

Prof. Dr. Nükhet GÜZ
İ.Ü. İletişim Fakültesi

HAKLA İLİŞKİLER VE DİL

İletişim araçları denince sözden başlayarak en üst düzeyde yer alan teknolojiye kadar uzanan araçlar anlaşılmalıdır. İletişim araçlarının nitelikleri ilgili toplumun kültürüne, toplumun gelişmişlik derecesine, bireylerin iletişim istemlerine bağlıdır. Dilin niteliği, teknolojinin geldiği nokta, bireylerin iletişim istekleri iletişim eylemine katılanlar, iletişim eyleminin sıklığını, niteliğini, niceliğini, değerini etkiler.

İletişim olgusunun birçok evresi (verici-bildiri-bağlam-oluk-düzgü-alıcı) olduğunu unutmazsak iletişim aracının öncelikle dil olduğunu biliyoruz demektir. Bu dilinde kendine özgü kurallar bütünü vardır, aynı kültür içinde yer alan üyelerin paylaştıkları bir dil sistemi söz konusudur burada. İletilerin dizgileştirilmesinde ya da bir sistem içerisinde verilmesinde yararlanılan değişik türde ve sayıda teknik ve etkinlik vardır: Söz (seslerin birleşimi), imgeler, görüntüler ve başka göstergelerin oluşturduğu iletiler telefon kabloları, hertz dalgaları ya da matbaa gibi oluklarla aktarılır. Bu düzenekler iletilerin ortaya çıkmasına yararlar. Çünkü her ileti gerçekleşmeden önce hangi dille verilecekse bir yığın, biçim almamış bir yığındır, ya düşünce düzleminde kalır ya da taslak durumundadır ve de malzemesi bir yerlerde beklemektedir. Hangi, dil söz konusuysa bu dil kurgulanmalı, kendi kurallarına uygun bir biçim almalıdır.

İletinin uygun biçime bürünmesi iletişimin tekyönlü bölümü bir de iletinin algılanışı söz konusu. Başka tekniklerde algılamaya, kavramaya yardım ederler, yani okumaya, dinlemeye, görmeye kısacası gönderilen bu iletileri çözmeye yardım ederler.

Çok sayıda ve değişik özelliklerde iletişim yolu vardır. Bütün bu iletişim yolları teknik, toplumsal, kültürel etmenlerin birbirleriyle ilişkileri, birbirlerini etkilemeleri sonucunda ortaya çıkar. Her toplum bu iletişim yollarını düzenler ve bu iletişim yolları toplumun her bireyine açıktır.

Bütün bunlara karşın yani göstergelerin ayırımına, toplumsal-kültürel alandaki değişikliklerine karşın yani simge olsun, görüntü-gösterge olsun, belirti hep göstergeden ve de görüntü taşıyan bir mesajdan söz edilebilir. Bir okul üniforması o okula, özel bir gruba ait olduğunu gösterir. Aynı biçimde konuşma biçimi sestonu da özel bir gruba ait olduğunu belirleyecektir.

Örneğin: İstanbul'lu / Paris'li / Taşra'lı / Oxford'lu / Sağcı / Solcu (Fransa'da)

Çift eklemli dilin insan dilinin yanı sıra yer alan bu diller daha doğrusu bu iletişim araçları dilbilgisi kurallarından daha gevşek, daha az katı kurallara uymaktadır. Ve

simgecilik, ya da görüntü göstergeler toplum yaşamının hemen her düzleminde görülmektedir. Daha çok kolektif bir süreç söz konusudur burada yani toplumun bu göstergeleri tanıması gerekir.

Örneğin - trafik işaretleri - park yapılmaz / çıkmaz sokak / kavşak,
- trafik lambaları - sarı / kırmızı / yeşil
- sigara içilmez işareti gibi

Verici simgelerden, göstergelerden birini seçme durumundadır, ancak kendisi yeni bir tane yaratamaz. Yani Haç Hıristiyanlığı, Hz. Davud'un yıldızı Yahudiliği, Hilal Müslümanlığı, Gamalı Haç ise Nazizmi belirtir. Bunlar zaten geniş kitleler tarafından bilinen, daha doğrusu algılanabilen simgelerdir. Her seferinde bir nesne, ya da bir biçim soyut bir düşünceyi ya da soyut bir kavramı anlatmaktadır.

Örneğin: Aslan - güç

Okuma yazma bilmeyen toplum için büyük değer taşıyan simge. Böylece simgelerin kültürel değeri yazılı dilden çok daha ileri düzeydedir. İmgeler / resimler / görüntülere anlam alanında çok sık yer verilmesi bu nedenledir.

Görüntünün iletişimde güçlü bir yer tuttuğu hiç kuşku götürmez bir gerçektir. Bu nedenle her dönemde, her yerde, her toplum görüntüye önem vermiştir.

Azizlerin resmi/reklam afişi arasında büyük ayrımlar vardır doğallıkla. Ama her ikisiyle de vericiler görüntünün iletişimsel gücünden yararlanmaktadır. Yalnız, iletişimin kurulabilmesi kültüre (yaşam biçimi, bilgi, töre, gelenek vb...) bağlı.

Nelerdir iletişim araçları ve de yolları? İletişim araçları: 1- Çift eklemli dil kısacası insan dili, 2- Öbür göstergelerin oluşturduğu dillerin hepsi. İletişim yolları: 1- Yazı, 2- Matbaa, 3- PTT yollarının tümü, 4- Bilişim (bilgisayar kullanımları), 5- Yeni medya- lar (uydular vb.).

İnsanların ileti alışverişinde en çok yararlandıkları dizge, araç çift eklemli dildir. Ancak önce çift eklemli göstergenin dışındaki göstergelerden söz edelim.

BELİRTİLER, GÖRÜNTÜ GÖSTERGELER, SİMGELER

İnsanlar resimlerle, fotoğraflarla, hareketli resimlerle-görüntülerle-, yani kısacası göstergelerle iletişimi sağlarlar. Dilin tanımında da bu yok mu zaten: "Dil bir "çift eklemli) göstergeler dizgesidir."

Dilbilim dendiğinde bütün göstergeler değil söz konusu olan, Dilbilimi de bir anlamda içeren bir başka bilim dalı vardır. O da göstergebilimdir. Göstergebilim bütün gösterge sistemlerini inceler.

Gösterge ne demek peki onun tanımını yapalım bir: **BİR BAŞKA ŞEYİN YERİNİ ALABİLECEK NİTELİKTE OLDUĞUNDAN KENDİ DIŞINDA BİR ŞEY GÖSTEREN HER TÜRLÜ NESNE, VARLIK YA DA OLGU.** İşte bu göstergeler ya çift eklemli dil göstergesi, ya simgedir, ya görüntü göstergesidir, ya da belirtidir.

Belirtiyi ele alalım: BİR DURUMUN, BİR OLGUNUN VARLIĞINI DOĞAL OLARAK İÇEREN YA DA ORTAYA KOYAN OLGU. Belirti, var olduğunu gösterdiği dış gerçeklikle bir bitişlik, neden-sonuç, vb. ilişkisi kurar.

Örnek verelim: Duman ateşin belirtisidir (Ateş olmayan yerden duman çıkmaz).

Görüntü gösterge: DIŞ GERÇEKLE BİR BENZERLİK İLİŞKİSİ KURAN GÖSTERGE. Örneğin bir tablo ya da bir fotoğraf görüntü göstergedir.

Simge: Uzlaşımsal nitelikte ve istençli olarak kullanılan bir gösterge türüdür. GÖSTERENİYLE GÖSTERİLENİ ARASINDA BELLİ ORANDA NEDENLİLİK İLİŞKİSİ KURULABİLEN ÇOĞU KEZ GÖRÜNTÜSEL NİTELİK TAŞIYAN, AMA YİNE DE UZLAŞIMSAL ÖZELLİĞİ BULUNAN GÖSTERGE.

Simge iki nesne ya da bir nesneyle bir imge arasındaki ilişkiden, bağıntıdan ortaya çıkar. Örneğin: Terazi adaletin simgesidir. Bütün kültürler birçok simgeye başvururlar. Ancak kimileyin bu simgeler toplumsal, kültürel bağlama göre değişirler. Örneğin matematin simgesi batıda siyah renkten uzakdoğuda beyazdır.

Bir nesne olarak ele alınırsa görüntü seyire ve hazza, zevke yönelik bir çağrı işlevi taşıy diyebiliriz. Bir topluma seslenmektedir, büyüleyici olabilir, şaşırtabilir, inandırabilir, nefret ettirebilir, iğrendirebilir... Ama dikkati çeker ya da çekmelidir, çekici olmalıdır.

Resim, görüntü çok anlamlıdır. Öyle sanıldığı gibi masum bir işlevi yoktur. Nedir bu masum işlev? Gerçeğin yansıması, herkesin görebildiğini toplumun yeniden kurgulaması (röprodüksiyon). Algılanması alıcının toplumsal-kültürel konumuna sıkı sıkıya bağlıdır. Algılama ya da kavrama zaten kültürle çok yakından ilintilidir. Kültür denince de yaşam biçimi, davranış biçimi, öte yandan ise teknoloji, uygarlık, sanat vb. anlaşılır.

HALKLA İLİŞKİLERDE DİL NASIL OLMALIDIR DİYE BİR "REÇETE" VERİLEBİLİR Mİ?

Her dilsel topluluğun kullandığı değişik konuşma türlerini, biz buna söylem değişiklikleri diyoruz, gözönünde bulundurmak gerekir. Bu nedenle tam bir dil kullanımı (sesçil düzeyden başlayarak anlam ve dizimsel düzeyi de içeren) tanımını veremeyiz. Kesin çizgilerle belirlenmiş bir örnek yerine toplumun değer yargılarından kalkarak "ayrıcılık kullanımı örneği" diye adlandırabileceğimiz bir dil örneğini benimsemeliyiz. Bu da karma nitelikli bir dil daha çok yığımsal iletişim yada kitle iletişim araçlarında beliren, öğretmenlerin, gazetecilerin, avukatların, siyasal adamlarının, oyuncuların vb.nin bir tür dilsel ortak paydası olan bir dildir.

Toplumsal geçerli dilin "çok iyi" kullanımının da, "çok kötü" kullanımının da dışında yer alan, toplum bilinç altında saygınlık taşıyan, yöresel ayrılıklar içermeyen, yaygın, ortalama, olağan kullanımdır bu! Doğal konuşma düzeyinde iletişim durumlarının, konuşucuların, konuların, bireyler arası ilişkilerin çeşitliliğinden dolayı, her koşul için

geçerli ve türdeş nitelikli bir dilden söz edemeyiz. Bununla birlikte, kitle iletişim araçlarının yayınları (haberler, söyleşiler, yuvarlak masa toplantıları vb.) aracılığıyla bir parça da olsa "standart", genel geçer dil yakalanabilir.

KISA KAYNAKÇA

BAŞKAN, Özcan, **Bildirişim, İnsan Dili ve Ötesi**, İst., AltınKitaplar Yay., 1988.

BATESON, G., RUESCH, J., **Communication et société** (Amerikanca'dan ç. G. Dupuis), Paris, Seville, 1988

HABERMAN, D.A., DOLPHIN, H.A., **Public Relations, The Necessary Art**, Iowa, States University, 1988

LAZAR, J., **La science de la communication**, Paris, PUF, 1992

YAGUELLO, M., **Catalogue des idées reçues sur la langue**, Paris, Seville, 1988.