

## **İLETİŞİM**

### **NEDEN İLETİŞİM?**

İnsan davranışları ile ilgili her alanın iletişim ile ilgilenmesi zorunludur (Wilbur Schraam)

### **İLETİŞİMİN İNSAN YAŞAMINDAKİ YERİ VE ÖNEMİ**

İnsanlar toplum halinde yaşarlar. Toplum halinde yaşamak yalnızca yan yana gelmek değildir. Toplum halinde yaşamak ilişkiler kurarak yaşamak demektir. Çünkü insanların, en basitinden en karmaşığına değin gereksinmelerini giderebilmeleri bu sosyal, ekonomik ve kültürel ilişkiler ile olanaklıdır. Bu bağlamda, toplum, aritmetik bir bireyler toplamından daha çok bir ilişkiler toplamıdır. İnsan ilişkilerinin kurulması ise ancak iletişim ile olur. Bu nedenle insanlar sürekli olarak birbirleriyle iletişim halindedirler. İletişim insanoğlu için toplum halinde yaşamın zorunlu ve kaçınılmaz kıldığı bir etkinliktir. İnsanın iletişim zorunluluğu duymaması ancak ıssız bir adada tek başına kalması durumunda olabilir.

### **NASIL İLETİŞİM**

(a) İnsanlar konuşurlar. Sözcükler, yüz yüze ilişkilerle ya da radyo, tv, cep telefonu gibi araçlarla iletilir.

(b) İnsanlar yazı yazarlar. Yazılı sözcükler gazete, kitap, ilan tahtası, mektup, e-mail ile paylaşılır.

(c) İnsanlar duygu, düşünce ve gözlemlerini; müzik, şiir, roman, resim, yontu v. b. sanat yapıtlarıyla, iletirler.

(d) İnsanlar anlam yükleyerek yaptıkları vücut hareketleri olan jest ve mimiklerle iletişim kurarlar. El sıkışma (ya da diğer selamlaşma biçimleri), göz kırpma, baş sallama (Hindistan), bıyık burma, başlıca jest ve mimiklerdir. Pantomim tamamıyla vücut anlatımına dayalı bir iletişimdir.

(e) Hatta insanlar susarak, hiç bir şey yapmadan iletişim kurarlar. Sınıfta gürültü başlayınca susan hoca, sınıfı susturur.

(t) İnsanlar giysileriyle iletişim kurar. Anadolu köylerinde dul hanımların ördüğü çoraplardaki şekil ve renkler, genç kızların ördüğünden farklıdır. Birçok yerde "yas"ı bildiren giysi, giyim biçimi ve işaretler vardır.

(g) İnsanların iletişim için kullandıkları yöntemler ve araçlar sonsuzdur. Karadeniz Bölgesinin bazı yörelerinde evlenme çağına gelmiş kızı bulunan haneler bu durumu çatıya koydukları testi ile iletirler. Renkler, sayılar, kokular ve hatta mekân iletişim amacıyla kullanılabilir.

(h) Mekân (Köyodasında başköşe, En önemli haber manşete.) Yakın durma, uzak durma, yakınlık.

(k) Radyo, tv, telefon ve faks gibi başlıca iletişim araçları yanında: Flamalar ve bayraklar; trafik işaret ve ışıkları; siren, zil ve düdük sesleri; ramazan davulu v. b. de bilinen iletişim araçlarıdır. Kızılderililer dumanı, Afrikalılar tam-tam'ı uzakla iletişimde kullanmışlardır. Posta güvercini de aynı amaçla kullanılan ilginç (canlı) bir iletişim aracı olmuştur.

## İLETİŞİMİN TARİHSEL GELİŞİMİ

İnsanoğlunun uygarlık tarihi ile iletişim tarihi büyük ölçüde birbiriyle örtüşür. İletişimin tarihsel gelişiminde başlıca dört sıçrama noktası vardır.

1. *Konuşma yetisinin gelişmesi ve dillerin ortaya çıkışı.* İnsanoğlunun ilk iletişim biçimlerinin el-kol-vücut hareketleri ile doğada gördüklerinin taklidine dayandığı varsayılmaktadır. Öte yandan, insanların dil ve çenesinin yapısı çok çeşitli sesler çıkarmaya uygundur. İşte insanlar bu seslere giderek, kendi topluluklarının ortak olarak anlaştığı anlamlar yüklemişler ve kendi toplumlarında geçerli diller yaratmayı başarmışlardır. Yani çeşitli sesler, sözcükler durumuna, topluluğun diğer bireylerince de bilinen nesnelere ve olayların sembolleri durumuna geldi. İnsanlar dil yoluyla gördüklerini, yaptıklarını birbirlerine kolaylıkla anlatabildiler. Böylece, insanlar yalnızca kendi deneyimlerinden, deneme-yanılma yoluyla öğrendiklerinden değil, topluluğun diğer üyelerinin ve büyüklerinin deneyimlerinden yararlandılar. Ortak bir toplumsal birikimine sahip oldular. A. Ribard İnsanlığın Tarihi adlı yapıtında (s.6) "Çok uzun süren bu dönem boyunca insanoğlu çakmak taşıyı yontarak biçimlendirdiği gibi, gırtlaktan çıkan seslere de biçim vermiştir" demektedir.
2. *Yazının ortaya çıkışı.* İnsanoğlu ilk olarak yakın Asya ve Doğu Akdeniz'de tarımsal üretime başladı. İnsanın doğa ile kurduğu işbirliği sonucu doğan tarım devrimi ile önce yerleşik düzen ve kendine yeterli küçük tarımcı köyler doğdu. Daha sonra tarımsal bilginin gelişmesi ile ortaya çıkan artı ürün, ticaretin gelişmesine ve bazı insanların üretim dışında işler yapmasına olanak sağladı. Bu gelişmelerle ilk kent devletler ortaya çıktı. Bu ilk uygarlıklarda yazı bir gereksinme haline geldi ve M.Ö. 3000 yıllarında Sümerler, Asurlular ve Mısırlılarda ilk yazı görülmeye başlandı.

Yazının bulunması ile tarih öncesi dönemi kapandı, tarih başladı. Yazı ile insan düşüncesi zaman ve mekânda değişmeden hareket etme yeteneği kazandı. Bilgiler sağlıklı olarak saklandı ve iletildi. Hasan Ali Yücel'in deyişiyle, yazı ile insanoğlu ölümsüzlüğü keşfetti.

Yazının gelişimi de, hemen her alandaki gibi, somuttan soyuta doğru oldu. İlk semboller kendi kendini açıklayan resimler biçimindedir. Bunlara piktogram (resim yazı) denir. Daha sonra ideografik yazı doğdu. Burada da yazıda resimler hâkimdi. Ancak resimler sadece nesnelere değil, düşünceleri, eylemleri anlatıyordu. Örneğin kuş resminin uçuş eylemini anlatması gibi. Daha sonra resimler değil, sesleri gösteren şekil semboller üretildi ve böylece fonetik yazıya geçildi.

İnsanoğlu çok değişik yazı yüzeyleri kullandı. Yazı; düzgün taşlara, kemiklere, kil tabletlere, madeni ve tahta plakalara, papirüs ve parşömen üzerine yazıldı. Kağıt: M.S. 105 yılında Çin'de bulundu. İpek yolunu izleyerek İran ve Arap dünyasına ulaştı. Avrupa'ya ise ancak 12-13. asırda geçti.

3. *Yazının yığın halinde çoğaltılması* Matbaa 1457 yılında Gutenberg tarafından bulundu. Daha önce el yazması kitaplar ve elle çoğaltma vardı. Çinde, 600-700 yıllarında tahta baskı geliştirilmişti. Matbaa ile aydınlanma çağı başladı. Daha çok insanın bilgiye ulaşması, farklı görüşlerin sentezi mümkün oldu.

4. *Telgrafla başlayan çağdaş iletişim araçları dönemi.* Bundan yaklaşık 200 yıl önce buhar enerjisinin üretimde kullanımı ile başlayan sanayi devrimi elektriğin bulunması ile hızlandı. 1843 yılında Samuel Morse'un öncülüğünde telgraf (Tele: uzaktan, Graf: şekil) ilk kez Washington. D.C. ile Boston arasında kullanıldı. Böylece insanlar uzakla iletişimde ilk kez kendi hızlarını aştılar.

Uzakla haberleşme ulaşımına bağımlılıktan kurtuldu. Atina-Pers savaşında er Pheidippedes koşmak zorunda kalmıştı. 16. Yüzyılda bir mektubun maliyeti kendi ağırlığındaki altından fazla idi. Bir mektup Kıbrıs'tan İtalya'ya 40 gün, İspanya'ya 50 gün, İstanbul'a ise 15 günde gelebiliyordu.

1875'te İskoçyalı Aleksandr Graham Bell sözlerden sonra seslerin uzağa taşınmasını sağlayan telefonu buldu. 1891 de Thomas Edison'un kinetoskop'u sinemanın öncüsü oldu ve 1895 de Lumier kardeşler sinemayı geliştirdiler.

Uzakla telsiz iletişim amatörlerin eliyle gelişti. Elektro manyetik dalgalar (Hertz dalgaları) yoluyla sesin iletilmesine dayalı radyonun babası İtalyan Guglielmo Markoni'dir. İlk düzenli radyo yayını 1920 de ABD'de başlamıştır. Türkiye'de ise 1926 yılında Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi kurulmuş, 1927'de radyo yayınları başlamıştır.

Televizyon, aralarında İskoçya'lı Jhon Logie Baird (1925 te ilk görüntü transferi) ve Rus Vladamir Zworkin de bulunan çeşitli araştırmacılar tarafından geliştirilmiştir. İlk düzenli yayın 1936'da BBC tarafından başlamıştır. Türkiye'de ise ilk düzenli yayının başlangıç tarihi 31 Ocak 1968 dir. İlk dönemde haftada üç gün, üçer saat yayın yapılmıştır.

İletişim amacı ile tasarılanmış ilk uyduyu Amerikalılar gerçekleştirmiş ve 1958'de yörüngeye konan "score" adlı bu uydudan Başkan Eisenhower, Noel konuşması yapmıştır. 1972 de Amerikalılar Pioner 10 adlı bir uyduyu geri dönmek üzere uzaya göndermişlerdir. Bu uydunun içine konan insanoğlunu tanıtıcı bilgiler içeren plaketin birilerinin eline geçip geçmediği ve yanıt gönderilip, gönderilmediği bilmiyoruz!

İletişim son elli yıldır bir bilimsel disiplin olarak da gelişmektedir.

## **İLETİŞİMİN TEMEL KAVRAMLARI VE SÜREÇLERİ**

### **İLETİŞİM SÖZCÜĞÜNÜN ANLAMI**

İletişim (Communication: İng / Kominikasyon: fr / Latince ortaklık yaratmak, paylaşmak anlamına; İngilizcede common, community ve communism gibi aynı kök'ten gelen kelimeler vardır. Uzun yıllar ulaşım ve taşıma sözcükleriyle anlamdaş olarak kullanılmıştır. Çağdaş iletişim araçlarının gelişmesiyle 20. yüzyılın başından itibaren malların değil bilgi ve düşüncelerin taşınması olarak anlamı ayırmıştır.

### **İLETİŞİMİN TANIMI**

**Bilgi, duygu ve düşüncelerin paylaşılması amacıyla, simgesel anlatım biçimleriyle yapılan anlam alışverişi. Anlamaları ortak kılma işlemi.**

### **İLETİŞİMİN TEMEL ELEMENTLERİ**

İletişimin dört temel elementi vardır. Her iletişim ortamında bunların bulunması gerekir. Bunlardan birisi bile ortamda olmazsa iletişim gerçekleşmez.

(a) **Kaynak:** Belli bir bilgi, duygu ya da düşüncesini paylaşım konusu yapmak isteyerek iletişim işlemi başlatan kişi ya da iletişim örgütüne denir.

(b) **Alıcı:** Kaynağın bilgi, duygu ya da düşüncesini paylaşmak istediği kişi ya da kişilere alıcı (hedef) denir. Yüz yüze iletişimde kaynak ve alıcı olma durumu sabit değil, değişme gösteren bir özelliktir

(c) **Mesaj:** Paylaşılmak istenilen bilgi, duygu ya da düşüncedir. Mesaj iletişimin içeriği, özüdür.

(d) **Kanal:** Haberleşen iki taraf arasında bağlantı kuran ve mesajın taşınmasını sağlayan her türlü araç ve ortama iletişim kanalı denir. İki kişinin konuşmasında ses titreşimlerinin taşınmasını sağlayan aradaki hava tabakası, araçlı iletişimde ise örneğin telefon kanal görevi görür.

Geleneksel iletişimde; davet eden (kaynak, okuntu gönderen), okuntuyu getiren (kişi olarak kanal, haberci), okuntu (mesaj) ve okuntu gönderilen (alıcı) vardır. Köy yerinde evden bir şey getirtmek için pek tanınmayan bir haberci gönderen kişi, yanına bir kişisel eşyasını da verir.

## **DİL VE SİMGELER**

İnsanlar başta dil olma üzere sayısız denecek ölçüde çok sayıda ve değişik simgeler üretmekte ve bunlar aracılığıyla zihinlerindeki bilgi ya da düşüncelerini birbirleriyle paylaşmaktadırlar.

**Nesnelerin, kavramların, düşüncelerin yerini tutan ve bunların aktarımında kullanılan; kelimelere, jest ve mimiklere, işaretlere ve benzeri anlatım araçlarına simge denir.** Simge ile temsil ettiği, aynı şey değildir. Simgelerin kendilerinden doğan, herkes için her yerde değişmeyen anlamları yoktur. Daha doğru bir deyişle, simgeler birer uyarıcıdır. Bu uyarıcılarla karşılaşan kimse ona geçmiş deneyimleri ve içinde yaşadığı sosyal ortama göre anlam verir. Bu nedenle, anlamlar simgelerde değil tek tek hepimizdedir.

Dil kültürün bir parçası olduğu gibi, onu ileten ve sürdürülmesini sağlayan bir araçtır. Kimi toplumlarda belli dönemlerde belli konuların çok zengin simgeler ile işlenmesine karşın bazı konuların çok az işlendiği görülür. Türkçede "at" ile ilgili çok geniş simgeler vardır. Atın yürüyüş ve koşuşunu tanımlayan simgeler bile çok sayıdadır. Oysa Balık isimlerinin çoğu Rumcadan alınmıştır. \* Arapçada deve ile ilgili 5000 sözcük vardır.

En önemli yanım iletmediğim yanımdır. (Kafka )

En güzel söz, henüz sana söylemediğimdir. (Nazım Hikmet )

## **İLETİŞİM SÜRECİ**

İletişim işlemi dört aşamalı bir süreç içinde gerçekleşir. Birbirini izleyen bu dört evre:

Kodlama, İletme, Alımlama ve Kod Açma'dır.

**Kodlama:** İletişim süreci kaynağın mesajını aktarılabilir, paylaşılabılır hale getirmesi ile başlar. **Kodlama; kaynağın, paylaşmak istediği bilgi, duygu ve düşüncesini alıcının da aynı anlamı vereceğini varsaydığı simgeler haline getirmesi işlemidir.** Kodlamada kaynağın iletişimden beklediği amaç ve sahip olduğu iletişim becerisi önemli rol oynar. Kaynak kodlama yaparken

karşısındaki ile ortak deneyim alanında bulunan simgeleri seçtiğine emin olmalıdır. Nasıl bir balıkçı oltanın iğnesine takacağı yemi tutmak istediği balığa göre seçiyorsa (hiç bir balıkçı oltanın iğnesine acılı adana ya da Antep baklavası gibi kendine göre bir yiyecek takmaz) bir kaynak da simgelerini iletişim içinde olduğu alıcıya göre seçmelidir. Bir ziraat mühendisinin bilimsel bir toplantıda meslektaşlarıyla beraberken seçtiği simgeler bir köy toplantısında çiftçilerle konuşurken seçtiği simgelerden farklı olmalıdır. :

Kuşkusuz insanlar arasında ortak deneyimler ne ölçüde fazla ise iletişimde başarı olasılığı o ölçüde başarılı olur. Ancak insanların hiç ortak deneyimlerinin olmaması da olanaklı değildir. Kaynak alıcıyı tanımaya çalışmalıdır ( yayım eğitiminde hedef kitleyi iyi tanıma özelliğini anımsayınız.) (Benzer yaşam deneyimlerine sahip insanların oluşturduğu toplumlarda işler daha iyi gider. Demokrasi, gelir dağılımı adaleti ve açık toplum bunu yaratmada önem taşır)

**İletme:** Kodlanan mesaj çeşitli iletişim biçimleri ve araçlarla alıcıya iletilir. **İletme aşaması mesaj taşıyan simgelerin alıcının duyu organlarına gelmesi ile tamamlanır.** Burada iki noktaya değinmekte yarar vardır.

(a) Araç seçimi aslında kodlama ile ilişkisiz değildir. Mc. Luhan'a göre aracın kendisi de mesajın bir parçasıdır. Bu adeta bir armağanın alındığı mağaza etiketinin ve paketinin hediye değerine yaptığı etki gibidir. Bir mesajın kalitesiz kağıt ve kötü basılmış bir basılı yayınlara iletilmesi ile tersi özelliklere sahip bir basılı yayın ile iletilmesi arasında alıcıyı etkilemek açısından önemli fark vardır. Kaliteli bir şarap, çay bardağı ile sunulduğunda bütün büyüsünü yitirir. Çok sayıda araştırma yayınlayan bir araştırmacı, iyi bir araştırmacı olduğu izlenimini yaratabilir.

(b) Bir mesaj kodlanıp kaynağı terk ettiği zaman artık ondan bağımsız olur ve kaynak mesaj üzerinde kontrolünü büyük ölçüde yitirir. Mesajın kimlere ulaşacağını ve ulaştığı insanların onu nasıl yorumlayacağını kestirememek kaynak için endişe kaynağıdır.

**Alımlama:** Mesajı taşıyan simgeler, diğer rakip uyarılarla birlikte duyu organlarına gelir. Seçildikleri takdirde geldikleri duyu organlarından sinir sistemi aracılığıyla beyne taşınırlar. **Kodlanmış mesajın alıcının beynine gelmesi ile alımlama aşaması sona erer.**

Duyu organlarımızın alımlama kapasitesi sınırlıdır. Bu nedenle, bizler etrafımızda bulunan uyarıların ancak küçük bir bölümünü alımlayabiliriz. Bunu yaparken de tarafsız ya da rastgele davranmayız. Alımlamaya yön veren özelliklerden bir kısmı uyarana aittir. Diğerlerinden farklı olma, tekrarlanma gibi özellikler alımlamada rol oynar. **Diğer yandan alımlama, alıcının geçmiş deneyimleri ile içinde bulunduğu ruhsal ve fiziki ortamın özellikleriyle yakından bağlantılıdır.**

**Kod çözümleme:** Bu son aşamada, alıcı kodlanmış mesajı geçmiş deneyimlerine göre anlamlandırır ve yorumlar. Kod çözümleme sonucunda alıcının zihninde doğan anlamlar, kaynağın paylaşmaya çalıştığı anlamlara ne ölçüde benzerse iletişim o ölçüde başarılı olmuş demektir.

Kod çözümleme ile bir anlam alışverişi gerçekleşmiş olur. Bu alışverişin para ve mal değişiminden farkı vardır. **(a)** Para ve mal, yapı ve özellik değişimine uğramadan transfer edilir. Oysa bilgi alışverişinde, alıcının elde ettiği bilgi çoğu kez kaynağın iletmeğe çalıştığından bir ölçüde farklıdır. Böyle olmasa sınıfta bulunanlardan hepsinin sınavdan tam not alması gerekir. **(b)** Kaynak, para ve malı, başkasına transfer ettiğinde kendi parası ve malı azalır ya da biter. Bilgi ise paylaştıkça (sevgi gibi) azalmaz. Hatta paylaştıkça olgunlaşır, rafine olur .

## İLETİŞİMDE GERİ BESLEME

"Alıcının kendisine gelen mesaja karşı tepkisinin kaynağa geri dönmesine geri besleme denir. Tanımda alıcı tepkisi ile kaynağa geri dönme iki anahtar kavramdır. Geri besleme ile eş anlamlı olarak; "geri bildirim", "besleyici yankı", "yansıma" ya da doğrudan İngilizce karşılığı olan "feedback" kelimeleri kullanılmaktadır.

Geri besleme kaynak için çok önemlidir. Geri besleme, alıcının mesajı nasıl karşılayıp, nasıl yorumladığı konusunda kaynağa bilgi verir. Kaynak aldığı geri beslemeye göre gereğinde, kodlama işleminde ve iletim biçiminde yeniden düzenleme ve güçlendirme yaparak iletişimde istediği etkiyi sağlamaya çalışır. Bu anlamda, geri besleme kaynağa sürdürdüğü iletişim işleminde başarı derecesini gösteren ve onu uyaran değerli bir araçtır. Kaynak durumunda olanlar sürekli ve düzenli olarak geri besleme almaya çalışmalıdırlar. Yeterli geri beslemeye sahip olan kaynak, sürdürdüğü iletişim işleminin başarısını ve etkisini değerlendirebilir ve bu değerlendirmesi ışığında yeni girişimlerle amacına ulaşmaya çalışır.

Yüz yüze iletişim, geri beslemeye elverişlidir. Kolay ve anında geri besleme elde edilebilir. Geri besleme alıcı tarafından doğrudan bildirilebildiği gibi kaynak sorarak ta öğrenmeye çalışabilir. Yüz yüze iletişim tarafların birbirini görmesine olanak verdiği için geri beslemenin dolaylı elde edilmesi açısından da uygundur. **Sınıfın ders izleme istekliliği, anlamayı gösteren baş sallamalar, öğretici için bir yansıma sayıldığı gibi öğrencilerin esnemeleri, gürültü yapmaları da önemli bir yansımadır.**

**Kitle iletişimi ise geri beslemeye elverişli değildir.** Geri besleme sınırlı ve gecikmiş olarak elde edilebilir. Genelde üç yolu olmaktadır:

(a) Doğrudan alıcı tepkileri. Örneğin okuyucu mektupları, faks ya da telefonla bildirimler. Bazılarına göre bu yolla alınan tepkiler çoğu kez küçük bir "seçkin" ya da "uyanı" bir azınlığa ait olmakta ve kitleyi temsil etmemektedir,

(b) Kamuoyu yoklamaları.: Kaynağın geri besleme alma amacıyla yaptığı anket v. b. etkinlikler,

(c) Tiraj'daki durum ve reyting: Kitle iletişimi genelde ticari bir girişim olduğu için kitle iletişimcisi ürününü hazırlarken kendisine geri besleme zamanında gelemeyeceği için önceki benzer ürünlerin aldığı geri beslemeyi göz önüne alır. Bu nedenle kitle iletişiminde birbirine çok benzeyen ürünler ve kalıplar ortaya çıkar. Kitle iletişiminde birbirini izleme ve öykünme eğiliminin örneklerine her alanda ve her zaman rastlanmaktadır. "Birbirine çok benzeyen televizyon programları, "Diziler "Gazetelerin, dergilerin benzerliği "Bilgi Yarışmaları"