecinden yararlanabilir.

İletişim kaynak ya da hedef olarak bireylere aşağıda sıralanan hizmetleri verebilir: Kaynak olarak iletişim, gereksinimleri karşılamak, çıkarları korumak, amaçlara ulaşmak için bir araç niteliğiyle kullanılabilir. İletişim anlık bir gereksinimi de karşılayabilir, uzun sürede ulaşılabilecek bir amacın gerçekleşmesini de sağlayabilir. Değişiklik yaratmak için, koşulların değiştirilmesi için iletişim bir araç sayılır. Kişinin kendisini estetik yönden açıklamayı, yaratıcılığını göstergelerle belirli bir dizgeye dönüştürmesi için iletişimden yararlanır. Ayrıca iletişim kişinin kendisini tanımasına, kendisini bulmasına da yardım edebilir; iletişim kurarken kişi kendi inançlarını, duygularını da daha iyi çözümler. İletişim süreci içerisinde kimi kez kaynağın görüşleri ve/ya da amaçları değişebilir, çevreyi kendisine uyarlamak isterken kendisi çevresine uyarlanabilir.

Alıcı durumundaki hedef kişi için iletişimin temel işlevi iletileri algılayacak ve yorumlayacak araçları/kanalları sağlamaktır. Dinleyerek, izleyerek, okuyarak alıcı rolü üstlenilir; kazanılan bilgilerle de seçim yapma olanağı doğar. Ne ölçüde çok alınırsa, o ölçüde çok

seçenek için bilgi edinilir. Geribildirim sağlayarak, geçici bir süre için kaynak rolünü üstlenerek, etkin bir dinleyici kimliğini taşıma becerisi kazanan alıcı ya da hedef kişi, kaynağı da etkileyebilir.

### **Toplumsal açıdan**

Toplumsal açıdan iletişim süreci Laswell'e göre üç işlev görmektedir.<sup>6</sup> Çevreyi denetleyerek toplumun da değerlerini denetlemektedir, toplumun bireyleri arasında etkileşimi sağlamaktadır, toplumsal geleneklerin sürdürülmesine yardımcı olmaktadır. Bu bağlamda iletişimin artık daha köktenci görevler üstlenmesi beklenmektedir. Böylece iletişim, bilgilendirmede kişisel, ulusal ve uluslararası koşulları anlamak, tepki göstermek ve karar verebilmek için gerekli iletileri toplamak, biriktirmek ve dağıtmak; toplumsallaştırmada toplumun etkili üyeleri olabilmek için ortak bilgi sağlamak; güdülemede her toplumun amaçlarına ulaşması için bireysel ya da toplu etkinlikleri desteklemek; tartışmada ortak ilgi alanları bulmak; eğitimde bilgi aktarıp her aşamada aydın bir kişilik oluşturmak ve beceri kazanmayı sağlamak; kültürde geçmişin mirasını, sanat ürünlerini saklamak ve ufukları genişleterek yaratıcılığı yönlendirmek; eğlencede bireysel ve toplu eğlence için tiyatro, sinema, dans, güzel sanatlar, edebiyat, müzik, spor vb. yaymak bütünleştirmenin kişilere, topluluklara, uluslara değişik iletilerle ulaşma olanağı sağlamak anlamını taşımaktadır.

---

<sup>6</sup> Merih ZILLIOĞLU, A.g.y. ss. 222-254.

## **KAYNAKÇA**

1. ZILLIOĞLU Merih, "İletişim Nedir?", Cem Yayınları, İstanbul-1993, s.129.
2. BROOKS William D., HEATH Robert W., "Speech Communication", Dubuque/Iowa Wep, 6. basım, 1989, ss.10-11. Ayrıca bkz., DODD Carley, LEVIS Michael, "Human Communication, Developing Positive Life Experiences", Dubuque/Iowa, Kendall, 1992, 2. Baskı.
3. ZILLIOĞLU Merih, A.g.e., ss. 92-96.
4. OKTAY Mahmut, "Halkla İlişkiler Mesleğinin İletişim Yöntem ve Araçları", İstanbul, Der Yayınları, ss. 16-18.
5. USLUATA Ayseli, "İletişim", İstanbul, İletişim Yayınları, ss. 18-23.
6. ZILLIOĞLU Merih, A.g.y. ss. 222-254.