

ÜNİTE 3

İletişim Sürecinin Temel Öğeleri ve İşleyişi

Amaçlar

Bu üniteyi çalıştıktan sonra ;

- iletişimi bir süreç olarak kavrayacak,
- bu süreçte yer alan temel öğeleri bilecek,
- sürecin işleyiş düzenini ve özelliklerini açıklayabileceksiniz.

İçindekiler

- Bir Süreç Olarak İletişim
- İletişim Sürecinin Temel Öğeleri
- İletişim sürecinin İşleyişi
- Özet
- Değerlendirme Soruları
- Yararlanılan ve Başvurulabilecek Kaynaklar

Öneriler

- Değişik iletişim durumlarında kimlerle nasıl iletişim kurduğunuzu düşününüz. Benzerlikleri ve farklılıkları saptayınız.
- Sizce her iletişim durumu gerçek bir iletişim sağlayabiliyor mu? Neden?

1. BİR SÜREÇ OLARAK İLETİŞİM

İletişimi neden bir süreç olarak tanımlamak gerektiğini kavrayabilmek için, önce süreç kavramının anlamı üzerinde durmamız gerekir. Süreç, "bir olayın düzenli olarak ve birbirini izleyen değişmelerle gelişmesi, başka bir olaya dönüşmesi" dir (Ozankaya 1984: 110). Bu tanımdan hareketle sürecin, süreklilik içinde değişip, gelişmeyi; değişme içinde sürekliliği dile getirmek için kullanıldığını söyleyebiliriz. Gelişme ve değişme birçok işlemlerin ve koşulların sonucunda gerçekleştiğinden, süreç kavramı süreçte yer alan öğelerin yanı sıra tüm işlemleri ve koşulları da kapsar. Özetle, herhangi bir olayı, olguyu ya da ilişkiyi süreç kavramıyla tanımladığımızda, süreç içinde yer alan öğelerin karşılıklı etkileşim içinde değiştiklerini anlatmış oluruz.

Genelde ve bireysel açıdan iletişim neden bir süreç sayılır? İletişimin kültürel yaşamla birlikte varolması gereği daha önce de belirtilmişti. Bu nedenle kültürel yaşamın başlangıcından günümüze ulaşan ve geleceğe uzanan iletişimin başı ve sonu yoktur. İletişimin tarihi, çağlar boyunca toplumsal/kültürel yaşamın örgütlenme biçimine ve gereklerine göre belirlenen iletişim gereksinimleri ve bunların karşılanmasında kullanılan geleneklerin, araç gereçlerin ve dağarcığın değiştirilip, geliştirilme çabalarının tarihidir. Genel olarak iletişim bir süreçtir; çünkü, oluşum ve gelişim açısından örneğin yazıyı söz ve çizimden; sözsüz iletişimi sözlü iletişimden, propagandayı söz sanatından bağımsız düşünemeyiz. Ayrıca, tüm bunları da toplumsal/kültürel değişimlerden ve gelişmelerden ayrı ele alamayız.

İletişim birey açısından düşünüldüğünde de bir süreçtir. Tüm şimdiki deneylerin, durumların bir geçmişi ve geleceğe uzantıları vardır. Herhangi bir anda ve durumda iletişimde bulunduğu-muzda hem geçmişteki yaşantılarımız, birikimlerimiz, başarılarımız, yanılgılarımız, hem gelecekte beklentilerimiz, umutlarımız devreye girer. Belli durumlarda ve konularda belli bir biçimde düşünmeye, konuşmaya, davranmaya alışmışızdır; bunlara aldığımız ya da alamadığımız tepkiler sonraki iletişimimizin temelini oluşturur. Kısaca, iletişim bireyin bilgi edinmesini ve buna göre tutum ve davranışlarıyla tepki geliştirmesini sağlayan bir süreçtir.

Özetle, her iletişim durumu, diğerlerinden ayrı ve değişik algılansa da, gerçekte öteki iletişim durumlarıyla ilişkili bir süreklilik içindedir. Çünkü, toplumların olduğu kadar bireylerin de geçmiş ve bugünkü yaşantıları ile gelecek anlayış ve beklentileri etkileşim içinde bir bütün oluşturur. Bu gerçek, iletişimin bir süreç olarak kavranması gereğini ortaya koyar.



Tarihsel süreç, eğitim süreci, üretim süreci kavramlarını süreç bağlanımında açıklayınız. İletişimin neden bir süreç olarak ele alınması gerektiğini tartışınız.

2. İLETİŞİM SÜRECİNİN TEMEL ÖĞELERİ

İletişim kuramı, iletişim sürecinin temel öğelerinin belirlenebileceğini ve bu öğeler öğeler arasındaki ilişkilerin ve etkileşimlerin incelenerek sürecin işleyiş düzeninin kavranabileceğini varsayar.

İletişim sürecinin temel öğeleri kaynak, ileti, kanal, araç ve alıcıdır.

2.1. Kaynak ve Alıcı

Kaynak, değişik biyo- psikolojik ve bilişsel süreçlerde ürettiği iletileri simgeler aracılığı ile gönderen kişi ya da kişilere denir. Genelde gazete, kitap, radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçlarından da "kaynak" gibi söz edilirse de, bunlarda asıl kaynak iletileri seçen, hazırlayan kişi ve gruplardır. Kısaca kaynak, konuşan, yazan, çizen, yüz ve beden hareketleri yapan bir birey ya da gazete, radyo, televizyon, resmi/özel kuruluşu vb. örgütler olabilir.

Alıcı, kaynaktan gelen iletileri alan ve bunlara sözlü, sözsüz tepkide bulunan kişi ya da gruplardır. Türkçe kaynaklarda alıcı yerine hedef kavramının kullanıldığı görülür. Ancak hedefin "amaçlanan, yönelinen..." anlamını içerdiği gözönüne alındığında, bazı iletişim durumlarında alıcı ile hedefin aynı olmayabileceği açıktır. İki kişiden oluşan bir grupta kaynağın gönderdiği iletişim hedefi ile alıcısı bir'dir. Buna karşılık belli bir kişiye gönderilen mektup hedef tarafından değil de bir başkası tarafından okunursa alıcı hedeften ayrı olur.

İletişimde kaynak ve alıcıdan/hedeften söz edilirken, bunların biyolojik ve psikolojik gereksimleri, beklentileri, kişilik özellikleri, sosyo- kültürel kimlikleri, değer, tutum ve inançları, yaşantı birikimleri vb. özellikleri olan kişiler oldukları ve ileti alıp verişinde bunların belirleyici etkenler sayılması gereği unutulmamalıdır.

2.2. İleti

İleti, bir düşünceyi, duyguyu, isteği, bilgiyi aktarmaya/bildirmeye/paylaşmaya yarayan ve kaynak tarafından üretilen fizik bir üründür. Sözel, görsel, görsel-ışitsel, tensel vb. olabilir.

İçerik ve yapı iletinin iki temel boyutunu oluşturur. İçerik anlama; yapı simge ve kodlarla ilgilidir.

Anlam nedir? İletişimdeki sorunların büyük bir kısmı anlam kargaşasından, uzlaşmazlığından kaynaklanır. İletişimde anlatamamaktan ve anlaşılammaktan kaygılanmak yersiz değildir. Çünkü, ilettiklerimizin anlaşılmmaması ya da istediğimizden değişik anlaşılması iletişimin kopmasına ya da amacımızın dışına çıkmasına neden olabilir. Bu nedenle anlam iletişimin odağını oluşturur.

- Geçerken anlamlı bir bakış attı.
- Sararan yaprakların benim için özel bir anlamı vardır.
- Türkçe'de ayrı yazılan "da" eki dahi anlamına gelir.
- Sözcüklerin kendi başına anlamı yoktur, onlara bir anlam veririz.

Yukarıdaki örnekler "anlam" sözcüğünün değişik anlamlarla kullanılabildiğini göstermektedir. Bu durumda anlam '**anlatanın ya da anlayanın anlattığı ya da anladığı şey ile ilgili duyusu, yöneliş biçimidir**' denilebilir. Bu tanım bize anlamın kendi başına varlığı olmadığını, insan tarafından duygu ve düşüncelere göre yaratıldığını göstermektedir. Herhangi bir ilgi, duygu ya da düşünce konusu olan herşey bir anlam taşır.

Böylece anlamın insanlar tarafından yaratılan, öğrenilen, unutilan ve değişen bir şey olduğu söylenebilir. Anlamın toplumsal/kültürel (nesnel) ve bireysel (öznel) olmak üzere iki yönü vardır. Birincisi, toplumsal uzlaşım ve birikimle; ikincisi bireysel yaşantılarla ilgilidir. Her insan üyesi olduğu toplumun kültürüne göre belirlenmiş anlamları öğrenir ama kendi yaşantıları da öğrenerek anlamlandırdığı şeylere özel anlamlar ya da- eskisinin yerine- yeni anlamlar yüklenmesine neden olabilir. Kısaca, anlam şeylerde ve olaylarda değildir; insanın fizik ve toplumsal çevresiyle etkileşimlerinden kaynaklanır, bu etkileşimlerdeki değişmelerle birlikte değişir. Anlamın düz anlam, yananlam ve yapısal anlam olmak üzere üç boyutundan söz edilebilir.

Düz anlam; herhangi bir simge ile temsil ettiği şey arasında toplumca uzlaşmış bir ilişkiyi yansıtır; reklam sözcüğünün bir ürünün satılması için yapılan propagandayı dile getirmesi gibi.

Yananlam, herhangi bir simge ile temsil ettiği şey ve birey arasındaki ilişkilerin sonucunda oluşur. Örneğin, bir reklamın, onu üreten kişi için taşıdığı yananlam, reklamın hedefi olan kişiler için taşıdığı olumlu/olumsuz yananlamlardan daha değişiktir. Yananlamlar bireylere göre olabileceği gibi, toplum ve kültürlere göre de olabilirler. Örneğin, ağacın bir orman köylüsü için taşıdığı yananlamlar; çölde yaşayan bedevininkinden çok değişiktir.

Yapısal anlam, dilbilgisi ve kodlarla ilgilidir. Düzanlamı taşıyan simgelerin/işaretlerin aralarındaki ilişki ile ortaya çıkar. Örneğin, "gitmek" eylemi ile "ben" ve "sinema" arasında bir ilişki kurmak ve buna zaman boyutu katmak istiyorsak, yapısal anlamı belirlemek zorundayız. Böylece, "Bu akşam sinemaya gideceğim" dediğimizde yapısal anlamı oluşturarak iletimizi oluşturan

simgeleri (sözcükleri) vermek istediğimiz anlamı yaratacak biçimde ilişkilendirilmiş oluyoruz.

Özetle anlam kendiliğinden var olmayan, toplumsal uzlaşım ile belirlenen bir olgudur. Örneğin sözcükler yanyana gelen ses ve harfler olarak düşünülürken bir anlama sahip değillerdir; onlara anlamlarını kazandıran toplumsal ve bireysel yaşantılardır. Bu bağlamda iletişim, anlamlar paylaşılabilir ölçüde gerçekleşir. İnsanlar değişik sözcüklerle anlaşabilecekleri gibi, aynı sözcüklerle anlaşamayabilirler.



Anlamı ve özelliklerini açıklayınız. Anlamın üç boyutu hangileridir?

İletişimde oynadıkları rolü tartışınız.

İletin yapısı ile ilgili olan simge *(sembol) nedir? Kültürel yaşamın temel koşullarından birinin insanın simge yapma ve kullanma becerisi olduğunu belirtmiştik. Çünkü ne türden olursa olsun, insan iletişimi bir dile ve onu oluşturan simgelere dayanır. Simge, "**Belli bir insan topluluğunun uzlaşarak kendisine belli bir anlam yüklediği somut nesne ya da işaret...**"tir. (TDK 1983: C2, 1060). Bu tanımdan hareketle insan yapısı olsun / olmasın her şeyin -anlamında uzlaşılması koşuluyla- simge olabileceği kabul edilir. Bazı kültürlerde alyans evliliği, güvercin barışı; bir bitki kabile totemini, bir renk bir ideolojiyi, bir sözcük bir düşünceyi, bir jest bir duyguyu simgeleyebilir.

Simge bir tür özetleme, kestirme anlatım aracıdır. Sözcükler gibi simgesel araçlar geliştirememiş olsaydı, insanoğlunun iletişimi anlık ve görülebilirle sınırlı kalır, iletilmek istenenler de tam aktarılamazdı.

* İletişimde kullanılan işaretler/nesnelere temsil ettikleri şeyle benzerlik/benzemezlik ölçütüne göre; duygusal özel anlamlar yüklenip/yüklenmemelerine göre; aralarındaki ilişkinin nedenli/nedensiz oluşuna göre gösterge, simge, belirti, ikon gibi ayrımlanırlarsa da burada simge sözcüğü hepsini içeren en genel anlamında kullanılmaktadır.

İleti alış verişi için uygun simgeleri bilmek ve kullanmak yeterli sayılır mı? İletişimi gerçekleştirebilmek için gerekli ve uygun simgeleri bilip seçmek bir zorunluluktur. Ancak, istenilen anlamın yaratılabilmesi bunların kodlanmasını gerektirir. Başka deyişle, iletişimde simgeler belli bir anlam sistemine, kod'a göre örgütlenirler.

İletişimde **kod**, bir toplumun üyelerine ortak olan bir anlam sistemidir. Bu sistem simgeler ve bunların nasıl kullanılacağını belirleyen toplumca uzlaşmış kurallardan ve geleneklerden oluşur. Dans, müzik, yazı, resim, konuşma vb. sözlü/sözsüz tüm diller birer kod'dur. Jestler, notalar, yazılı/sözlü sözcükler, renkler ve çizimler vb. iletinin yapısal anlamını oluşturacak biçimde düzenlendiklerinde kodlanmış olurlar.



Simge ile kod arasındaki farkları ve ilişkileri açıklayınız.

2.3. Kanal ve Araç

İletişim iletinin gönderilebilmesine ve alınabilmesine bağlıdır. Kanal ve araç iletinin aktarılmasında/gönderilmesinde ve alınıp algılanmasında aracı rolünü oynarlar. Bazı kaynaklarda bu ikisi birbirinin yerine kullanılır, bazılarında kaynakla alıcı arasında yer alan tüm düzenleniş kanalı olarak adlandırılır. Bununla birlikte, bizim burada yaptığımız gibi, birbirleriyle yakından ilişkili bu iki temel öğeyi ayırmak ve ayrı ayrı tanımlamak daha doğru görülmektedir.

İletişimde **kanal**, işitme, görme, dokunma, koklama ve tat almayla ilgili duyu organlarını uyarabilecek ve belli fiziksel özellikleri olan araçlardır. Işık dalgaları, radyo dalgaları, ses dalgaları, telefon kabloları, sinir sistemi gibi iletiyi taşıyan fizik araçlar örnek verilebilecek kanallardır.

İletişim **aracı**, kanallar aracılığı ile iletileri alan/gönderen, yayan fizik ya da teknik araçlardır. Ses, yüz, vücut, telefon, kitap, resim, televizyon vb. gibi araçlar iletişim araçlarıdır.

İletişimin gerçekleşmesinde ve etkili olabilmesinde kanal ve araç seçiminin önemi büyüktür. Kişime, ne amaçla, neyi iletmek istediğimiz kullanılacak kanalı ve aracı belirler. Örneğin, belli bir konuda etkileyici iletişim/propaganda yapmak istiyorsak görsel, işitsel, görsel- işitsel kanallardan hangisinden yararlanarak amacımıza ulaşabileceğimizi öngörmeniz gerekir. Hedef olan kişilerin sayıca çokluğu/azlığı, okur- yazar olup olmamaları, bizimle aynı mekânı ve zamanı paylaşıp paylaşmamaları vb. özellikler hangi kanalları ve araçları seçmemizin zorunlu ve yararlı olacağını büyük ölçüde tayin eder.

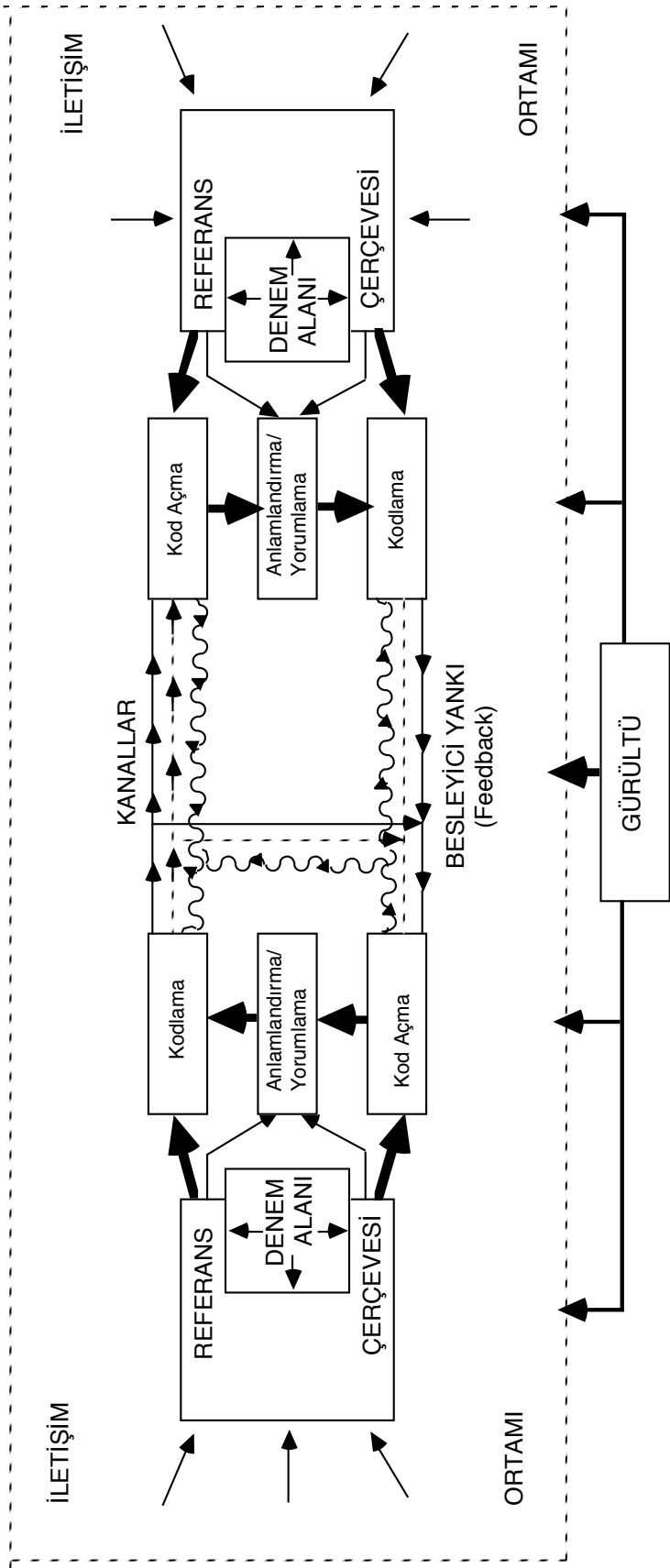


İletişimin temel öğelerini belirtip, tanımlayınız.

Kanal ve araç seçimi ile kullanılacak kodların belirlenmesi arasındaki ilişkiyi tartışınız.

3. İLETİŞİM SÜRECİNİN İŞLEYİŞİ

İletişim sürecinin işleyişi sözel- görüntüsel bir model çerçevesinde incelenip betimlenebilir. Bunun yararı, süreç içinde yer alan öğeleri, bunlar arasındaki ilişkileri ve değişimleri görebilmemizi ve kavrayabilmemizi sağlamasındadır. Başka deyişle, model dinamik ve sürekli bir oluş içindeki bir etkileşimin belli bir anındaki durumun incelenmesine olanak verir. Ancak, kaynakla hedef arasında gerçekleşen ileti alış-verişinin taraflarda olduğu kadar, iletilerin içeriğinde (anlamında) yarattığı değişimi yansıtmaz. Bununla birlikte, sürecin işleyiş biçimiyle ilgili genel bir tasarım elde etmemizi sağlar. (Bkz. Çizim 3.1).



Çizim 3.1 : İletişim Sürecinin İşleyişi

İletişim süreci, bir dizi süreçle gerçekleşen iki aşamada incelenebilir: 1) Kaynaktan hedefe ileti akışı; 2) Hedeften kaynağa ileti akışı.

3.1. Birinci Aşama: Kaynaktan Hedefe İleti Akışı

Bu aşama, belli bir iletişim durumunda kaynak olan kişinin iletisini hazırlayıp üretmesi, hedefe göndermesi ile ilgili süreçleri içeren aşamadır. Bu süreçler aşağıdaki gibi belirtilebilir:

- 1) Anlandırma/yorumlama süreci,
- 2) Kodlama ve gönderme süreçleri.

1) Anlamlandırma Süreci

Kaynak, iletişimde bulunmak istediğinde/zorunda kaldığında, önce kime neyi iletmek durumunda olduğunu değerlendirecek, sonra iletisini zihinsel olarak oluşturacaktır. Kaynağın amacını, hedefinin özelliklerini, kısaca iletişim durumunu ve bu durumda kendi konumunu anlamlandırıp, yorumlaması sürecinde referans çerçevesi belirleyici olacaktır.

Referans (izafet) çerçevesi, kişinin gerçekleri algılayışı ve değerlendirişi ile ilgili bir kavramdır. Referans çerçevesi, her insanın "gerçek"lere bakış açısı, toplumsal ve kültürel çevresi ile etkileşimleri ve yaşantıları ile belirlenir.

İletişim sürecinde referans çerçevesini oluşturan iki grup etkenden söz edilebilir. Bunlardan bir bölümü iç etkenlerdir ve denem alanını oluştururlar; bir bölümü dış etkenlerdir ve iletişim ortamı adı altında sınıflandırılırlar.

Denem alanı (iç etkenler), iletişimin gerçekleştiği ortamın koşullarından bağımsız, görece olarak uzun süreli/değişmez olan etkenleri kapsar. Denem alanı kişinin geçmiş yaşantılarından (bilgilerinden), değer, tutum ve inançlarından, güvenlik, özgürlük, cinsellik vb. gibi temel psikolojik gereksinimlerinden oluşur.

İletişim ortamı (dış etkenler), iletişimin gerçekleştiği ortamın koşullarına göre değişen etkenleri kapsar. Bulunulan yerin ışık durumu, çevrenin kalabalık ve gürültülü olup olmayışı, kaynağın o andaki psikolojik halleri (yorgun/gergin/sevinçli/rahat vb), hedefle arasındaki uzaklığın fiziksel ve kültürel yönden uygun olup olmaması, hedefle karşılıklı rol ve statü ilişkileri, hedefin hal ve tavırları, iletişimden beklentileri gibi etkenler iletişim ortamını belirleyen dış etkenlerdendir.

İletişim ortamından gelen uyarıcılar denem alanını uyarıcı ve tamamlayıcı oldukları gibi, denem alanını oluşturan etkenler de iletişim ortamından kaynaklanan uyarıcıların anlamlandırıl-

masını sağlar. Başka deyişle, denem alanı ve iletişim ortamı karşılıklı etkileşim içinde referans çevçevesini oluştururlar.

Kısaca, referans çevçevesinde yer alan iç ve dış etkenlere göre durumu, ilişkileri ve amaçlarını anlamlandıran kaynak iletilerinin içeriğini ve biçimini de zihinsel olarak belirleyecektir.

2) Kodlama ve Gönderme Süreçleri

Bu süreç, önceki süreçte kaynağın zihinsel olarak oluşturduğu düşünceleri/iletileri başkaları tarafından algılanabilir ve anlaşılabilir simge sistemlerine dönüştürmesi ve bunları göndermesi süreçlerini içerir.

Kaynak iletilerini kodlarken öncelikle hedefin özelliklerine, iletişim durumunun koşullarına ve kendi amaçlarına uygun kanal; araç ve simge sistemini seçecektir. Kullandığı simge sisteminin de hedefle ortak düzenlamları içermesine dikkat edecektir.

Sözlü kodlama (konuşma dili), iletişimde başvurulabilecek kodlardan yalnızca biridir. yazı ile, yüz ve vücut hareketleri ile, çizimle, dokunma ile kodlama gibi yöntemler- duruma bağlı olarak tek başına ya da birkaçı birlikte kullanılabilir kodlardır. Ancak, sözlü- sözcük kodlamaları- ımız, iletmek istediklerimizin tam aktaramazlar; her zaman dile getirilemeyen yananamlar kalır.

Seçilen kod, aynı zamanda gönderilme sürecinde kullanılan kanal ve aracın da seçimi demektir. Örneğin, yüzyüze iletişim durumunda sözlü kodlama, ses dalgalarından, konuşma sistemimizden ve sesimizden yararlanmamız demektir. Radyo ile ileti gönderilmesi durumunda ise yukarıdakilere ek olarak mikrofon, radyo dalgaları, verici gibi kanal ve araçlar da devreye girer.

Bazı durumlarda kaynak tek kodlayıcı ve gönderici olduğu halde, bazılarında birden fazla, başka deyişle aşamalı, kodlama ve gönderme süreci olur. Örneğin, telefonla yapılan görüşmede mikrofon kaynağın kodlayıp gönderdiklerini yeniden kodlayan ve gönderen bir kodlayıcıdır. Bazı durumlarda tek bir koddan yararlanılır, bazılarında- isteyerek ya da istemeden- birden çok kod kullanılır. Örneğin, yüzyüze ya da televizyonla iletişimde kaynak yüz ve vücut hareketlerini- anlattıklarını pekiştirmek ya da tamamlayacak biçimde- isteyerek kullanabileceği gibi, istemeden kendisini ele verecek biçimde de sergileyebilir.

İletilerin kodlama ve gönderiliş süreçlerinde gözönüne alınması gereken bir olgu da **yinelemedir**. Bu olgu iletilerin anlaşılabilirliği ile ilgilidir. Yineleme aynı iletinin (anlamın) birkaç defa yinelenmesi ya da başka benzer/değişik simgelerle yeniden kodlanması biçiminde olabilir.

Konuşurken, yazarken "yani", "demek istiyorum ki"; "başka deyişle" gibi ifadelerle yaptığımız açıklamalar, dile getirdiğimizi jestlerle, çizimle de göstermek ikinci türden yinelemeye örnek

verilebilir. Yineleme, iletişimde taraf olanların bilgi düzeyi ile de ilişkilidir. Kaynağın başvurduğu simgeler ve bunların kodlanması gereğinden çok bilgi yüklü olursa (yineleme oranı çok azsa) iletilerinin anlaşılabilirliği çok düşük; buna karşılık tümüyle öngörülebilir simgelerle kodlama yaparsa (yineleme oranı çok yüksek) iletilerinin kavranma düzeyi çok yüksek ancak ilgi çekiciliği az olur. Örneğin, "iletişim" konusunun size açıklanması bir ilkökul öğrencisine yapıldığı gibi yapılırsa, yineleme oranı çok yüksek olduğundan, size sıkıcı gelecek; buna karşılık sizin için yazılanlar bir ilkökul öğrencisi için, yineleme oranı çok düşük kalacağından, zor ve anlaşılmaz olacaktır.

Özetle, kaynak denem alanından ve iletişim ortamından gelen uyarılara (referans çevrevesi-ne) göre iletişim durumunu anlamlandırıp yorumlamakta, zihinsel olarak ürettiği iletileri seçtiği kanal ve araçlarla göndermektedir. Referans çevrevesi iletilerin kaynaktan hedefe üretilip gönderilme süreçlerinin tümünde etkili olmaktadır.



Kaynaktan gönderilen iletiler hedefe ulaşmadan önce iletişimde yer alan süreçleri örneklendirerek açıklayınız.

3.2. İkinci aşama: Hedeften Kaynağa İleti Akışı

Bu aşama, belli bir iletişim durumunda hedef/alıcı olan kişinin iletileri alması ve bunlara tepki göstermesi ile ilgili süreçleri içerir. Bu süreçler aşağıdaki gibi sınıflandırılabilir:

- 1) Algılama ve kod açma süreçleri,
- 2) Yorumlama süreci,
- 3) Kodlama ve geri besleme süreci.

1) Algılama ve Kod Açma Süreçleri

İletişimde **algılama**, iletilerin hedef/alıcı tarafından- duyu organları aracılığı ile- farkına varılması sürecidir. Bu süreç, algılayan kişinin özelliklerine olduğu kadar, uyarıcıların niteliklerine de bağlı olarak gelişir. Başka deyişle, hem kişinin referans çerçevesi, hem de iletilerin hedefin alıcı kanallarına uygun olup olmaması algılamanın temelini oluşturur. Örneğin, görmeyen biri için görsel iletiler uygun nitelikte uyarıcılar değildir. Aynı ortamda bulunan iki kişiden birinin duvarda asılı olan bir resmin farkına varması, diğerinin varmaması referans çevrevelerindeki ayırmadan kaynaklanır. Algıdaki bu duyarlılık farkı dikkatle ilgilidir.

Dikkat, hedefin/alıcının içinde bulunduğu ortamda duyularını uyaran değişik birçok uyarıcılar arasından birine/bazılarına özel bir ilgi duymasıdır. Bu nedenle, dikkat iletişimde algılama-

nın başlangıcıdır. Bunun ilk koşulu ne türden olursa olsun iletilerin yöneldikleri kişinin duyum eşiğini şiddet, büyüklük, hız, yinelenme sayısı gibi fizik özellikleriyle aşabilmeleridir. Yanı sıra kaynağın fizik özellikleri, güvenilirliği, saygınlığı, hedefin ilgileri, bilgi düzeyi, beklentileri gibi etkenler de dikkatin oluşmasında belirleyicidirler. Özetle, alıcının/hedefin dikkati seçici bir tavrıdır ve bu tavır algılama süreci boyunca etkili olur.

Kod açma, algılama sürecinde iletilere dikkati çekilen hedefin/alıcının algıladığı işaretleri zihinsel olarak anlamlı simgelere dönüştürmesi sürecidir. Hedef/alıcı bu süreçte algıladığı iletileri çözümlenerek brüt biçimde zihninde yeniden oluşturur. Böylece algılanan iletiler bellekte varolan düz anlamları düzeyinde çözümlenerek gürültü (anlamsız uyarıcılar) olmaktan çıkarılır. Örneğin, Çince bilmeyen biri için Çince bir konuşma ileti niteliğini taşımaz. Çünkü, dikkat edilerek algılansa bile kod açma süreci gerçekleşemez.

Özetle, kod açma sürecinde işaretler ilgili oldukları kodlar bağlamında simgelere ve aralarında ki ilişkilere göre anlamlı iletilere dönüştürülürler. Bu dönüştürme sürecinde kazandıkları anlamlar öncelikle düz anlamlardır. Örneğin, siz bu tümceyi okurken kağıt üzerinde gördüğünüz yazılı işaretleri, beyaz üstünde siyah işaretler olmaktan çıkarıp sözcüklere dönüştürüyor aynı zamanda da anlam kazanan bu sözcükler arasındaki ilişkilere göre tümcenin anlamını kuruyorsunuz.

2) Yorumlama Süreci

Bu süreç, hedefin/alıcının kodaçma sürecinde düz anlamlarını oluşturduğu iletileri referans çevresine göre bir kez daha anlamlandırdığı süreçtir. Örneğin, « Gençlere karar ve seçimlerinde özgürlük tanımak gerekir» iletilerini alan kişi genel dünya görüşü açısından tutucu bir insansa (denem alanı) iletiyi geleneklere ve yaşlılara saygısızlık gibi yorumlayabilir. Buna karşılık liberal bir insan da aynı iletilerin- söyleyen kendi çocuğu ise- kendisine yönelik bir eleştiriyi içerdiğini düşünebilir.

Sözlü ve yazılı iletişimde kullanılan sözcükler ve bunların kodlanış biçimi de yorumlama sürecinde etkili olurlar. Çünkü, kullanılan sözcük dağarcığı ve kodlama biçimi kaynağın kültür çevresi, toplumsal sınıfı, ideolojik yaklaşımları konusunda doğru/yanlış ipuçları sağlar. Örneğin, kaynak türkçe'de eski deyimlerle konuşuyorsa tutucu, yeni deyimlerle konuşuyorsa ilerici olarak değerlendirilebilir ve bu da iletilerinin yorumlanışında önem kazanabilir.

Özetle, iletişimde yorumlama süreci algısal seçiciliğin etkin bir biçimde sürdüğü ve hedef taraftan algılanan ve kod açma sürecinde ilk işlemde geçmiş olan iletilerin, hedefin denem alanını ve iletişim ortamını belirleyen etkenlere göre değerlendirilerek anlamlandırılması bitmiş bir

ürüne dönüştürüldüğü süreçtir.

3) Kodlama ve Geri Besleme Süreci

Geri besleme/geri iletim (feedback), alıcının algıladığı ve yorumladığı iletilere sözlü, sözsüz her türlü tepki verme sürecidir. Alıcı, kendisine ulaşan iletilere yaptığı yorumlandırmalar çevresinde 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 (iletişim merkezlerine) de yayılabilir. Okuyucu, izleyici mektupları, kamuoyu araştırmalarına verilen yanıtlar, ancak belli bir süre sonra iletileri gönderen kaynağa ulaşan **besleyici yankılardır**. Yayınlanan bir film, bir kitap eleştirisi ise asıl olarak kaynağa değil okuyuculara, izleyicilere yöneliktir.

İletişimde, geri besleme sürecinden söz edilebilmesi için kaynağın, iletilerinin yol açtığı tepkilerden er ya da geç kesinlikle haberdar olması gerekir. Çünkü, kaynak ancak böyle bir sürecin işlemesi ile amacına ulaşmış ve ulaşmadığı ve iletilerinin sonuçları hakkında bilgi sahibi olabilir.

Yüzyüze iletişimde susma, baş çevirme, kaş çatma, el kol işaretleri gibi sözsüz iletiler de besleyici yankılardır. Hedef çok kanallı bir geri besleme sürecinde sözsüz iletişim kodlarını genellikle sözlerini desteklemek için kullanır. Ancak bazı durumlarda sözsüz kodlar istemeden sözlü iletileriyle çelişir ya da ona değişik yananamlar katabilir. Örneğin, kaynağın iletilerini sözleriyle onaylarken, ses tonu ya da kaş çatması ile onaylamadığını ele verebilir.

Geri besleme süreci ile ilgili olarak, kaynağın ya da hedefin kodlayıp gönderdikleri iletiler daha karşı tarafın tepkilerine yol açmadan kendi kendilerine yönelttikleri besleyici yankıdan da söz etmek gerekir. Örneğin, ağızdan çıkan yanlış bir sesi, sözü, hemen farkına varıp düzelten kişi kendisine yönelik bir tepki/geri besleme yapmış sayılır.

İletişim sürecinin işleyişini irdelerken üzerinde durulması gereken bir başka olgu da "gürültü"dür.

Gürültü, iletişim sürecinde değiş- tokuş edilen iletilerde kaynak ve hedef tarafından öngörülmemiş, istenmeyen ve iletişimin kötü işlemesine ya da tümüyle engellenmesine neden olan şeylere denir.

Gürültüye neden olan kaynaklar dört grupta sınıflandırılabilir:

1. **Fiziksel gürültü kaynakları:** Konuşma seslerini bastıran çocuk ağlamaları, uçak sesleri, radyoda ve telefonda parazitler, televizyonda görüntü kaymaları, yazıda silinmiş ya da alıcının tanımadığı işaretler vb. gibi.
2. **Fizyo- nörolojik gürültü kaynakları:** İşitme, görme bozukluğu, zihinsel engeller,

konuşma bozuklukları, kısaca kodlama ve kod açma sistemlerinde ya da merkezdeki doğal sorunlar, açlık, yorgunluk gibi durumlar.

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

4. Toplumsal- kültürel gürültü kaynakları: Tarafların bilgi düzeyleri, kültürel çevre ve yaşantıları arasında köklü ayrımlar vb. gibi.

Yukarıdaki sınıflandırmada verilen örneklerden de anlaşılacağı gibi, gürültü, kaynak, araç, kanal, hedef gibi temel iletişim öğelerinin herbirinden kaynaklanabilir. Ya da bunlara dıştan gelen etkiler de olabilir. Bu nedenle gürültü hem denem alanı, hem iletişim ortamı ile de ilgilidir. Ayrıca bunlardan bazıları kaynak ve hedefin referans çevrelerini belirleyen sürekli etkenlerdendirler, bazıları ise geçicidirler, ortadan kaldırılabilirler. Önyargıları, kültürel çevre ayrımlarını aşmak, konuşmayı ve dinlemeyi engelleyen bir radyoyu kapatmak kadar kolay değildir. Ancak, nereden kaynaklanırsa ve ne türde olursa olsun gürültü, belli bir durumda iletişimin işleyişinde yer alan tüm süreçlerde olumsuz rol oynar. Örneğin, çok fazla gürültülü bir ortam kaynağın iletilerini kodlama ve gönderme süreçlerindeki başarısını azaltabileceği gibi, hedefin dikkatinin dağılmasına, algılama ve kod açmada sorunlarla karşılaşmasına yol açabilir. Önyargılar, algılama ve yorumlama süreçlerindeki seçiciliğin aşırı olmasına ve kodlanan anlamlarla yorumlanan anlamların tümüyle değişik olmasına neden olabilir.



*İletilerin alıcıya/hedefe ulaşmasından sonra gerçekleşen süreçleri açıklayınız.
Gürültü kavramını tanımlayıp, değişik gürültü kaynaklarını sınıflandırınız.*

3.3. İletişimin Gerçekleştiği Alan: Ortak Referans Çevresi

Aynı dili konuşuyor olmak ve aynı ülkede yaşıyor olmak da her zaman kaynakla hedef arasında iletişim gerçekleşebileceği anlamına gelmez. Değişik kültür çevrelerinden gelen, değişik yaşantılara sahip insanlar sözde aynı dili kullandıkları halde gerçek bir iletişim kuramayabilirler.

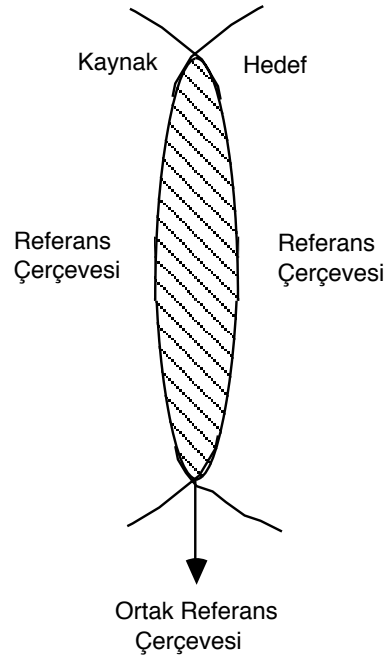
Çünkü, daha önce de belirtilmiş olduğu gibi, iletişim yalın bir ileti alışverişi değil, anlamların paylaşımıdır. Yakınma konusu olan kuşaklar arası "iletişim kopukluğu" sözcük dağarcığının değişikliğinden ya da yetersizliğinden değil, referans çevrelerinin ve yarattıkları anlamların ayrı oluşundan kaynaklanır. Dilimizdeki halk deyimleri bu sorunu ne güzel dile getirirler:

* Ben derim bayram haftası,

O anlar mangal tahtası.

- * Ben hadımım derim, o oğuldan,
Uşaktan nen var, der.
- * Ben sorarım ilm-i hikmetten,
Sen dersin çalmadım kilimi
mektepten.

Gerçi, kaynağın gönderdiği iletilere yüklediği anlamlarla, hedefin bunları yorumlaması sonucunda ortaya çıkan anlamlar hiçbir zaman birbirinin aynısı değildir. Çünkü, ne denli benzeşirlerse benzeşsinler insanların referans çerçeveleri birbirinden değişiktir; bu nedenle, yorumlama sürecinde ortaya çıkan anlamlar kaynağınkinden az/çok ayrı olur. İletişimin gerçekleşebilmesi, hedefle aralarında anlaşabilmelerini sağlayacak ortak bir anlamlandırma alanının bulunmasına bağlıdır. Bu ortak alan iletişimde taraf olan kişilerin referans çerçevelerinin kesiştikleri noktalarda ortaya çıkar. Bu alana **ortak referans (izafet) çerçevesi** denir (Bkz.: Çizim 3.2.)



Çizim 3.2. Ortak Referans Çerçevesi

?

İyi niyetinize ve çabalarınıza karşılık başkalarıyla anlaşamadığınız durumları anımsamaya çalışınız. Varsa, sizce bunların nedeni nedir? Ortak referans çerçevesi hangi etkenlerde benzerlik anlamına gelir, açıklayınız.

Özet

olarak işler. Çünkü, her iki durumda da iletişimde yer alan ögeler sürekli ve karşılıklı etkileşim içinde durmadan değişirler.

İletişim sürecinin temel ögeleri kaynak ve hedef, ileti; kanal ve araçlardır.

Kaynak ve hedef iletiyi sunan ve alan kişi ve gruplardır. İleti içerik olarak anlam, yapı olarak simge ve kodlardan oluşur. Anlam iletişimin anahtarı, simge ve kodlar anlamın fiziksel alt yapı malzemesidir. Kanal ve araçlar ise anlamı oluşturacak biçimde düzenlenmiş simge ve kodları ileten fizik ve teknik yol ve olanaklardır.

İletişim sürecinin işleyişi, belli bir iletişim durumunda iletişimde yer alan ögeler ve bunların karşılıklı ilişki ve etkileşimlerini gösteren sözel ve görüntüsel bir modelle incelenebilir.

Böyle bir modelde işlevsel açıdan kaynaktan hedefe, hedeften kaynağa aşamaları ayırt edilebilir. Birinci aşama, anlamlandırma/yorumlama; iletileri kodlama ve gönderme süreçlerinden; ikinci aşama, algılama ve kod açma; yorumlama; kodlama ve geri-besleme süreçlerinden oluşur. Bu süreçlerde kaynağın içeriğini belirleyip kodladığı ve değişik kanal ve araçlar aracılığı ile gönderdiği iletiler, hedef tarafından yeniden üretilip yorumlanmakta ve bu yorumlara göre oluşan tepkiler kodlanıp kaynağa geri gönderilmektedir. İletişim, tarafların ortak referans çerçevesinde gerçekleşmektedir.

Değerlendirme Soruları

1. Aşağıdakilerden hangisi iletişim sürecinin temel ögelerinden değildir?

- A) Kaynak B) İleti C) Araç D) Sözcük E) Alıcı

2. Aşağıdakilerden hangisi anlamın özelliklerinden değildir?

- A) İnsanlar tarafından değiştirilemez. B) İnsanlar tarafından yaratılır
C) İnsanlar tarafından öğrenilir D) İnsanlar tarafından unutulur
E) İnsanlar tarafından değiştirilir

3. Aşağıdakilerden hangisi anlamın boyutlarındanıdır?
A) Dolaylı anlam
B) Dolaysız anlatım
C) Yananlam
D) Yapısal yapıcı anlam
E) Doğru anlam
4. Aşağıdakilerden hangisi simge için söylenemez?
A) Simge somut nesne ya da işarettir
B) Simge bir tür özetlemedir
C) Simge bir insan topluluğunun uzlaşmasıyla oluşturulur
D) Simgenin diğer bir adı koddur
E) Simge kestirme bir anlatım biçimidir.
5. Aşağıdakilerden hangisi hedeften kaynağa ileti akışındaki süreçlerdendir?
A) Algılama ve kod açma süreçleri
B) Yorumlama süreci
C) Kodlama süreci
D) Geri besleme süreci
E) Hepsi
6. Aşağıdakilerden hangisi gürültüye neden olan kaynaklardandır?
A) Fiziksel gürültü kaynakları
B) Fizyo- nörolojik gürültü kaynakları
C) Psikolojik gürültü kaynakları
D) Toplumsal- kültürel gürültü kaynakları
E) Hepsi

Yararlanılacak Kaynaklar

BAYMUR, Feriha **Genel Psikoloji**. 4. Baskı, İstanbul: İnkılâp ve Aka Basımevi, 1978.

BERLO, D.K., **The Process of Communication**. New York: Holt, Rinchart and Winston, Inc., 1960.

BÜKER, Seçil, **Sinema Dili Üzerine Yazılar**. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 1985.

- CÜCEOĞLU, Dođan **İnsan İnsana**, İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 1979, s. 174.
- ESCARPIT, Roger, **Theorie Générale de l'Information et de la Communication**. Paris: Hachette, 1976.
- FEVRIER, J.G., **Histoire de l'Écriture**. Paris: Eds. Payot, 1984: 11.
- FISKE, J., **Introduction to Communication Studies**. New York: Methucn and Co. Ltd., 1982, s. 68.
- HANÇERLİOĞLU, Orhan, **Felsefe Sözlüğü**. 6. Basım, İstanbul: Remzi Kitabevi, 1982.
- KRECH, D ve CRUTCHFIELD, R.S., **Sosyal Psikoloji**. Çev. E. Güçbilmez ve O. Onaran, Ankara: Türk Siyasi İlimler Derneđi Yay. S.İ. serisi No. 12, 1967.
- MARDIN, Şerif., **İdeoloji**. 2. Baskı, Ankara: Turhan Kitabevi, 1982, s. 91.
- MYERS, G.E ve M.T., **The Dynamics of Human Communication**. U.S.A.: McGraw-Hill Company, 1976, s. 106- 107.
- OZANKAYA, Özer., "İletişim", **Toplumbilim Terimleri Sözlüğü**. 3. Basım, Ankara: Savaş yayınları, 1984.
- TAMER, Kezban., **İletişim Bilimleri** (2). Eskişehir: Anadolu Üni. A.Ö.F. Yayınları No. 59, 1986.
- TRENT, J.D ve J.S., "The Process of Human Communication", **Concepts in Communication**. J.D. Trent, J.S. Trent ve D.J.O'Neill (eds.), Boston: allyn and Bacon, Inc., 1973.
- WATZLAWICK, P. BEAVVIN, J.H., JACKSON, D.D., **Une Logique de la Communication**. Paris: Eds. du Seuil, 1972.
- ZILLIOĞLU, Merih, **İletişim Nedir?** İstanbul: Cem Yayınları, 1993.