



SOSYOLOJİK PERSPEKTİFTEN İLETİŞİM

COMMUNICATION FROM SOCIOLOGICAL PERSPECTIVE

DOI:10.17755/esosder.84218

Mehmet KARACA¹

Öz

İletişim imkanlarının alabildiğine geliştiği ve iletişim ağlarının dünyayı bir örümcek ağı gibi sararak global köy haline getirdiği günümüzde, iletişim olgusunu konu alan çalışmalar büyük bir önem arz etmektedir. İletişim bilimi kapsamında yapılmış çok sayıda iletişim çalışması bulunmaktadır. Ancak bu çalışmalarda iletişim olgusu daha çok kuramsal ve teknik boyutlarıyla incelenmektedir. Konunun sosyolojik perspektiften ele alındığı çalışmalara da ihtiyaç duyulmakta ve bu ihtiyacın önemli ölçüde devam ettiği gözlenmektedir. İşte böyle bir ihtiyaçtan doğan bu çalışma, iletişim olgusunu sosyolojik bakış açısıyla tahlil etmeyi ve toplumsal boyutlarını açıklamayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: İletişim, Sosyoloji, İletişim Sosyolojisi

Abstract

Case studies on the subject of communication are of great importance at the present time in which communication facilities develop widely and communication networks turn the world into a global village by wrapping it like a spider web. There are plenty of communication studies made within the context of communication science. However, communication in these studies is taken rather by its theoretical and technical aspects. Studies addressing the issue from a sociological perspective are also needed, and it is observed that this need significantly remains unfulfilled. Arising from such a need, this study aims to analyze the communication in a sociological perspective and to explain its social dimensions.

Keywords: Communication, Sociology, Sociology of Communication

¹Yrd.Doç.Dr.,Bingöl Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, sosyologkaraca@gmail.com

Giriş

İnsanlık tarihi boyunca birtakım işaret, sembol ve nesnelere kullanarak anlaşılabilirlikten tutun da zengin edebi dillerle konuşup yazışmaya kadar çeşitli şekillerde gerçekleştirilen iletişim, bağlantı imkanlarının alabildiğine geliştiği ve iletişim ağlarının dünyayı bir örümcek ağı gibi sararak global köy haline getirdiği günümüzde oldukça büyük bir ilgiye mazhar olmuş bulunmaktadır. Hangi millettense, etnik kökenden, inanç grubundan olursa olsun, konuştuğu dil de fark etmeksizin hemen herkes, küreselleşmiş günümüz dünyasında çeşitli iletişim kanalları aracılığıyla birbiri ile çok kolay ve çok yoğun bir biçimde bağlantı kurmaktadır. Durum böyle olunca da her bir birey için öteki ile karşılaşmak ve onunla iletişim kurmak adeta kaçınılmaz bir sosyal gerçeklik haline gelmektedir. Bu şekilde yoğun cereyan eden iletişim ortamında, dünyanın değişik yerlerinde yaşamakta olan insanlar arasındaki farklılıklar da giderek azalmakta, toplumlar ve kültürler gittikçe benzeşmektedir. Bu durum, kimilerince farklı kültürler arasındaki ilişkilerde bir fırsat olarak değerlendirilirken, bazılarınca da yeterince dirençli olmayan topluluklar ve kültürler için asimile edici, yozlaştırıcı ve tehdit edici bir etken olarak algılanmaktadır.

Gerek iletişimin kendisine gerekse küresel ağlar aracılığıyla bireylerin yoğun bir şekilde iletişim içinde olmaları gerçeğine dair değerlendirmeler ne yönde olursa olsun, iletişim olgusunun önemli bir sosyolojik gerçek olduğu ortadadır. İletişim bilimi kapsamında yapılmış çok sayıda iletişim çalışması bulunmaktadır. Ancak bu çalışmalarda iletişim olgusu daha çok kuramsal ve teknik boyutlarıyla incelenmektedir. Konunun sosyolojik perspektiften ele alındığı çalışmalara da ihtiyaç duyulmakta ve bu ihtiyacın önemli ölçüde devam ettiği gözlenmektedir. Artık büyük ölçüde kurumsallaşmış bulunan iletişim gerçeğinin, iletişim çalışmalarından farklı bir yaklaşımla sosyolojik perspektiften incelenmesi gerektiği de aşikârdır. İşte bu bölümde, bu düşünceden hareketle iletişim konusu, kuramsal sosyolojik bir olgu olarak ele alınmaktadır.

İletişim

Sözlüklerde, duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması; bildirişim, haberleşme, iletişim; bilgi ve deneyim alışverişi (TDK-Sözlükler) gibi ifadelerle tanımlanan iletişim, konu ile ilgili yayınlarda birbirinden farklı çok sayıda tanım ile aktarılmaktadır. İletişimi genel olarak, bireyler arasında bilgi, fikir, duygu, beceri vb. nin simgeler kullanılarak iletilmesi (Mutlu, 1998:168) şeklinde tanımlamak da mümkündür. İnsanların bir arada yaşamasının getirdiği vazgeçilmez ihtiyaçlardan olan iletişim, bilgi, düşünce ve duyguların, bireyler, gruplar ve toplumlar arasında söz, beden dili, yazı, görüntü vb. aracılığı ile değiş-tokuş edilmesini sağlayan toplumsal etkileşim süreci (Yüksel, 2007a: 7) şeklinde de tanımlanabilir.

İletişim denilince, ilk olarak iletişim araçları ve onlarla kurulan bağlantılar akla gelse de çeşitli sesler, hareketler ya da simgeler aracılığıyla sağlanan haberleşme ve bilgi aktarımından, aile içi ilişki tarzlarına kadar insanlar arasında gerçekleşen her türlü duygu, düşünce ve enformasyon paylaşımı bir çeşit iletişim olarak kabul edilmektedir.

Kişinin içi iletişim olarak ifade edilen, bireyin kendi kendisi ile iletişiminden söz edilebilmekle birlikte, genel olarak iletişim olayına çift yönlü yani en az iki birim arasında karşılıklı olarak cereyan eden bir süreç olarak bakılmaktadır. İletişim olgusunun bu çift yönlü ya da karşılıklı özelliği sebebiyle iletişim daha çok kişiler arası veya kişilerin çeşitli birimler arası iletişim olarak ele alınmakta ve iletişim olayı karşılıklı mesaj alış-verişinden değerlendirilmektedir. Tabak (1999)'ın belirttiği gibi, bireyler ya da gruplar arasında karşılıklı güvene dayalı ilişkiler ağı oluşturan, bilgi ve duyguların paylaşılmasını amaçlayan çift yönlü etkileşim süreci, "kişilerarası iletişim" olarak ifade edilmektedir.

Bireyler arasında kurulan iletişimin tarzını, sonuçlarını ve etkili olma derecesini belirleyen çok çeşitli faktörler bulunmaktadır. Söz konusu faktörler iletişim sürecini doğrudan veya dolaylı olarak, az ya da çok, olumlu veya olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Yine bu etkenler neticesinde iletişim süreci etkili bir tarzda yani amaçlanan hedeflerin gerçekleşmesini sağlayıcı tarzda gerçekleşebileceği gibi, tersi bir sonuç da elde edilebilir. Siyez (2010:71-76)'in ifadeleri ile iletişim sürecini olumlu veya olumsuz olarak etkileyebilecek temel faktörler arasında kişisel özellikler, algı, duygular, kültür ve fiziksel çevreyi sayabiliriz. Kişilerarası iletişim, -iletişime geçen kişilerin sahip oldukları- kültüre göre önemli farklılıklar gösterebilmektedir. Beden dili, değer yargıları, bakış açısı gibi iletişimde önemli olan pek çok faktör kültüre göre farklılaşmaktadır.

İletişim gerçeğinin insanlık tarihi kadar eski olduğu, en azından sosyal hayatın var olduğu her anda ve her alanda iletişimin de var olduğu düşünülmektedir. Ancak iletişim olgusunun varlık sahasına çıkışı çok eski olsa da araştırmalara konu edilişi oldukça yeni sayılmaktadır. Alemdar (2001:253-276)'ın ifadeleri ile aktaracak olursak; insanlar için varlığı ve önemi çok eskilere dayanmasına rağmen iletişimin özel ilgi alanı haline gelmesi yaşadığımız yüzyılın yeniliğidir. Bugün iletişim konusu önem kazanmıştır derken iki şey kastediyoruz. Birincisi iletişim eskiye oranla gerçekten daha çok insanı ilgilendirmektedir. İletinin yayılması, öğrenilmesi artık çok sayıda insan için söz konusudur. Dünyanın neresinde olursa olsun insanlar artık iletişim olgusuyla iç içe yaşamaktadırlar. İkinci nokta, iletişimin ne olduğu konusuna ilginin artmasıdır. Başka deyişle, sürecin kendisi düşünme ve araştırma konusu yapılmaktadır. Son yıllarda dünyanın olağanüstü bir hızla değiştiğini söylemek alışkanlık haline geldi. Bu değişimde iletişimin önemli bir katkısı ve rolü olduğu da yaygın bir kanaat olarak aktarılmaktadır.

İLETİŞİMİN BİLİMSEL ÇALIŞMALARDAKİ YERİ

İletişim Bilimi ve İletişim Sosyolojisi

İletişim olgusunun bilimsel olarak incelenmesi söz konusu olduğunda iki sosyal bilim ön plana çıkmaktadır; iletişim bilimi ve iletişim sosyolojisi. İletişim bilimi, uzun zamandır insanlar arası iletişimin ve kitle iletişiminin niteliği, kapsamı, araçları, ilkeleri, sorunları ve iletişim modelleri gibi boyutları ile iletişim olgusunu incelemektedir. İletişim sosyolojisi ise nispeten yeni bir disiplin konumunda olup iletişim olgusunu sosyolojinin yöntem ve kavramları çerçevesinde araştırıp anlamaya ve açıklamaya çalışmaktadır. Bal (2013:12)'ın da belirttiği gibi, iletişim bilimi disiplinler arası bir bilim dalı niteliğinde olup sosyoloji, sosyal psikoloji, antropoloji gibi farklı sosyal bilimlerden araştırmacıların, kendi disiplinlerinin perspektifinden bakarak yaptıkları çalışmalarla gelişmektedir. İletişim bilimi, iletişim süreçlerine, öğelerine, işlevlerine, iletişimi engelleyen faktörlere yoğunlaşırken iletişim sosyolojisi, iletişimin toplumsal çerçevesine odaklanmaktadır.

İLETİŞİM SÜRECİ, UNSURLARI VE ENGELLERİ:

İletişim Süreci

Süreç, belli bir düzen veya zaman içinde tekrarlanan, ilerleyen, gelişen olay ve hareketler dizisi (TDK-Sözlükler) olarak ifade edildiğine göre, iletişim de duygu, düşünce ve bilginin paylaşıldığı bir etkileşim süreci olarak nitelendirilebilir. Zira iletişim, belli bir yer ve zamanda başlatılarak belli bir sonuca ulaştırılınca kadar sürüp giden bir dizi etkileşimlerden oluşmaktadır. İletişim süreci, kaynağın bir duygu, düşünce, kanı, bilgi, haber vs.yi belirli bir amaçla hedef olarak belirlediği bir birime ulaştırmak üzere çeşitli şekillerde (işaret, sembol, simge, ses, davranış vb.) kodlaması ile başlar. Kaynak, mesajını hedef birime ulaştırmak için; kişiler arası iletişimde sıkça kullanıldığı üzere dil, trafik işaretlerinde olduğu gibi görsel

unsurlar ve kitle iletişiminde bildiğimiz medya içerikleri gibi çeşitli yazılı, işitsel ve görsel unsurlarla kodlayabilir ve oluşturduğu bu kodları çeşitli kanallar ve araçlar kullanarak hedefine gönderebilir. İletişim sürecinde, *kaynak,hedef,mesaj, kanal* ve *geribildirim* gibi iletişim öğeleri denilen çeşitli unsurlar bulunmaktadır (Ergin, 2008; Kaya, 2010; Uzun, 2010; Yüksel, 2007a; Yüksel, 2008).

İletişim Öğeleri

1. Kaynak

Duyularını, düşüncelerini veya sahip olduğu enformasyonu başkaları ile paylaşmak üzere süreci başlatan gönderici konumundaki birimdir. Basit anlamda kaynak, iletişim sürecini başlatan, iletiyi gönderen öğedir. Kaynak, iletiyi hedefe gönderen kişi, grup, kurum ya da toplum olabilir. İletişimin her türünde mutlaka bir kaynak kişi veya birim vardır. Kişiler arası yani yüz yüze iletişimde duygu-düşüncelerini dile getiren birey, örgütsel iletişimde talimat veren veya bildirimde bulunan personel, kitle iletişiminde iletileri oluşturup yayımlayan birim (yayın gurubu, haber merkezi gibi) içinde buldukları iletişim olayında kaynak konumundadırlar.

2. Hedef (Alıcı)

Kaynak birimin etkilemeyi ya da davranışlarında değişiklikler oluşturmayı amaçladığı kişi veya birimdir. Alıcı kısaca, kaynağın gönderdiği iletilere maruz kalan ya da hedef olan kişi/ler olarak da ifade edilebilir. İletişim sürecinin en önemli öğelerinden olan alıcı, bir şahıs, grup, kitle ya da toplum olabilir. Alıcı, kaynağın iletilerine tepki gösteren aktif bir katılımcı olabileceği gibi tepkisini belli etmeyen pasif bir alıcı da olabilir. Hedef, genellikle kaynaktan gelen mesajları aldıktan sonra açar, yorumlar, anlamlandırır ve gerektiğinde kendisi de bir mesaj üreterek geri bildirimde bulunur. Alıcının ürettiği mesaj göndericiye cevap niteliğinde olabileceği gibi, kendisini ikinci kaynak konumuna getiren özgün bir ileti de olabilir.

3. Mesaj (İleti)

Kaynaktan alıcıya gönderilen bir uyarı, düşünce, duygu, kanı ya da bilginin kaynak tarafından kodlanmış halidir. İleti, çeşitli simge, sembol, sinyal, kod veya işaretlerden oluşan bir örüntüdür. Bir uyarı, duygu, düşünce, ya da bilgiyi muhatabına iletmede kullanılan ses, yazı, resim, hareket, jest ve mimik tarzındaki işaretler birer mesajdır. İleti kısaca, duygu, düşünce veya enformasyonun kodlanmış ya da paketlenmiş hali olarak da ifade edilebilir. İletiler, zihindekilerin ifade edilmesini sağlayan kodlardır. Bu bağlamda iletinin dili, herhangi bir ulusal dil (lisan) olabileceği gibi, resim, müzik, sanat, işaret ve hareketler gibi konuşma dili dışındaki ifade tarzları da olabilir.

İletişimde kodlama ve kod açma da oldukça büyük bir önem arz etmektedir. Kodlama, bir bilgi, düşünce, duygu veya kanının iletmeye uygun, hazır bir ileti (mesaj) haline getirilmesidir. Bir içeriği iletmek için kodlama yapılırken, alıcının anlayabileceği kodlar seçilmesi çok önemlidir. Yani kaynağın anlatmak istedikleri, alıcının anlayabileceği biçimde ifade edilmiş olmalıdır. Zira alıcının kendisine ulaşan kodları anlamlandıramaması durumunda gerçek anlamda bir iletişimden söz edilemez. Alıcıya ulaşan ve kendisi tarafından alınan uyarının (ileti) yorumlanarak anlamlı bir biçime sokulmasına kod açma denir. Kod açma yoluyla, insanlarca belirlenmiş çeşitli işaretler, simgeler, ses ve görüntü sinyalleri bize bir şeyler ifade eden geçerli birer anlam kazanırlar. İletişimde kodlamayı kaynak yaparken, kod açmayı da alıcı gerçekleştirmektedir.

4. Kanal (Oluk)

Bir mesajın kaynaktan hedefe ulaşmasını sağlayan araçtır. Başka bir deyişle kanal, kaynağın oluşturduğu iletinin hedefe ulaştırılmasında devreye giren öğedir. İletişim araçları

da diyebileceğimiz kanal, mesaj iletiminde kullanılan araç gereç, yöntem ve teknikleri kapsamaktadır. Kitle iletişim araçları, ses, duyu organları ve ders araçları gibi nesne ve araçlar bu bağlamda kanal olarak kabul edilmektedir. İletişimin amacına, oluşturulmak istenen etkiye ve iletişim türüne göre kullanılacak kanallar da değişmektedir. Kişiler arası iletişimde daha çok konuşma dili, beden dili, dokunma ve sembolik anlamlar içeren nesnelere (çiçek, hediye gibi) kullanılırken; kitlelerle iletişimde radyo, televizyon, gazete, dergi, sinema vb. kitle iletişim araçları kullanılmaktadır. Dış dünyadan gelen uyarıcıları almamızı sağlamaları bakımından beş duyu organımız da iletişimde oluk olarak kabul görmektedir. Kullanılacak kanalın seçiminde, iletilmek istenen mesajın niteliği oldukça önemlidir. Örneğin, trafikte verilmek istenen mesajın kolayca algılanabilmesi için çokça ışıklı ve sesli sinyalizasyon sistemleri ile trafik levhaları gibi görsel araçlar kullanılmaktadır. Öte taraftan eğitimde bilginin aktarılmasını kolaylaştırmaya ve anlaşılabilirliğini arttırmaya yönelik, her geçen gün yenileri geliştirilen çok sayıda ders materyalinin kullanımı söz konusu olmaktadır.

5. Geribildirim (Dönüt)

Alıcıdan kaynağa yönelen, alınan iletiye karşılık cevap niteliğinde ortaya konulan tepkilerdir. Kaynağın alıcısına gönderdiği mesajların alınıp alınmadığını, alındıysa anlaşılıp anlaşılmadığını ya da ne denli anlaşıldığını anlamak için alıcının vereceği tepkiler çok önemlidir. Yansıma, geri besleme, dönüt ya da feed-back olarak da adlandırılan geribildirim, gerçekleştirilmeye çalışılan iletişimin etkisi hakkında ipuçları verir. Kişiler arası iletişimde karşılıklı konuşmalar, işaretlemeler ve çeşitli şekillerde gerçekleşen alışverişler çok sayıda geribildirim içermektedir. Tek yönlü iletişimde ise alıcının edilgen bir pozisyonda gelen iletilere maruz kaldığı kabul edilir. Oysa gerçekte durum çoğu zaman böyle değildir. Örneğin bir konuşmada pasif konumda görünen bir dinleyicinin duruşu, bakışı, yüz ifadeleri ve yaptığı hareketler, aldığı iletilere cevap niteliğinde önemli dönütler sağlayabilir. Hatta TV izleyicisi, gazete okuyucusu gibi tek yönlü mesaja hedef olan bir alıcı dahi mesajları gönderen kaynak farkında olmasa da dönüt olarak değerlendirilebilecek çeşitli tepkilerde bulunabilmektedir. Bu tepkiler, verilen mesajlar karşısında tutum ve davranışlarında değişiklik yapmaktan, kaynağa çeşitli yollarla mesaj veya yorumlar iletmeye kadar çeşitlenebilir. Hatta TV programlarının reytingleri veya gazete tirajları da kaynağa yönelik birer dönüt olarak kabul edilebilirler.

Görüldüğü gibi iletişim, kaynak olarak adlandırılan bir kişi ya da birimin belirli amaçlarla bir mesaj kodlaması, bu mesajı çeşitli kanallar kullanarak hedef bir kişi ya da birime göndermesi ve kendisine ulaşan mesajı alıp anlamlandıran alıcının buna cevap niteliğinde birtakım tepkiler ortaya koyması şeklinde cereyan eden bir süreç halinde gerçekleşmektedir. Etkili, yani kaynağın amaçlarının gerçekleşmesine hizmet eden bir iletişimin gerçekleştirilmesinde, iletişim unsurlarının sahip olduğu özellikler kadar, iletişim ortamında iletişimi engelleyici ya da aksatıcı faktörlerin bulunmaması da önemlidir. Zira iletişim ortamında yer alan asıl iletiler dışındaki tali (ikincil) faktörler mesaj alışverişini olumsuz etkileyen engelleyici ya da bozucu etki yapabilirler.

Etkili İletişimin Engelleri ve İletişim Çatışmaları

1. Etkili İletişim

Amacına ulaşan veya beklenen sonuçların gerçekleştirildiği iletişimdir denilebilir. Başka bir ifade ile etkili iletişim, hedef kitleye iletilmek istenilen mesaja beklenen tepkiyi uyandırmayı amaçlayan bilinçli bir iletişim etkinliğidir. Etkili iletişimden, bir iletişim sürecinde karşımızdakine iletmek istediğimiz mesajı amaçladığımız şekilde iletmek ve beklediğimiz tepkiyi o kişide uyandırmış olmayı anlıyoruz (Künüçen, 2007:58). Kişilerin kurdukları bir iletişim olayında daima açık ya da gizli bir amacın olduğu söylenebilir. Görünüşte amaçsız görünen bir havadan sudan konuşmada bile paylaşma, zaman geçirme, sıkıntıdan uzak kalma gibi birtakım gizli amaçlara rastlanabilir. Öte taraftan bir iletişim

etkinliğinde bir bilgiyi aktarma, bir durumdan haberdar etme, eğitme, ikaz ya da duygu paylaşımı gibi önemli amaçlar gözetilmiş olabilir. Dolayısıyla etkili bir iletişim etkinliğinde taraflar ya da en azından kaynak kişi açısından iletişim başlatılırken amaçlanan sonuçların elde edilmiş olması beklenir. Şayet o iletişim sürecinde arzulanan sonuçlara ulaşılmış ya da en azından taraflarda olumlu bir etki ve doyum sağlanmışsa etkili bir iletişim gerçekleştirildiği söylenebilir. Aksine arzulanan sonuçların elde edilemediği, bireylerin doyum elde etmek yerine eksiklik hissi ya da gerginlik yaşadıkları iletişim, başarısız, etkisiz hatta çatışma ile sonuçlanan bir iletişim olmaya mahkûmdur.

2. Gürültü (Bozucu Etki)

Mesajın hedefe ulaşmasını aksatan veya bütünüyle engelleyen, böylece etkili bir iletişim kurulmasını zorlaştıran engelleyici nitelikteki unsurlardır. Kaynaktan gelen mesajın alıcı tarafından doğru ve net olarak algılanmasını zorlaştıran her şey gürültü olarak nitelendirilir. Yüksel (2007a:22)'in ifadesi ile gürültü, bir bakıma iletişime yapılan müdahalelerdir. Başka bir deyişle, iletişim sürecindeki asıl iletiye bilinçli ya da bilinçsiz müdahale biçiminde oluşan tali iletilerdir. Öksürme, okunamayan bir yazı, elektronik ya da mekanik araçlardan oluşan parazitler bu tür engellerden olup kaynağın iletişim konusundaki niyetlerini alt-üst edici bir nitelik gösterirler. Böylelikle gönderilmek istenen bilgi miktarını sınırlarlar.

Bozucu etki olarak da ifade edebileceğimiz gürültü, kaynaktan, alıcıdan ya da kanaldan kaynaklanabileceği gibi, fiziksel çevre faktörlerinden de kaynaklanabilir. Gürültü etkenlerinin en problematik yönü, iletişim sürecinde hedefe ulaştırılması amaçlanan ileti ile hedef tarafından algılanan ileti arasında bir farka yol açmaları hatta kimi zaman iletilerin hedefe ulaştırılması imkânını bütünüyle ortadan kaldırmalarıdır.

3. Algı, Anlam Problemi ve Çatışma

Etkili bir iletişimin gerçekleşmesinde ve iletişim çatışmalarından uzak kalabilmede mesajın alıcıya doğru bir şekilde ulaşması çok önemlidir. Hedefe tam anlamıyla ulaşamayan bir mesajın beklenen etkiyi yapmasını ve doğru sonucu doğurmasını beklemek güçtür. Ancak çoğu iletişim çabası mesajın alıcıya tam ya da doğru ulaşmaması nedeniyle başarısızlıkla sonuçlanmaktadır. Mesajın doğru ve tam iletimini engelleyen fiziksel, sosyal ve psikolojik olmak üzere çok çeşitli engeller bulunmaktadır. Engellenmenin önemli etkenlerinden biri de algı ve anlam sorunudur. Genel anlamıyla algılama, duyu organlarına etki eden uyarıcıların farkında olmaktır. Algılama, duyu organlarına etki eden ve sinir uçlarını uyan uyarıcıların beyne ulaşması sonucu yorumlanıp anlamlandırılması ile oluşur. Algılama, çevremizden haberdar olmamızı sağlayan bir süreçtir ve iletişimin gerçekleştirilebilmesinin başlıca etkenlerindedir. Ancak algı göreliliği duyu organlarına etki eden uyarıcıların algılanması çok çeşitli faktörlerden etkilenmektedir. Dikkat, algıda seçicilik, algı kapasitesi, ortam, uyarıcıların düzenlenme şekli vb. çok sayıdaki etken iletişimde paylaşılan iletilerin doğru, yanlış ya da eksik algılanması üzerinde rol oynamaktadır. Bu durum iletişimde algı ve anlam konusunu önemli bir sorun haline getirmektedir.

İletişimde duygu, düşünce ve bilgileri iletmek için kullanılan simge, sembol, hareket, işaret vb. kod sistemlerinin anlamları kültüre, yere ve duruma göre değişmektedir. Dolayısıyla gönderilen bir mesajın gönderici için ifade ettiği anlam ile alıcının anlayacağı şeyin aynı olması önem arz eder. Bundan dolayı, etkili iletişim kurabilmek için oluşturulan mesajların anlamlarına dikkat etmek gerekir. İletişim çatışmalarının, çoğu zaman kaynak kişinin niyet ettiği anlam ile hedef bireyin anladığı şey arasındaki tutarsızlıktan kaynaklandığı göz ardı edilmemesi gereken bir realitedir.

İnsan yaşamı boyunca birçok farklı bireyle iletişim kuran sosyal bir varlıktır. Bu iletişim durumunda, bireyler arasında birçok nedenden dolayı çatışma çıkmaktadır. Ailede, okulda, işyerinde, sokakta yani her yerde, her zaman çatışma durumları ile karşılaşırız (Ünlü, 2008:190). Kişilerarası etkileşimler sürecinde taraflar arasındaki uyumsuzluk ve tutarsızlıklar sonucunda ortaya çıkan durum olarak tanımlanan çatışma, birbirine uymayan etkinlikler sonucunda oluşmaktadır (Koruklu, 2010:224). Vural'a göre, çatışma genel olarak bireyin diğer bireylerle arasında gerek kişiliğinden, gerek olaylara bakış açılarının ve değerlendirme ölçütlerinin farklılığından ve gerekse sosyal-kültürel birikim ve deneyiminden kaynaklanan farklılıklardan dolayı ortaya çıkmakta ve iletişim sürecinde büyük ölçüde tıkanmaların yaşanmasına neden olmaktadır. Çatışma sürecinde iletişimin ortadan kalkmasındaki temel nedenler bireylerin birbirlerini dinlememeleri, sürekli olarak kendilerini haklı bulmaları, karşıdaki bireyin bakış açısını görmeye ve önerilerini değerlendirmeye çalışmamaları ve bu bağlamda savunucu iletişim geliştirerek yargılayıcı bir tutum takınmaları ve uzlaşma istek ve çabasından yoksun olma olarak ifade edilebilir. Çatışma bireyler arasında yaşanabildiği gibi bireyin kendi iç dünyasında da yaşanabilmektedir (Vural, 2007: 186). Çeşitli türleri bulunan ve değişik şekillerde cereyan eden çatışma, genellikle iletişimsizlik ürünü olarak kabul edilir. Dolayısıyla çatışmalardan uzak kalabilmenin ve yaşanmakta olan çatışmaların daha da büyümesini önleyerek uzlaşma ile sonuçlandırılabilmenin temel çaresi olarak alanın uzmanları, kişiler arasında etkili tarzda bir iletişim kurmanın gereğine vurgu yapmakta ve bunun imkânına dair önerilerde bulunmaktadırlar.

İLETİŞİM TÜRLERİ:

Bir konuda karşımıza çıkan olguların daha iyi ve kolay anlaşılabilmesini sağlamak üzere birtakım sınıflandırmalar yapılması sık başvurulan bir yöntemdir. İlgili kaynaklarda iletişim olgusunun da çeşitli kriterlere göre değişik şekillerde sınıflandırıldığını görmek mümkündür. Bu sınıflamalar genellikle iletişimin çeşitli nitelikleri açısından yapılmakta olup bazı farklılıklar arz edebilmektedir. İletişim türleri konusunda genel hatlarıyla şöyle bir sınıflama yapmak mümkündür: İlişki sistemlerine göre, kişi içi iletişim, kişiler arası iletişim, grup içi iletişim ve kitle iletişimi; kod sistemlerine göre, sözlü iletişim, sözsüz iletişim ve yazılı iletişim; etkilerine göre, olumlu ve olumsuz iletişim; yönüne göre, tek ve çift yönlü iletişim; zaman-mekân boyutuna göre ise yüz yüze ve uzaktan iletişim (Kaya, 2010:16).

İlişki Sistemlerine Göre İletişim

1. Kişi İçi İletişim (Öz İletişim)

Kişinin kendi kendisi ile kurduğu iletişim, iç dünyasında yaşadığı etkileşimdir. Bir insanın düşünmesi, çeşitli duygular yaşaması, iç gözlem yapması, akıl yürüterek kendi sorularına cevaplar üretmesi, içinden konuşması hatta rüya görmesi kişi içi iletişim, başka bir deyişle öz iletişim olarak adlandırılmaktadır (Öktem: 2007:17). Yunus Emre'nin de söylediği gibi içimizde bir "ben" var ve biz onunla sürekli ilişki ve iletişim halindeyiz (Kaya, 2010:20). Kısacası insanın başkaları ile olduğu gibi kendi kendisi ile de iletişim kurması mümkün olabilmektedir. Burada kişi iç dünyasında bir takım mesajlar üretip kendi kendine göndermekte ve yine bunlara cevap niteliğinde bir takım tutum ve davranışlar, tepkiler geliştirmektedir. Bu tür iletişimde kaynak da hedef de yani iletiyi gönderen de alıp yorumlayan ve geribildirimde bulunan da aynı kişidir.

2. Kişiler Arası İletişim

Birden fazla insan arasında gerçekleşen bilgi, duygu, düşünce, haber paylaşımıdır. En az iki kişi arasında gerçekleşir. Bu bağlamda aile içi, arkadaşlar arası, öğretmen-öğrenci, işçi-işveren arasındaki iletişim örnekleri sayılabilir. Kişiler arası iletişim, bireyler ya da küçük gruplar arasındaki karşılıklı güvene dayalı, ilişkiler ağı oluşturan, bilgi ve duyguların

paylaşılmasını amaçlayan çift yönlü bir etkileşim süreci olarak ifade edilebilir (Tabak, 1999; Siyez, 2010:70). Bu tür iletişimde az sayıdaki kişi arasında duygusal bir bağ, yüz yüze olma ve kişisel yaşantıların paylaşımı söz konusu olmaktadır. Dolayısıyla yeterince yakınlık kurmamış kişiler arasında yaşanan yüzeysel karşılaşmalar bu kategoride değerlendirilmemektedir. Kişiler arası iletişim genel olarak yüz yüze olmayı, başka bir ifade ile zaman ve mekân birliğini gerektirdiğinden uzaktan iletişim bu kapsamda kabul görmemekte ancak belli bir süreklilik kazanmış bağlar çerçevesinde telefon, internet gibi iletişim araçları aracılığı ile kurulan iletişimin de bu çerçevede değerlendirilebileceği görüşü kabul görmektedir.

3. Örgütsel İletişim

Bireyler ve küçük gruplar için olduğu gibi, örgüt ve teşkilatlar için de iletişim söz konusudur. Birer tüzel kişilik niteliğinde olan örgütler arasında olduğu gibi, her bir örgüt içinde yer alan elemanlar arasında da örgütün amacını gerçekleştirmeye yönelik olarak çeşitli biçimlerde iletişim kurulmaktadır. Örgütsel iletişim, hem örgüt içine hem de örgüt dışına doğru gerçekleşen bilgi akışını ve geribildirimleri içeren iletişim biçimlerini kapsamaktadır (Gürüz, 1998; Öktem, 2007:19). Örgütler, değişik görüş ve bilgilere sahip ve ortak amaca ulaşmak için birbirlerine bağımlı olan insanların oluşturduğu birimlerdir. Örgütlerde yöneticilerin doğru kararlar almalarında iletişim, önemli bir öğedir (Arslan-Arslan, 2010:149). Bir örgüt içinde gerçekleşen yazışmalar, talimatlar, resmi normlar çerçevesinde kurulan ilişkiler (ast-üst etkileşimi, görevlendirmeler vb.) ya da kurumlar arası mesaj alış verişi bu tür iletişime örnek verilebilir. Örgütsel iletişim temel olarak örgüt içinde yer alan bireylerin sosyal statülerine ve rollerine bağlı olarak şekillenmektedir. Bu iletişim, statülere bağlı olarak dikey (ast-üst arası), yatay (eşit statüler arası) ya da çapraz (farklı konumdaki bölümler arası) kanallarla gerçekleştirilebilir.

4. Kitle İletişimi

Herhangi bir kaynağın, geniş bir insan topluluğu ile kurduğu yüz yüze olmayan iletişimidir. Burada belirli bir kaynaktan hedef kitleye iletinin tek yönlü olarak gönderilmesi söz konusudur. Kitle iletişiminde kaynağın gönderdiği ileti alıcıya doğrudan ve (çoğunlukla) anında ulaşırken, alıcının kimliğini ve iletiyi nasıl algıladığını öğrenmekte güçlükler bulunmaktadır (Ecevit, 2007:93). Kitle iletişimi ya da diğer deyişle kitleler ile iletişim, radyo, televizyon, gazete ve günümüzde önemli ölçüde internet gibi kitle iletişim araçları kanalıyla gerçekleştirilmektedir. Bu açıdan kitle iletişimini, bilgi, haber veya fikirlerin belirli merkezlerden insan topluluklarına çeşitli araçlar vasıtasıyla dağıtımını ya da ulaştırılması olarak tanımlamak da mümkündür. Kitle iletişim sürecinde genellikle uzman kişiler belirli amaçlarla çeşitli ileteler oluşturur ve bunları amaca uygun araçlarla hedef kitlelere gönderirler. Çeşitli birimler haber-bilgi sağlama, sosyalleştirme-egitim, güdüleme, eğlendirme, bütünleşmeyi sağlama vb. amaçlarla kitle iletişim araçlarını, başka bir deyişle basın yayın ve medya gibi araçları kullanarak kitlelere tek yönlü mesaj iletiminde bulunabilirler. Bu yöntemin siyaset, habercilik ve eğitimde çok sık kullanıldığı bilinmektedir.

Kullanılan Kod Sistemlerine Göre İletişim

1. Sözlü İletişim

Kelimelere ve konuşmaya dayalı, yüz yüze veya telefonda konuşma ya da yazışma biçiminde gerçekleştirilen iletişimidir. Mesajların belli ve üzerinde anlaşılmalı bir semboller sistemi olan dil ve o dile özgü sesler ve sözcüklerle kodlanmış olduğu sözlü iletişim, sese, konuşmaya ve dinlemeye dayalı bir iletişim türüdür (Kaya, 2010:19). Sözlü iletişimin en önemli unsuru dildir. Sözlü iletişim için dil ile iletişim kavramı da kullanılmaktadır. Dil, duygu ve düşüncelerin ifadesinde kullanılan bir işaret, gösterge ve ses sistemidir. Sözlü

iletişim, iletişimin en yaygın biçimi olup konuşma dili olarak da adlandırılır. Konuşmada amaç çoğu zaman bir fikri, duyguyu, bilgiyi aktarmak ve dinleyicinin bir davranışını değiştirmek ya da onu bir konuda ikna etmektir (Esmeray, 2007:24). İletişimin en önemli araçlarından olan konuşma, öylesine sarf edilecek bir öge olmaktan ziyade, insanlarla ilişkilerimizde amaçlarımızı gerçekleştirmeye hizmet eden etkili bir iletişim kurmada başvurulacak yararlı ve kullanışlı bir araç olarak değerlendirilmelidir. Sözlü iletişimde dilin yanında “dil ötesi” unsurlar da çok yoğun olarak kullanılmaktadır. Dil ötesi, sesin niteliği ile ilgilidir. Sesin tonu, hızı, şiddeti, yapılan vurgulamalar, duraklamalar vb. dil ötesi unsurları oluşturmaktadır. Etkili bir iletişim için konuşmanın ve konuşmayı destekleyici nitelikte kullanılacak dil ötesi unsurların çok önemli bir yeri bulunmaktadır.

2. Sözsüz İletişim

İletişimin önemli tarzlarından biri de sözsüz iletişimidir. Sözsüz iletişim, sözlü ya da yazılı kelimeler olmaksızın, duyguları, düşünceleri ifade etmek amacıyla geliştirilen ve insanlar için çeşitli anlamlara gelebilen sembol, simge, işaret, hal ve tavır gibi kodların kullanımı ile gerçekleştirilen iletişimidir. Sözsüz iletişim, susma, sesin rengi (çeşitli halleri) ve müziği, beden dili, mekân ve zaman özellikleri, renk ve giyim kuşam kodlarını içerir (Yüksel, 2007b:37). Sözlü iletişimden bağımsız olarak ya da onunla birlikte iletişimi güçlendirmek için başvurulan bu iletişim türünde, insanlar birbirlerine konuşma dili dışında beden dili, eşya ve hadiselerin dili gibi görsel, dokunsal vb. mana içeren unsurlarla mesaj gönderirler. Acar (2007: 48)'in ifadeleri ile sözsüz iletişim, büyük ölçüde sezgiseldir, duygusal bilgiyi yansıtır, içinde kelimeler yer almaz, kullanılan ses tonlaması, yüz ifadeleri, beden hareketleri, jest ve mimiklerden oluşur ve sözlü iletişimin içeriği hakkında bilgi verir. Sözsüz iletişim, dokunma, göz teması ve hareketleri, baş hareketleri, el kol hareketleri, yüz ifadeleri, beden duruşu ve oturuş düzeni, kılık kıyafet, eşyanın ve mekânın dili gibi unsurlar aracılığı ile gerçekleştirilebilmektedir. Kısaca, sözel olmayan iletişimin, sözlü iletişim dışında kalan tüm iletişim unsurlarını kapsadığı söylenebilir (Yazıcı, 2010:178).

3. Yazılı İletişim

Yazışma yoluyla gerçekleştirilen iletişimidir. Her türlü yazılı ve basılı materyal (kitap, dergi, gazete vb.) yazılı iletişim aracı olarak kullanılabilir. Yazılı iletişimin en iyi bilinen örnekleri, mektup, elektronik posta ve SMS denilen telefon aracılığı ile yazışma olaylarıdır. Burada mesajlar kelimelerle kodlanmakta ancak ses ve konuşmaya yer verilmemektedir. Özdil (2007:64)'in ifadesiyle yazı ile kendimizi ifade ederiz. Bu ifade ediş yakın kişiler arasında özel paylaşımlar için olabildiği gibi, resmi platformda, hukuk mücadelesinde vb. amaçlar için de olabilmektedir. Kamu kuruluşlarının kendi aralarında ya da gerçek kişilerle iletişim sağlamak amacıyla yaptıkları yazışmalar da bu türdendir. Bu açıdan başarılı bir iletişim için etkili konuşma ve beden dili kullanımının yanında yazılı iletişimdeki ustalık ve beceri de önem taşımaktadır.

Yönüne Göre İletişim

Tek Yönlü veya Çift Yönlü İletişim

Tek yönlü iletişim, belirli bir kaynaktan bir hedefe doğru tek yönlü olarak gerçekleştirilen mesaj iletimidir. Burada hedef sadece gönderilen iletileri alır, kendisi bu iletilere yanıt olarak bir ileti üretmez ve göndermez, dolayısıyla sürece katılmaz. Kaynak aktif, hedef ise pasif alıcı durumundadır. Bu durumda geri bildirim ögesi yoktur. Onun için buna iletişim yerine iletim (iletme) demek daha doğru olur. Sadece anlatımın olduğu ders, okunan kitap, izlenen film, dinlenen radyo, talimat ve emirler bu tür mesaj iletimine örnek verilebilirler. Çift yönlü iletişim ise en az iki kişi arasındaki bilgi, duygu, düşünce alış

verişidir. Bu tür iletişimde iletiler kaynak ile hedef arasında gider gelir, karşılıklıdır ve katılanların tümü aktif olarak sürece dâhil olurlar (Kaya, 2010:18).

Etkilerine Göre İletişim

Olumlu veya Olumsuz İletişim

Olumlu iletişim, katılanlarda olumlu etkiler bırakan, hoş duygular yaşatan, tarafların gereksinimlerini karşılayan tarzdaki iletişimdir. Bu tür iletişimde kişiler doyum sağlar, kendilerini iyi hisseder ve iletişimin devamı için çaba harcarlar. Bu tarz iletişimin bireylerin ruh sağlığını besleyici bir işlevi vardır. Olumsuz iletişim ise katılanlar üzerinde olumsuz etkileri olan, hoş duygular yaşatmayan iletişimdir. Bu tür iletişimde karşılıklı kabul ve saygı yerine eleştiri ve suçlama vardır (Kaya, 2010:17).

Zaman ve Mekân Boyutuna Göre İletişim

Yüz yüze veya Uzaktan İletişim

Yüz yüze iletişim, iletişimde bulunan bireylerin fiziksel olarak aynı mekânı paylaştıkları, iletişim kurmak için araya başka herhangi bir araç koymadıkları iletişimdir. Uzaktan iletişim ise aynı fiziksel mekânı paylaşmayan bireylerin, çeşitli araç gereç ve materyaller aracılığıyla kurmuş oldukları iletişim türüdür. Mektup, telefon ve internet teknolojilerine dayalı araçlar ile kitap, dergi, gazete gibi her türlü basılı materyal ile kurulan iletişim bu türdür (Kaya, 2010:24).

İLETİŞİM MODELLERİ

Her bilim dalı ele aldığı konuları herkesin anlayabileceği basitlikte anlatabilmek için onları somutlaştırma yoluna gider. Konuları görünür nesnelere olan bilimler bizzat o nesnelere kendilerini ya da büyütülmüş veya küçültülmüş maketlerini, modellerini kullanırken; soyut kavram ve olguları ele alan bilimler tablo, grafik gibi birtakım görsellerin yanı sıra kimi teoriler, kuramlar ve modeller geliştirirler. İşte iletişim modelleri de Kaya'nın ifadesi ile iletişim olgusunun temel unsurlarını ve bunlar arasındaki ilişkileri bir sistem bütünlüğü içerisinde göstermeyi ve açıklamayı amaçlayan şekil, grafik ve şemalardır (Kaya, 2010:27). İletişimbilimciler, iletişim olgusunu daha iyi açıklamak için onu somut bir görünüme kavuşturmak ya da iletişimin nasıl bir şey olduğunu, neye benzediğini göstermek üzere birtakım modeller geliştirmişlerdir. Bu modelleri, iletişime dair ileri sürülen ve birbirinden çeşitli açılardan farklılıklar gösteren kuramsal açıklamalar olarak okumak da mümkündür. İletişim biliminde ortaya konulmuş, iletişim olgusunun farklı boyutlarına yoğunlaşan ve birbirinden farklı açıklamaları olan çeşitli modeller bulunmaktadır. Burada söz konusu modeller, içerdikleri yaklaşımlar yönünden kısaca üç başlık altında ele alınabilir (Kaya, 2010; Demiray, 2008).

1. Tek Yönlü (Doğrusal) İletim Odaklı Modeller

İletinin kaynaktan hedefe tek yönlü akışına vurgu yapan modellerdir. Örnek olarak Aristo ve Lasswell modelleri verilebilir. *Aristo Modelinde* bilgi, belirli bir kaynaktan belirli bir hedefe doğru tek yönlü olarak akar. Yani iletişim süreci kaynak, ileti ve alıcı gibi üç temel iletişim unsurundan oluşmaktadır. Aristo modeli, bugünkü anlamıyla iletişim olgusunu açıklamaktan uzaktır. Ancak ilk model olması açısından önemlidir. *Lasswell'in Genel İletişim Modeli*, Kim, Neyi, Hangi Kanalla, Kime, Hangi Etki Düzeyinde söylüyor? Şeklinde formüleleştirilen, tek yönlü iletişim sürecini vurgulayan doğrusal bir modeldir. Modelde iletişim sürecinin kaynak, mesaj, kanal ve hedef gibi dört temel unsurunun yer aldığı görülmektedir. Burada, kaynak birimin kimliği, amacı, yararlandığı ortam ve araçlar, muhatabının kimliği ve kaynağın başlattığı iletişim etkinliğinde elde ettiği etki düzeyi gibi konuların önemine vurgu yapılmaktadır. Çıkış noktası siyasal iletişim ve siyasal etki olan bu

model, bir kitle iletişim modeli olup geri bildirim ve gürültü gibi öğeler üzerinde durulmamaktadır.

2. Karşılıklı İletim Odaklı Modeller

İletişimin gönderici ve alıcı arasında karşılıklı olarak döngüsel bir şekilde gerçekleşen bir süreç olduğunu vurgulayan modellerdir. Örnek olarak *Osgood ve Schramm*'in dairesel modeli verilebilir. Özellikle kişilerarası iletişimi açıklamaya uygun olan bu model, iletişim sürecindeki aktörlerin davranışları üzerine odaklanmıştır. Bu modelde mesajı gönderen ve alan sabitleştirilmemiştir. Roller sürekli değişmektedir. İletişim başladığında bir kişi bir mesajı kodlayarak göndermekte, alıcı bunu açıklamakta ve yorumlamakta, kendisi de bir mesaj üretip kaynağa geri göndermektedir. Yani alıcının da mesaj üretip göndermesi suretiyle iletişim bir yerde başlayıp başka bir noktada bitmemekte, dairesel olarak devam etmektedir.

3. Etkileşim Odaklı Modeller

Bu modellerin çıkış noktası, iletişimin asla başladığı noktaya dairesel olarak geri dönmeyeceği eleştirisi olmuştur. Buna *Dance'ın Sarmal modeli* örnek verilebilir. Sarmal model, etkileşim odaklı modellerin öncüsü sayılır. Buna göre, iletişim ileriye dönük ve dinamik bir süreçtir. Şu anki iletişim daha sonraki iletişimin yapısını ve içeriğini belirler. İletişim süreci, diğer toplumsal süreçlerde olduğu gibi devamlı değişen öğeleri, ilişkileri ve çevresel etmenleri içerir. Spiral model, bu sürecin zamanla nasıl değiştiğini, boyutların nasıl farklılaştığını tanımlar.

İlgili kaynaklarda, burada örneklendirilen modeller dışında, ayrıca Shannon ve Weaver'in Matematiksel İletişim Modeli, Berlo Modeli, Gerbner Modeli, Newcomb'ın ABX Denge Modeli, Westley-MacLean Modeli, Riley-Riley Modeli gibi çok sayıda iletişim modelinden söz edilmektedir.

İLETİŞİME SOSYOLOJİK BAKIŞ

İletişim ve Toplum

İletişim olgusunu toplumdan bağımsız düşünmek mümkün değildir. Zira iletişim öncelikle toplumsal sistem içinde geliştirilmiş olan kodlarla gerçekleştirilmektedir. Öte taraftan, iletişimin toplumsal boyutu sadece kitle iletişimi gibi çok sayıda bireyin işin içinde olduğu bir iletişim tarzının varlığından ibaret değildir. Bireyler arası yüz yüze iletişim tarzları da toplumsal yapıdan çok önemli izler taşır. Toplumsal hayatın başlangıcından beri birlikte yaşamının gereği olarak sürekli iletişim etkinliği içinde bulunan insanlar, bu tarihsel süreçte gerek kişiler arası gerekse toplumsal ilişkilerinde iletişimin çeşitli yollarını geliştirmiş ve kullanmışlardır. Yaylagül'ün belirttiği gibi (2013:14-17), “iletişim faaliyeti toplumsal hayatı üretmenin ve birlikte yaşamının temel koşuludur. İletişim süreci, belli bir tarihsel ve toplumsal bağlam içerisinde gerçekleştirilir. İletişim ilişkisinde üretilen her türlü anlam, toplumsal olarak üretilir ve ancak diğer insanlarla kurulan üretim ilişkileri bağlamında gerçekleştirilir. İnsanlar uzun yıllar yüz yüze iletişim kanallarını kullanmışlardır. Tarihsel süreç içerisinde geliştirilen çeşitli teknolojik araçlarla yüz yüze iletişimin yanı sıra teknolojiyle aracılanmış iletişim tarzlarını da geliştirmişlerdir”.

Bal'ın ifadeleri ile (2013:24), “iletişim bir sistem olup sosyal, kitle ve elektronik iletişim gibi alt sistemleri vardır. Bu sistem sadece toplumun iç dinamiklerinden etkilenmez, o aynı zamanda dış dünyadaki olgusal/kurumsal yapılardan da etkilenir. Her toplum kendi alt sistemlerini iç ve dış gelişmelere bağlı olarak yeniden yapılandırmaktadır. İletişim sistemi de bu süreçten bağımsız değildir”.

İletişim Becerisi

Bireyin kişilerle doyum sağlayıcı ilişkiler kurabilmesini sağlayan, başkalarından olumlu tepkiler getiren ve bireyin toplum içinde yaşamasını kolaylaştıran öğrenilmiş davranışlar olarak tanımlanabilir (Şahin, 2010:36). Kısaca, çatışmasız ve etkili iletişim kurabilme becerisi de denilebilir. İletişim becerisine sahip kişiler, iletişim kurarken muhatabına saygıyı ve empatiyi esas alır, etkin dinleme tarzını benimser, ilişkilerinde dürüst ve şeffaf davranır, kendi haklarının yanında başkalarının haklarını da korumaya özen gösterirler. İletişim becerilerine sahip olmak bireylere aile içi, eşler arası ve ebeveyn çocuk arası ilişkilerde; eğitim, iş ve meslek alanlarındaki etkileşimlerde; sosyal hayat ve arkadaşlık ilişkilerinde sağlıklı, uzun süreli ve doyurucu ilişkilerin geliştirilmesini sağlama yönünde olumlu katkılar sağlar. İletişim sürecinde yer alan kişilerin iletişim becerisindeki yetersizlikleri, etkili iletişimin kurulup sürdürülmesinde çok ciddi engeller oluşturmaktadır. İletişim oluşturma gerektirdiği asgari becerilere başka bir ifade ile anlam, algı, iletişim ortamı, alıcının kimlik, kişiliği, iletişimde kullanılacak araçlar ve iletişimin doğuracağı muhtemel sonuçlar konusunda yeterli bilgi, beceri ve tecrübeye sahip olmamak, bireylerin etkili iletişim kurmalarını zorlaştırdığı gibi, çeşitli çatışmaları da beraberinde getirebilmektedir.

İletişim Çalışmalarında Sosyolojik Yaklaşımlar

İletişim alanında geliştirilen çoğu yaklaşım, iletişimin bireysel-psikolojik boyutuna yoğunlaşmış ve toplumsal yapının iletişim süreci üzerindeki etkisini göz ardı etmiştir. Ancak **Riley ve Riley Modeli** ile farklı bir yaklaşım sergilenmeye başlanmıştır. Yaylagül (2013:64)'ün ifadeleri ile 1959'da John W. Riley ve Mathilda W. Riley iletişim faaliyetlerinin tam olarak anlaşılabilmesi için iletişim sürecine etki eden faktör olarak toplumsal grupların önemine dikkat çekmişlerdir. Onlara göre, birincil ve ikincil gruplar iletişim sürecinde etkin ve önemli bir yere sahiptirler. Bu gruplar, alıcının iletleri almasını, anlamasını ve anlamlandırmasını ve bu süreç sonucunda bu iletiye karşı nasıl bir reaksiyonda bulunacağını biçimlendirir. Ancak toplumsal yapı sadece alıcı konumunda olanları etkilemez, hem iletişimde bulunan gönderici ve alıcıyı hem de onların içinde yer aldıkları grupları kapsar. Kitle iletişim süreci ile toplumsal yapı karşılıklı etkileşim içerisinde.

İletişim'e sosyolojik yaklaşım olarak değerlendirilebilecek kuramlardan biri de **Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı** adıyla anılmaktadır. Psikolog Elihu Katz, medya alanındaki çalışmaların medyanın insana ne yaptığı sorusuna odaklandıklarını, oysa asıl sorulması gerekenin insanların medya ile ne yaptıkları olduğunu belirtmiştir. Katz'a göre insanların toplumsal ve psikolojik kökenli ihtiyaçları vardır. Bu ihtiyaçlar sonucunda insanlar, medyadan ve diğer kaynaklardan bu ihtiyaçlarını gidermek için birtakım beklentilere girerler. Bu yaklaşıma göre izleyiciler birtakım ihtiyaçlarını gidermek için medya içeriklerini kullanırlar. Bu kullanmanın sonucunda izleyicinin ihtiyacı giderilmiş yani ihtiyaç doyurulmuş dolayısıyla da izleyiciler ihtiyaçları yönünden medya içeriklerini kullanarak doyuma ulaşmış olurlar. Bu yaklaşımda medya içeriği ile izleyici arasında işlevsel bir ilişki olduğu kabul edilir (Yaylagül, 2013:71).

Gündem Belirleme Kuramı sosyolojik açıklamalarıyla öne çıkan bir diğer kuramdır. Bu kurama göre, medyanın önemli özelliklerinden biri gündem belirleme özelliğidir. Kitle iletişim araçları ülkede ve dünyada olup bitenler hakkında haber-bilgi aktarmak suretiyle kişilerin, var olan durumlar, yenilikler ve gelişmeler hakkında bilgi sahibi olmasını sağlamaktadır. Bu işlevi yerine getirirken de bazı konu ve gelişmelere yayınlarında daha çok ve sık aralıklarla yer verirken, bazılarını daha seyrek yer vermekte, daha az zaman ayırmaktadır. Bazılarına ise hiç yer ve zaman ayırmamaktadır. Bu işleyiş ise hedef kitlede, daha çok yer ve zaman ayrılan konuların daha çok önemli olduğu, diğerlerinin ise daha az önemde olduğu algısı oluşturmaktadır (Göktürk, 2007:115).

İnsanlar, medyanın belirlemiş olduğu gündem sayesinde olayların hangi önemde olduklarını öğrenirler. Yani, medya istediği bir konu ya da olaya ağırlıklı olarak yer vererek toplumun gündemini belirler. Böylece medyanın olaylara verdiği önem ve öncelik kamuoyunun da önem ve önceliği haline gelir. Kısaca, bu yaklaşıma göre, medyanın önem ve yer verdiği konular izleyicilerin gündemini oluşturacak ve onların gündemini meşgul edecekken, yer vermediği konular halkın ve izleyicilerin gündemine gelmeyecektir (Yaylagül, 2013:78).

Yetmişli yıllara dayanan ve daha çok siyasal olaylar bağlamında yorumlamalarda bulunan bu yaklaşımın temel varsayımına göre kitleler, gündem belirleme gücünü elinde bulunduran medyadan, hangi konularla ilgileneceklerinin yanı sıra, onlarla hangi ölçüde ilgileneceklerini de öğrenirler. Medyada çok sesliliğin ve çeşitliliğin hâkim olduğu günümüzde konu yeni bir boyut kazanmıştır. Medyanın gündem belirleme gücü şüphesiz günümüzde de devam etmekte ancak, izleyici farklı bir problem ile karşı karşıya bulunmaktadır. Bugün sesli, yazılı ve görsel yayın yapan çok sayıda medya organı bulunmaktadır. Yayın politikaları birbirinden farklı olan bu medya organları, yayın yaparken, çeşitli kaygılarla hareket ederek aynı konularda birbirinden farklı yaklaşımlar sergilemekte, hatta kimi zaman birbirine taban tabana zıt bilgiler aktarabilmektedirler. Bu ise izleyicide kafa karışıklığına yol açmaktadır. Burada izleyicinin, belirli kaynaklardan aldığı haber ve bilgiyi başka kaynaklardan da takip ederek test etme fırsatı bulunmakta, ancak hangi enformasyon kaynağına güveneceği konusunda kafası karışmaktadır. Ciddi bir güven sorunu yaşamakta olan okuyucu/izleyici haber kaynaklarının güvenilirliğini belirlemede geçerli bir ölçüte sahip bulunmadığından çoğu zaman yayın organının ideolojik konumlanışını esas almakta, bu ise geçerli ve güvenilir bir yol olmaktan uzak bulunmaktadır.

Ele alınmasında yarar bulunabilecek diğer bir yaklaşım da *Suskunluk Sarmalı Varsayımı*dır. Sessizlik sarmalı olarak da bilinen bu yaklaşıma göre, görüşlerinin desteklenmediğini hissettikleri durumlarda insanlar kanaatlerini gizlemekte, yani susmayı tercih etmektedirler. Yaylagül (2013:81)'ün ifadeleri ile ElisabethNoelle-Neumann tarafından geliştirilen bu kurama göre insanlar, kendi düşünceleri toplumun egemen düşüncesinden farklı olduğu zaman toplum tarafından dışlanmaktan korkarlar. Medya tarafından ele alınan konular toplumun egemen görüşünü yansıtır. Bunlara karşı çıkmak ve aksi görüşler savunmak için insanlar yeterli gücü ve imkânları kendilerinde bulamazlar. Bu görüşlere katılmayan pek çok izleyici, kendi görüşlerini dile getirmekten kaçınmaktadır. Bunu dile getirmeye cesaret edenler ise toplum tarafından dışlanmaktadır. Bu dışlanmaya maruz kalmamak için insanlar sessiz kalmaya ve kendilerini güvende hissetmeye devam etmektedirler.

Bu hipoteze göre, bireylerin toplumdan yalıtılma korkusu, insanın doğası gereği toplumsal varlık olmasından kaynaklanmaktadır. Bu korkuyla insanlar, toplumda hangi kanıların yaygınlaştığını, hangilerinin gözden düştüğünü saptamak için çevrelerini sürekli denetlemektedirler; kendi görüşleri yaygınlaştıkça bunları açıkça dile getirmekte, buna karşılık görüşleri desteklenmediği sürece kanılarını gizlemektedirler (Göktürk, 2007:116).

İnsan doğası gereği toplumda farklı görüşlerin bulunması tabiidir. Ancak farklı görüşlere hayat hakkı tanınmaması ve toplumun genelinden farklı görüşlere sahip bireylerin baskı altında tutularak susmaya mahkûm edilmesi ağır sonuçları olabilecek çok büyük bir toplumsal problemdir. Bu problemin yegâne çözüm yolu ise bireylerin hiçbir baskı hissetmeden ve gizlenme gereği duymadan kendilerini rahatça ifade edebilecekleri bir hoşgörü ortamının tesis edilmesidir. Aksi bir tutum ise suskunluk sarmalına bürünen bireylerin taşma noktasına gelerek sosyal patlamalara sebebiyet vermesi, durumsal davranmak suretiyle güvenilir kişilik tipleri geliştirerek sosyal güven bunalımına yol açması, hatta

topluma çeşitli konularda yön göstererek yararlı olabilecek fikirlerin gün yüzüne çıkarılmadan heba edilmesi gibi çok çeşitli sosyal sorunlara yol açabilir.

Burada **Bağımlılık Kuramı**ndan da kısaca söz edilebilir. Bu kurama göre, bireyler toplumda neler olup bittiğini öğrenme ve buna göre kendilerine yön tayin etmede kitle iletişim araçları gibi bilgi kaynaklarına bağımlıdırlar (Yaylagül, 2013:85). Burada vurgulanmak istenen, bireylerin bilgiye ulaşmada medyaya mecbur oldukları görüşü olmakla birlikte, günümüzde pek çok kişi için medya takibinin artık bir ihtiyaç olma boyutunu aşmış bu medya ve haber takibinden kendini alamama şeklinde bir bağımlılığa dönüştüğü de ayrı bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternet bağımlılığı başta olmak üzere bu konuda zamanımızda çok şey yazılıp çizildiğinden ayrıntıya ihtiyaç bulunmamaktadır.

İletişim çalışmalarında varılan genel kabul, kitle iletişim sürecinin başlatılmasındaki amacın hedef kitlelerin bilgi, duygu, düşünce ve davranışlarında değişim gerçekleştirmek olduğudur. Gerçekleşecek bu değişim ise **etki** olarak nitelendirilmektedir. Buna göre iletişim araçlarının etkisi; bilgide, duyguda, düşünce, tutum ve nihayet davranışta ortaya çıkan bir değişiklik veya değişimdir. Oluşacak etki her zaman var olanın tümünden ve aksi yönde değişmesi anlamını içermemekte, var olanın güçlendirilmesi ya da pekiştirilmesi anlamına da gelmektedir (Göktürk, 2007:117).

İletişim ve Birlikte Yaşama Kültürü

Bir arada yaşamının kaçınılmaz unsurlarından olan iletişim, bireyler arasında çeşitli farklılıklar bulunsun ya da bulunmasın, sosyal hayatın vazgeçilmez unsurlarındandır ve iletişimin tarihinin insanlık tarihi kadar eski olduğu düşünülmektedir. Günümüzde iletişim denildiğinde her ne kadar ilk olarak iletişim araçları ile kurulan bağlantılar akla gelse de aslında ilkelerin kullandıkları çeşitli sesler, hareketler ya da duman vb. aracılığıyla sağlanan haberleşme ve bilgi aktarımından, aile içi ilişki ağlarına kadar insanlar arasında gerçekleşen duygu, düşünce ve enformasyon paylaşımına dair her türlü etkileşim bir çeşit iletişim olarak kabul edilmektedir. Ancak insanlar arasında etkili bir iletişim kurulabilmesi ve kurulan iletişimin doyurucu bir birliktelikle sonuçlanabilmesi için iletişime giren bireylerin dikkat etmesi gereken çeşitli ilkeler bulunmaktadır. Bu ilkelerin başında ise muhatabı dinleme ve anlama çabası gelmektedir. Muhatabı anlamamanın en kolay yolu da empati denilen, kendini onun yerine koyarak muhatabının ne düşündüğünü, ne hissettiğini ve neden nasıl davrandığını anlamaya çalışmaktan geçmektedir. Oysa pek çok insan bu vb. iletişim ilkelerini göz ardı ettiğinden toplumda sıkça iletişimsizlikten, daha doğru ifadesi ile iletişim çatışmalarından şikâyet edilmektedir.

Her şeyin her gün değişip yenilediği dünyamızda, özellikle teknolojik gelişmelere ve onun toplumsal hayatta yol açtığı hızlı değişim ve dönüşüme ayak uydurma çabası bir zorunluluk olarak görülmektedir. Geçmişten günümüze toplumların kültürel hayatlarını derinden etkileyen teknolojik gelişmeler, sadece maddi kültür öğelerini değiştirmekle kalmamış, manevi kültürü de derinden etkilemiştir. Böylece, toplumların sahip oldukları kültürel alışkanlıklar, tutumlar ve beklentiler de köklü biçimde değişmiştir. Dolayısıyla, eski çağlarda toplumları ve bireyleri harekete geçiren birtakım değerler, günümüz toplumları için anlamlarını yitirmiş, bu durum yeni anlayış ve değerler geliştirmeyi kaçınılmaz kılmıştır. İşte bu aşamada kimi toplumlar yeni değer, norm ve ideolojiler geliştirirken; kimi toplumlar da kendilerine göre daha ileri ve gelişmiş kabul ettikleri başka toplumları takip ve taklit etmeye başlamışlardır.

İletişimin önemli boyutlarından birini de insanların dünya çapında birbirleri ile bağlantı kurmalarını mümkün kılan dijital ağların biçimlendirdiği ve günümüz dünyasını anlamlandırmada sıkça kendisine vurgu yapılan *küreselleşme* oluşturmaktadır. Globalleşme, hızla gelişen iletişim teknolojileri aracılığı ile dünyayı derinden etkilemektedir. Globalleşme

ile yerel düzeyde meydana gelen bir olay binlerce kilometre uzaklığa hemen aktarılabilen; dünya çapında çeşitli ilişkilerin kurulması sağlanabilmektedir (Kaçmazoğlu, 2002:221). Dünyanın küresel bir köy haline almış olduğu günümüzde birey, toplum ve milletlerin bu konudaki yaklaşımları ne olacaktır? Bugün karşı karşıya olduğumuz gerçek, sahip olduğumuz veya alışa geldiğimiz özellik, tutum ve alışkanlıklara uymayan, çeşitli farklılıklara sahip öteki insanların varlığının inkâr hatta göz ardı edilemeyeceği gerçeğidir. Artık ideolojiler, dinler, mezhepler ve etnik aidiyetler tek başlarına insanları kategorize etmeye ve birbirinden ayırarak sınıflamaya yetmemektedir. Kompleks yapıdaki doğası gereği insanoğlu, sosyal çevresi, ruh dünyası ve psikolojik yaşantıları itibariyle çok boyutlu olarak incelenmesi gereken, anlaşılması oldukça güç bir varlık konumundadır.

İki kişinin birbirinin kopyası olabilecek derecede aynışmasının mümkün olmadığı tarihçe de, bilimsel araştırmalarca da sabittir. Aynı ailede dünyaya gelse, aynı sosyal çevrede gelişip aynı eğitim sürecine tabi tutulsalar bile mutlak farklılıklar sergileyen bireylerin oluşturduğu insan türü için farklılaşma kaçınılmazdır. Başka bir ifade ile her toplumda, insanlar arasında zekâ, yaş, cinsiyet vb. biyolojik değişkenler ve insan organizmasından kaynaklanan diğer özellikler gibi farklılıklar vardır ve toplum üyeleri bu kişisel farklılıklara göre kabul edilmiş sosyal ayrımlarla farklılaşmaktadırlar (Korkmaz, 2006:75).

Peki, kaçınılmaz olan farklılaşma, çatışmayı mı yoksa bütünleşmeyi mi getirmektedir? Yani birtakım farklılıklara sahip, başka bir deyişle bize benzemeyen birini “öteki” kategorisine yerleştirmek ve ötekileştirdiğimiz bu kişiliği dışlamak doğal bir tepki midir? Yoksa insan doğası, aslında bu farklılıkları birer bilişme ve bütünleşme aracı olarak görmeye ve bir zenginlik olarak değerlendirmeye daha mı uygundur? “Sadece farklılıklarından hareketle başkalarını ötekileştirme hakkına sahip olabilir miyiz?” diye soran Bulaç, “insani özümüze dönüş bizi birliğe götürür, ontolojik düzeyde kalıp durmak ise çatışmalara sürükler” demekte ve eklemektedir: “İnsan yeryüzünde tek başına yaşayamaz. Ünsiyet özelliği onun doğası gereği başka insanlarla bir arada yaşamasını zorunlu kılar. Anlayan ve tanıyan insan başkalarıyla sağlıklı ve kendini geliştirici ilişkiye girer” (Bulaç, 2000:45-47). Yani farklılaşma, farklı ihtiyaçların karşılanması kolaylaştırmak suretiyle sosyal bir birliktelik oluşturmayı ve oluşan sosyal bünyenin varlığını devam ettirmeyi mümkün kılmaktadır denilebilir. Hatta, insan vücudunda sürekli aynı tür hücrelerde artış yaşanmasının kanser denilen ölümcül sonucu doğurması gibi, toplum bireylerinin de giderek benzeşmesinin olumlu ve istenir bir netice değil, hatta hastalıklı bir durum olduğu iddia edilebilir.

Her toplum kendi kültürünü yaşatmak ve güçlendirerek yarınlara taşımak isteyebilir. Ancak, dünyadan izole edilmiş kapalı bir toplum yapısını sürdürmenin neredeyse imkânsız hale gelmiş olması sebebiyle, öteki toplumların kültürel yaşantılarına uzak kalmak ve onlardan etkilenmeden kültürel varlığını ve yerel değerleri sürdürebilmek mümkün görünmemektedir. Berkay’ın deyişiyle, “dünya üzerindeki toplumları birbirinden büsbütün soyutlanmış ve etkilenmez ya da etkilenmemiş bir modele geri götürmek güçtür” (Berkay, 2002:56). Dolayısıyla, ister istemez çağımızın küresel dünya düzeninde bilgi ve kültür alış veriş, tabiattaki biyolojik alış veriş kadar doğal bir durum arz edecektir.

Günümüzde bilişim teknolojileri toplumlar, kültürler ve bireyler arasındaki duvarları kaldırmış, “sanal” olarak adlandırdığımız, dijital dünya ya da siber uzaya dair pek çok olay gerçek hayatta etkisini göstermeye başlamıştır. İnternet üzerinden iletişim yoluyla kurulan evlilikler gibi, sanal ihanet sonucu meydana gelen boşanmaların da artık şaşkınlıkla karşılanmadığını görmekteyiz. Öte taraftan yaşam boyu öğrenme ihtiyacı hisseden bireyler, bu teknoloji ile kıtalar ötesi bilgi merkezlerinden yararlanabildikleri gibi, dünyanın öteki ülkelerini, kültürlerini ve insanlarını daha yakından tanıma imkânı da bulabilmektedirler.

Bugün dünyanın çeşitli coğrafyalarında cereyan etmekte olan sosyal patlamaların, değişim-dönüşüm isteği içeren olayların, büyük çapta siber evrenin sunduğu sosyal paylaşım siteleri gibi bilişim ve iletişim araçları aracılığı ile gerçekleşmekte olduğu gözlemi bu geçeye canlı bir örnek niteliğindedir.

İletişimde Empati

Empati, bir insanın kendisini karşısındaki insanın yerine koyarak onun duygularını ve düşüncelerini doğru olarak anlamasıdır. Rogers'ın empati anlayışından hareketle genel çizgileriyle şu tanıma ulaşılmaktadır: Bir kişinin kendisini karşısındaki kişinin yerine koyarak olaylara onun bakış açısıyla bakması, o kişinin duygularını ve düşüncelerini doğru olarak anlaması, hissetmesi ve bu durumu ona iletmesi sürecine empati adı verilir (Dökmen, 2003:135).

Yaşamakta olduğumuz bilişim ve iletişim çağında, "öteki" dediğimiz kişi, toplum, kültür, değer ve düşüncelerle bir arada yaşamayı reddetmenin neredeyse imkânsız olduğu görülmektedir. Böyle bir açmazın var olduğu apaçık ortada ama işin içinden nasıl çıkacağımız konusunda pek çoğumuz itibariyle kafalarımız karışık görünmektedir. Teorik olarak hak-hukuk çerçevesinde bir arada yaşama imkânı oluşturmaya dönük çeşitli tasarılar ortaya konmuş ise de pratikte, toplumun bütün katmanları için bunun realize edilmesi pek mümkün olmamıştır. İşte bu realite, günümüz birey ve toplumlarına çeşitli sorumluluklar düştüğünü göstermektedir. Margosyan (2000:93)'in ifadeleriyle yapılması gereken, ötekileri dışlamanın aksine onların yaşam tarzını, örf ve adetlerini, sosyal yapılarını, duygu ve düşüncelerini, özetle kültürlerini yakından tanıyıp gelişmelerine yönelik bir çalışma olmalıdır.

Peki, farklılıklarla birlikte barış ve huzur içinde bir dünyayı paylaşmak nasıl mümkün olacak. Çocukluklarından beri aldıkları eğitim ve tabii tutuldukları siyasallaşma neticesinde daima ötekileştirmeyi öğrenmiş, hatta kendini öteki üzerinden tanımlamayı bir kimlik sorunu haline getirmiş bireylerle bunun başarılması mümkün olabilir mi. Bu noktada, ötekini kabullenmenin, anlamının ve birlikte yaşamayı mümkün kılmamanın en önemli unsurlarından olan hoşgörü kavramı gündeme gelmektedir. Zira, "ötekine katlanabilmenin temel koşulu, hoşgörü ile bakmaktır. Hoşgörü; bir insanın kendinden farklı düşünceleri, inançları, değerler sistemi vb. olan insanlara karşı sevecen bir tahammül göstermesi demektir, yani katlanmaktır" (Ateş 2000:121).

Etkili iletişim, diyalog ve hoşgörü ancak empatik bakış açısı ile mümkün olabilir. Bireyler arası ilişkilerde olduğu kadar, sosyal sorunların tespiti, anlaşılması ve çözümünde de sosyal empati oldukça önemli bir rol oynayabilir. "Sosyal empati, bir kişi ya da sosyal grubun, belli bir duruma ilişkin olarak, karşısındaki kişinin ve sosyal grubun duygu ve düşüncelerini doğru olarak anlaması, onların hissettiklerini hissetmesi ve bu durumu onlara iletmesi sürecidir. Günlük hayatta, hukukta, etikte, inançta ve birçok alanda tartışıla gelen hoşgörü'nün yaygın ve yaşanabilen bir olgu ve tavır haline gelmesinin makul ve mümkün sınırları da böyle bir temelden yola çıkılarak doğru çizilebilir" (Berkay, 2002:61).

Çağımızda, teknoloji sayesinde olaylar çok büyük bir hızla gelişmektedir. Çoğu zaman bu hıza yetişmekte zorlanıyoruz. Bugün çözüm bekleyen yüzlerce toplumsal ve uluslararası problem bulunmaktadır. İnsan dediğimiz varlık, adeta evrenin merkezinde yer alan ve her olayın onun ekseninde cereyan ettiği bir varlık olmasına rağmen, ulaştığımız 21. yüzyılda hâlâ insan haklarını ve demokrasiyi yeterince özümseyememiş sosyal-siyasal yapılara rastlamaktayız. Farklılaşmanın bir zenginlik ve renklilik kaynağı olduğu gerçeği bütün çıplaklığı ile ortada olmasına rağmen bunu çatışma ve ayrılık bahanesi olarak ileri sürenler azımsanmayacak kadar çoktur. Kaldı ki, dünyanın çeşitli coğrafyalarında etnik, ideolojik veya dinsel çatışmalar yaşanmakta, şiddet olayları tüm hızı ile devam etmektedir.

Bu noktada vurgulanması gereken, toplumsal farklılıkların ve farklılaşmanın çatışma vesilesi kabul edilmesinin yanlışlığıdır. Artık ülkeler arasındaki sınırlar -her zaman siyasi olmasa da ekonomik ve teknolojik anlamda- ortadan kalkmakta, piyasalar çok uluslu şirketlerin satranç tahtasındaki hamlelerine göre belirlenen bir küresel finans oyununa sahne olmaktadır. Elektronik ticaret sayesinde masa başında birkaç tıklama ile kıtalar ötesi ticaretin mümkün hale geldiği bilgi çağında, çatışma ve rekabetin rengi de değişmiştir. Artık herhangi bir toplumun kabuğuna çekilmesi, içine kapanması ve kendini dünyadan ve küresel olaylardan soyutlaması imkânı kalmamıştır. Yani bütün farklılıklara rağmen, küresel aktörlerin cirit attığı bilişim meydanında hiç kimsenin etrafını kuşatan dünyadan uzak durma şansı kalmamıştır. Geldiğimiz nokta bize, kendi farklılıklarımızı ya da karşıdakinin farklılıklarını ön plana çıkararak dışımızdaki dünyaya yabancı kalma şansı tanımamaktadır. Bilişim ve iletişimin kaçınılmaz olduğu böyle bir ortamda yapılacak şey, uzlaşma zemininde buluşarak ötekinin farklılıklarına yeni bir gözle bakmak olacaktır.

Sonuç olarak insanlar, doğuştan getirdikleri ırk, cinsiyet vb. bireysel biyolojik farklılıkların yanında, toplum olarak tarihsel gelişim sürecinde kazandıkları pek çok kültürel farklılıklara da sahip bulunmaktadırlar. Söz konusu farklılıklar, tarih boyunca insanlar arasında eşitsizlik ve toplumlar arasında çatışma sebebi olarak değerlendirilmiştir. Oysa ulaştığımız uygarlık düzeyi çerçevesinden olaylara baktığımız zaman, farklılıkların birer ayrılık ve çatışma sebebi değil, aksine zenginlik, paylaşma ve bütünleşme vesilesi olabilecekleri kolayca görülebilmektedir. Günümüzün küresel iletişim ağları aracılığıyla bireysel ve toplumsal farklılıklar giderek azalmakla birlikte, her zaman varlığını devam ettirecek farklılıklar da bulunacaktır. Yani giderek benzeşen kültürler, bu kültürlere ait topluluklar ve bireyler arasında her zaman bazı farklılıklar olmaya devam edecektir. Çağdaş toplumların ve aydınlanmış bireylerin yapması gereken kendi farklılıklarını ötekine dayatmak değil, onun farklılıklarının farkında olmak, onu olduğu gibi kabul etmek ve uzlaşılabilir ortak değerler zemininde iletişim kurarak kendini ifade etmektir. Böyle bir atmosferde kendi zenginliklerini karşı tarafa göstermek daha kolay olabileceği gibi, evrensel barış ve huzur ortamının tesisine daha fazla katkı sağlama imkânı da yakalanmış olacaktır.

Medya ve İletişim

Medya, her türden sözlü, yazılı, basılı, görsel metin ve imgeleri içeren çok geniş yelpazedeki iletişim araçlarını kapsayan bir kavramdır. Bu kavramın içine gazete, dergi, kitap, broşür, radyo, televizyon, sinema ve internet gibi görsel ve işitsel kitle iletişim araçları girmektedir. Nalçaoğlu (2005:51)'nin ifadeleri ile Türkçede "medya" olarak kullandığımız, İngilizcedeki "media" sözcüğü, araç, orta, ortam, aracı anlamlarına gelen "medium" (Latince medius)'un çoğuludur. Türkçede "media" sözcüğünü karşılamak üzere, "kitle iletişim araçları" kavramı da kullanılmaktadır. Kavram en geniş anlamı ile kullanıldığında karşımıza, çok kişiye ulaşabilen, her türden sözlü, yazılı, basılı, görsel metin ve imgeleri içeren çok geniş bir iletişim araçları yelpazesi çıkıyor.

Ecevit'in ifade ettiği gibi, medya veya kitle iletişim araçları, gelişen teknolojinin de etkisiyle toplumsal yaşamın vazgeçilmez bir ögesi olmuştur. Kitle iletişim araçları, birey ve toplumlara yalnızca bilgi aktaran araçlar olmaktan çok, onları eğiten, nerede nasıl davranacaklarını, neyi nasıl algılayarak anlayacaklarını, hatta neyin iyi ya da kötü olduğuna nelere bağlı olarak karar vereceklerini öğreten araçlar haline bürünmüşlerdir. Bu araçların işlevleri; haber ve bilgi sağlama, toplumsallaştırma, güdüleme, eğitim, eğlendirme, bütünleştirme, kültürü geliştirme vb. olarak sıralanmaktadır (Ecevit, 2006:93-97).

Kitle iletişimi başta olmak üzere, kişiler arası iletişim, kültürler arası iletişim vb. iletişim alanlarında kitle iletişim araçlarından oluşan medyanın çok büyük ve önemli bir rolü bulunmaktadır. Söz konusu iletişim araçları hayatımıza girdikleri günden beri toplumsal

hayatımızı çok yoğun olarak ve giderek artan bir şekilde etkilemeye devam etmektedirler. İlk iletişim araçlarından olan gazete, dergi, radyo, televizyon ve sinema gibi araçlara göre, yazılı, sözlü, görsel, sayısal bütün unsurları bünyesinde barındıran, kapasitesi, hızı ve maliyeti ile de dikkat çekici olan internet, günümüz insanına oldukça zengin bir medya deneyimi sunmaktadır. Bugün radyolar, gazeteler ve televizyon kanalları gibi medya organları internet denilen dijital platformdan yoğun bir şekilde yararlanmakta, artık tüketiciye günlük veya saatlik yayınlarla değil, anlık iletilerle, evlerinden, iş yerlerinden hatta mobil telefonlarından bu ortamın sağladığı imkânlarla ulaşabilmektedirler.

Uzun yıllardır hayatımızda yer edinen, haberdar olma, bilgilenme ve eğlenme ihtiyacı başta olmak üzere çeşitli sosyal ihtiyaçlarımızı karşılamak üzere organize olmuş, yerel, ulusal ya da uluslararası düzeyde yayın yapan çeşitli medya kuruluşları, teknolojik gelişmeler sayesinde küresel birer aktör haline gelmiş durumdadırlar. Uluç (2002:290)'un ifadeleri ile medyanın küreselleşmesi ile coğrafi uzaklık/yakınlık önemini kaybederken, küresel medya şirketlerinin hedefi, faaliyetlerini ve piyasalarını genişleterek çok daha fazla sayıda izleyici/tüketiciye ulaşabilmektir. Uluslararası hale gelmeyi kolaylaştıran unsurlar içinde kuşkusuz, yeni iletişim teknolojilerinin önemi büyüktür. Piyasaların küreselleşmesi sonucu, zaten çeşitli ülkelerin dillerine çevrilen ve konuları o ülkelere uyarlanan süreli yayınların bu tür periyodik yayınları da uluslararasılaşmıştır. Savaşlardan terör hareketlerine ve diğer politik şiddet olaylarına, ihtilâllerden ayaklanmalara, dramatik bilimsel, politik olaylardan balinaların acıklı durumu gibi pek çok olaya ilişkin haberin televizyonda yer alması, olayların gerçekleştiği yerleri küresel bir sahneye, izleyicileri de küresel izleyiciye dönüştürmüştür.

Göktürk (2007:118)'ün ifadeleri ile, kitle iletişim araçları ile gönderilen farklı ürün içerikleriyle kişiler yeniliklerden, farklı yaşayışlardan, farklı düşünüş biçimlerinden, farklı kültürlerden, yeni mal ve hizmetlerden haberdar olabilmekte, eğitimlerini gerçekleştirebilmektedir. Kişi böylelikle ufkunu genişletebilmekte, satın alma kararını verirken daha akılcı davranabilmekte, eğlenme, dinlenme, stres ve sıkıntıdan kurtulma gibi birçok ihtiyacını karşılayabilmektedir. Kitle iletişim aracılığıyla bazı görüş, düşünüş ve yaşayış biçimleri farklı içerikteki ürünlerle sürekli gönderilmekte, bazıları ise bu araçlarda kendilerine ya çok az yer bulmakta ya da hiç yer bulamamaktadır. Bireylerin toplumda yaygın olan görüş, düşünüş ve yaşayış biçimlerini kitle iletişim aracılığıyla öğrenmesi, sıkça gönderilen içeriğe tarafsız olmayanların suskun kalmalarına neden olmaktadır. Bu nedenle kitle iletişim araçlarının etkisi kimi kişileri kaygılandırmaktadır. Buradan anlaşılacağı üzere kitle iletişim araçlarının etkileri hem bireyler hem de toplum üzerindeki etkiler olarak görülmelidir.

İçinde bulunduğumuz çağa ne isim verilirse verilsin, ister elektronik çağı, ister uzay çağı ve isterse iletişim çağı olarak adlandırılınsın, açıkça görülen ve herkesçe kabul edilen tek gerçek, çağımız insanının yoğun bir iletişim ortamında ve tam bir iletişim patlamasının içinde bulunduğudır. Bu durumu meydana getiren en önemli unsur hiç şüphesiz iletişim teknolojisindeki ve buna bağlı olarak kitle iletişimindeki inanılmaz gelişme eğilimidir (Göksel, 1991: 1). Çağımızın iletişim ya da bilişim çağı olarak adlandırılmasında en büyük paya sahip olan internet teknolojisi, sadece kitle iletişim imkânlarını arttırarak haber ve enformasyon akışını hızlandırmakla kalmamış, bireyler arası iletişim ve etkileşimde de çığır açmıştır. Öncelikle elektronik posta ve hızlı veri transferi sayesinde bireyler, gruplar ve toplumlar arasında mesafeyi ve sınırları birer engel olmaktan çıkaran bu teknoloji, görüntü ve ses transferi konusunda yaşanan son gelişmeler sayesinde kazandığı kapasite ve hız imkânlarını kullanıma sunarak iletişim imkânlarını daha da arttırmıştır. Özellikle sosyal medya olarak adlandırılan ve elektronik bağlantılarla oluşturulan sanal ortamlar, bireylerin dünyanın her tarafındaki tanıdıklarına ulaşmalarını, yeni arkadaşlık ve dostluklar kurmalarını, eşzamanlı olarak haberleşme, görüşme ve sosyalleşmelerini mümkün hale getirmiştir. Bu

arada medya (radyo, televizyon, gazete gibi basın yayın organları anlamında) da bu yeni duruma adapte olarak, yayın politikalarını ve haber akışını izleyicilerinin küresel çapta gelişen erişim ve bilişim stillerine göre güncellemiş, bu yönüyle “değişen medya” ya da “yeni medya” olarak anılmaya başlamıştır.

İletişim ve Küreselleşme

Küreselleşme kavramı, küresel çapta yani dünya çapında, dünyanın her yerinde bulunabilir, etki edebilir, iletişim kurabilir hale gelme durumunu ifade eder. Küreselleşme ya da globalization, çok karmaşık ilişkiler ağından oluşan kompleks bir duruma karşılık olarak kullanılmakta ve bu durumdan kaynaklanan yapısı nedeniyle çok açık ve net olarak tanımlanamamaktadır. Ancak ilgili literatürde yine de küreselleşmeye dair çok çeşitli açıklamalara rastlanmaktadır. Çok boyutlu bir kavram olan küreselleşme, özellikle siyasi, ekonomik ve teknolojik boyutlarıyla öne çıkmakta ve en çok da bu alanlardaki olgular üzerinden somutlaşmaktadır.

Erdem'e göre, yirminci yüzyılın sonlarında popüler bir kavram olmaya başlayan küreselleşme kelimesinin kökenini oluşturan “global” terimi, “dünya çapında/bütüne ilişkin” anlamında İngilizceye bir sıfat olarak on dokuzuncu yüzyılın sonunda girmiştir. Globalleşme, çok boyutlu, ulusaşırı bir süreçtir. Bu süreç, ekoloji, kültür, ekonomi, politika ve sivil toplum alanlarındaki gelişmeleri yan yana içerir ve artık ön planda olanın uluslararası aktörler olduğunu gösterir. Globalite kavramı, bir “dünya toplumu” anlayışı doğrultusunda, ülkelerin birbirlerine çok boyutlu ilişkiler ağı ile bağlı hale gelmelerini ifade eder (Erdem, 2006: 389). Küreselleşme sistemi, pazarların, ulus-devletlerin ve teknolojilerin karşı konulmaz biçimde, dünyanın daha önce hiç görmediği bir ölçüde bütünleşmesini içermektedir ve bireylerin, şirketlerin ve ulus-devletlerin dünyanın dört bir yanına her zamankinden daha kolay, daha hızlı, daha derinden ve daha ucuza ulaşmasını sağlamaktadır (Friedman, 2000:30-31). Küreselleşme konusunda birbirinden farklı çeşitli bakış açıları yakalamak mümkündür. Küreselleşmeye olumlu yaklaşanların görüşlerine göre, küreselleşme dinamik bir süreçtir ve bu süreçte piyasalar, ulus devletler ve teknolojiler karşı konulmaz bir biçimde bütünleşmekte ve karşılıklı olarak birbirine giderek daha bağımlı hale gelmektedirler. Küreselleşme ile birlikte bireyler, topluluklar, şirketler ve ulus devletler dünyanın her tarafına her zamankinden daha kolay ve daha hızlı bir şekilde ulaşmaktadırlar. Küreselleşmeye olumsuz bakanlar ise bu süreç ile birlikte dünyadaki çeşitliliğin giderek azaldığını ve dünyanın gittikçe daha da homojenleştiğini öne sürmektedir. Dönüşümcü olarak adlandırılan bir diğer bakış açısına göre ise küreselleşme, tek başına taraftar ya da karşıt olunamayacak kadar çok boyutlu bir kavramdır. Dolayısı ile küreselleşmeye salt olumlu ya da olumsuz, taraftar ya da karşıt olma perspektifinden yaklaşmak yerine onu çeşitli boyutları ile derinlemesine incelemek daha yararlı olacaktır.

Yeni teknolojik yayın biçimlerinin bir sonucu olarak bilgi ve iletişim araçlarında önemli dönüşümler yaşıyoruz. Bilgi ve görüntü (image) mekânlarının yeniden yapılandırılmasına ve yeni bir iletişim coğrafyasının üretildiğine tanık oluyoruz (Morley&Robins, 2011:17). İçinde bulunduğumuz çağ ister elektronik çağı, ister uzay çağı, isterse iletişim çağı olarak adlandırılсын, açıkça görülen ve herkesçe kabul edilen gerçek, çağımız insanının tam bir iletişim patlamasının içinde bulunduğuudur. Bu durumu meydana getiren en önemli unsur hiç şüphesiz iletişim teknolojisindeki ve buna bağlı olarak kitle iletişimindeki inanılmaz gelişme eğilimidir (Göksel, 1991:1). Global köy olarak adlandırılan günümüz dünyasında ulaşım araçlarının, iletişim kanallarının sayılarında, kapasitelerinde, hızlarında meydana gelen muazzam artış bütün dünyayı birbirine bağlı ve bağımlı hale getirmiştir. Artık küresel ya da yerel farkı kalmaksızın her şeye her yerde rastlamamız kolaylıkla mümkün olabilmektedir.

Dolayısıyla dünyanın herhangi bir yerinde ortaya çıkan bir yenilik, değişim ya da olayın etkileri lokal düzeyde kalmamakta, hızlı bir şekilde yayılarak yer küreye mal olmaktadır.

Küreselleşme sürecinin en önemli dinamiklerinden biri, genel olarak teknolojik alandaki gelişmeler, özel olarak da iletişim ve ulaşım teknolojisinin getirdiği olanaklardır. Teknoloji alanındaki gelişmelerin en önemlisi ise bilgi teknolojisindeki gelişmelerdir (Tutar, 2000: 27). Kimi yazarlara göre (Kejanlıoğlu, 2005:81), seksenler sonrası iletişim ortamı göz önünde bulundurulduğunda “iletişimin küreselleşmesi” gibi bir durumdan söz edilmesi gerekmektedir. Giddens’in ifadeleri ile küresel iletişimdeki patlama, teknoloji ile dünyanın telekomünikasyon altyapısındaki bir dizi önemli ilerleme tarafından kolaylaştırılmıştır. Fiber optik kabloların geliştirilmesi iletilen kanalların sayısını çarpıcı bir biçimde yükseltmiştir. 1960’lardan başlayarak, iletişim uydularının yayılması da uluslararası iletişimin artmasında önemli rol oynamıştır. Çok gelişmiş telekomünikasyon altyapısı olan ülkelerde, evler ve bürolar artık dış dünya ile telefon, televizyon ve internet içinde olmak üzere çoklu bağlantı içindedir. İnternet şimdiye kadar geliştirilen, en hızlı büyüyen iletişim aracı olarak ortaya çıkmıştır. Teknolojinin bu biçimleri zamanın ve mekânın yakınlaşmasını sağlamıştır. İnternet ve cep telefonlarının yaygın kullanımı, küreselleşme süreçlerini derinleştirmekte ve hızlandırmaktadır (Giddens, 2008:84). Küreselleşmeyi zaman ve mekân bağlamında açıklamaya çalışan Giddens, toplumların birbirlerinden etkilenmelerinde iletişim araçlarına önemli bir işlev yükler. Çünkü iletişim araçları sayesinde küresel düzlemde bir bilgi alış verişini olanaklı hale gelmiştir (Erkızan, 2002:62-65).

Görüldüğü gibi, küreselleşme ile ulaşım, iletişim ve bilişim teknolojileri arasında çok sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Bu teknolojilerin başta geleni, dünya çapında bir bilgisayarlar arası ağ olan internettir. Bütün dünyada herkesin her an birbirine bağlanabilmesine imkân tanıma kapasitesine sahip bir iletişim ve bilişim teknolojisi olan internet küreselleşmenin lokomotifidir. Çağımızın iletişim ya da bilişim çağı olarak adlandırılmasında en büyük paya sahip olan internet teknolojisi, sadece kitle iletişim imkânlarını arttırarak haber ve enformasyon akışını hızlandırmakla kalmamış, bireyler arası iletişim ve etkileşimde de çığır açmıştır. Öncelikle elektronik posta ve hızlı veri transferi sayesinde bireyler, gruplar ve toplumlar arasında mesafeyi ve sınırları birer engel olmaktan çıkararak bu teknoloji, görüntü ve ses transferi konusunda yaşanan son gelişmeler sayesinde kazandığı kapasite ve hız imkânlarını kullanıma sunarak iletişim imkânlarını daha da arttırmıştır. Özellikle sosyal medya olarak adlandırılan ve elektronik bağlantılarla oluşturulan sanal ortamlar, bireylerin dünyanın her tarafındaki tanıdıklarına ulaşmalarını, yeni arkadaşlık ve dostluklar kurmalarını, eşzamanlı olarak haberleşme, görüşme ve sosyalleşmelerini mümkün hale getirmiştir. Bu arada klasik medya (radyo, televizyon, gazete gibi basın yayın organları) da bu yeni duruma adapte olarak, yayın politikalarını ve haber akışını izleyicilerinin küresel çapta erişim ve bilişim stillerine göre güncellemiş, bu yönüyle “değişen medya” ya da “yeni medya” olarak anılmaya başlamıştır.

Sonuç olarak, dünyanın her yerinde var olabilmeyi mümkün kılan bir dünya düzeni ya da fikri olarak da ifade edebileceğimiz küreselleşmenin büyük ölçüde iletişim teknolojileri üzerine kurulu olduğu, dolayısı ile küreselleşme tabirinin büyük ölçüde küresel çapta bir iletişim modeline göndermede bulunduğu söylenebilir,

Kültürlerarası İletişim

Medya ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler bireyler arasındaki iletişim imkânlarını arttırıp onlara yeni sosyalleşme fırsatları sunduğu gibi, toplumlar, medeniyetler ve kültürler arasındaki iletişim olanaklarını da alabildiğine arttırmış, kültürler arası iletişimi kaçınılmaz bir zorunluluk haline getirmiştir. Bu durum ise yeryüzündeki değişik kültürleri birbirleri ile yeniden kültür alış verişine mecbur bırakmış ve adeta yeni bir kültürleşme vetiresine

sokmuştur. Yağbasan (2008:310)'ın ifadeleri ile insanların yaşadıkları sınırların ötesinde yaşayabilmesini kısmen meşrulaştıran küreselleşme dalgası yeni vatanlar yaratmıştır. Kültürlerarası iletişim tam da bu noktada önem kazanmaktadır. Zira süreçle birlikte ülkelerin oluşturmaya başladıkları yeni bloklaşmalar ve değişen ülkelerarası komşuluk ilişkileri, ulusları birlikte yaşamaya, farklı kültürdeki bireyleri ise birbirlerini kabullenmeye zorlamaktadır. Yakın bir geçmişe kadar yalnızca misyonerlerin, uluslararası iş yapan şirketlerin yöneticilerinin, gazetecilerin ve bazı politikacıların tarafları olduğunu düşündüğümüz kültürlerarası iletişim olgusu bugün hemen hemen herkesi ilgilendirmektedir.

“Farklı kültürlerin ya da alt kültürlerin üyeleri arasındaki iletişim” (Mutlu, 1998: 240) şeklinde tanımlanan kültürlerarası iletişim, farklı kültürlere mensup insanlar arasındaki etkileşim ve anlam aktarımları, yabancıların algılanması, açıklanması ve kültürel farklılıkların gözetilmesi (Kartarı, 2006: 23) gibi boyutları ile ele alınan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Görüldüğü gibi, kültürlerarası iletişim denildiğinde gerek farklı kültürel coğrafyalara ait birey ve gruplar, gerekse aynı coğrafi bölgedeki alt kültür grupları ve bunların üyeleri arasında varsayılan bir iletişimden söz edilmektedir. Geçmişten günümüze var olagelen ve kültürel değişmelerin temel dinamiklerinden olan kültürlerarası etkileşim günümüz küresel dünyasında çok daha ileri boyutlara varmış bulunmakta ve daha yaygın bir surette gerçekleşmeye başlamış durumdadır.

Kültürlerarası iletişim, farklı kültürel kimliklere sahip bireyler arasında gerçekleşen bir süreçtir ve kültürel kimliğin iletişime katılanlar açısından ne kadar önemli olduğuna bağlı olarak, kişilerarası iletişimden ayrılır. Her birey üyesi olduğu kültürün düşünce tarzına, dünya görüşüne dayalı sözsüz kodlar kullanır ve etkileşimde bulunduğu bireyden belirli tepkiler bekler. Ancak bu tür iletişimde her zaman birtakım riskler söz konusu olabilmektedir. Göstergelerin hiç algılanmaması veya niyetlenilenden farklı anlamda algılanması, davranışların bilinçsiz olarak kodlanması, etkileşime katılan bireyin kültüründe hiçbir anlam taşımayan bir davranışın diğeri tarafından kendi kültür kodlarına göre anlamlandırılması gibi (Kartarı, 2006: 27-40).

Tarih boyunca yeryüzünde yaşayan hemen hiçbir toplum, kültür ya da etnik grup ötekilerle iletişim kurmaktan gerçek manada uzak kalamamıştır. Farklı olanı bir tehlike ve tehdit unsuru olarak algılayan ve kimliklerini koruma gayretiyle dışarıya karşı oldukça kapalı bir yapı ortaya koyan etnik ya da dini azınlıklar bile dış dünyaya karşı kapanmakla onun değiştirici ve dönüştürücü etkilerinden tam olarak azade olamamışlardır. Önceleri ya ticaret veya savaşlarla gerçekleştirilen ancak oldukça sınırlı çapta kalan milletler ve kültürler arası ilişkiler, yeni kıtaların ve yeni ticaret yollarının keşfi ile değişim geçirerek daha yoğun bir hal kazanmıştır. Dünya savaşlarıyla kıtalar arası çatışmalar şeklinde cereyan eden bu süreç, küresel çaptaki ulaşım ve iletişim ağlarının gelişmesi ile bambaşka bir boyut kazanmıştır. Ekonomide küresel aktörlerin rol oynadığı, elektronik ağların bütün dünyayı sardığı, ulaşım ve iletişimde mesafenin bir engel olmaktan çıktığı, ulusal sınırların fiziki olarak değilse de anlam dünyasında ortadan kalkmaya başladığı bir dünyayı ifade eden küreselleşme, her şeyi değiştirip dönüştürdüğü gibi kültürler arası iletişime de bambaşka bir boyut kazandırmıştır. Berlin duvarının yıkılması ve Sovyetler birliğinin dağılması ile ortadan kalkmaya başlayan demir perdelerin arta kalanları da Küba, Çin vb. ülkelerde sergilenen kısa süreli dirence rağmen bu ülkelere girilmesini ve vatandaşlarının dünyaya erişimlerini sağlayan internet ağı ile büsbütün işlevsiz hale gelmiştir.

Bugün bütün dünyayı birbirine bağlayan internet ağı ile her milletten, her din, dil ve kültürden insanlar her an iletişim halindedir. Şurası da muhakkak ki, iletişim kültürün doğasında vardır. Zira aynı toplumda tarihi süreçte üretilen kültürel varlıklar bireyler arası iletişim ve etkileşimin ürünü olduğu gibi, bütün toplumlar milli kültürlerinin gelişip

zenginleşmesini de büyük ölçüde kültürler arası iletişime ve kültür alış verişine borçludurlar. Bir milleti, bir medeniyeti var eden, kimliğini belirleyen ve onu ötekilerden ayıran unsurların başında manevi kültür öğeleri gelmektedir. Bununla birlikte, bugüne kadar varlık sahasına çıkmış olan medeniyetler arasında, sınırlı da olsa manevi değerler alanında çeşitli düzeylerde bir alış veriş yaşandığı görülebilmektedir. Öte taraftan, maddi kültür ürünlerinin yeryüzünde yayılması konusunda, özellikle teknik ve teknoloji transferi alanında kültürler ve medeniyetler arasında daha yoğun bir alış veriş ve etkileşim yaşana gelmiştir. Bu arada, toplumların kültürel hayatlarına nüfuz eden teknolojik gelişmeler, sadece maddi kültür öğelerini değiştirmekle kalmamış, manevi kültürü de derinden etkilemiştir.

Tarihte yaşanan savaşlar, baskılar, soykırımlar ve sömürgeci uygulamalar, çeşitli kültürleri yok olma noktasına getirdiği gibi, çağımız küresel dünyasında da özellikle az gelişmiş toplumların sahip bulunduğu yerel kültürlerin risk altında olduğu yönünde birtakım endişeler dillendirilmektedir. Hatta küreselleşmenin kendisini, dünya çapında yeni bir sömürü ve asimilasyon süreci olarak yansıtan görüşlere rastlanmaktadır. Yaşanan bunca değişim dönüşüm ve alt üst oluşlar arasında kendi kültürünü yaşatmak ve güçlendirerek yarınlara taşımak konusunda her toplum var gücü ile çabalayabilir. Ancak, küresel köy olarak ifade edilen günümüz dünyasında artık öteki kültürlerle uzak kalmak ve onlarla bir etkileşim yaşamadan varlığını sürdürmek imkânsız görünmemektedir. Dolayısıyla, çağımızın küresel dünya düzeninde bilgi, teknoloji ve kültür alış verişi ile bu alış verişin doğurduğu karşılıklı bağımlılık, tabiat sistemindeki varlıklar arası karşılıklı bağımlılık kadar doğal bir durum arz edecektir. Kendi kültürünü korumaya çalışmak her toplumun en temel hakkıdır ve bu eylem genellikle doğal bir refleks şeklinde cereyan eder. Ancak, bir toplumun kendi kültür ve kimliğini koruma gayretiyle öteki kültürlerle büsbütün kapalı kalması ve başkalarının da evrensel kabul görmeye layık değerlerinin olabileceğini göz ardı etmesi çok sağlıklı bir yaklaşım olmasa gerek. Tersine, ötekilere ait kültürel unsurları, kendi kimliğinin yozlaşmasına müsaade etmeyecek biçimde, kendi bünyesine uygun hale getirerek almanın, var olan kültürü zenginleştirmede önemli bir yol olduğu söylenebilir.

Kaynaklar

- Acar F. (2007). “Sözsüz İletişim”, Genel ve Teknik İletişim (Ed.:E. Arslan, A. Ertürk). İstanbul: Lisans Yayıncılık, 45-62
- Alemdar, K. (2001). İletişim ve Tarih. Ankara: Ümit Yayıncılık
- Arslan E., Arslan B. (2010). “Örgütsel İletişim”, Genel İletişim, (Ed.:U. Demiray), (2.Baskı-Tıpkıbasım). Ankara: Pegem A Yayıncılık, 141-182
- Bal H. (2013). İletişim Sosyolojisi-Sosyal İletişim/Kitle İletişimi/Elektronik İletişim, Ankara: Sentez Yayıncılık
- Demiray U. (2008). “İletişim Modelleri”, Etkili İletişim, (2. Baskı), (Ed.: U. Demiray). Ankara: Pegem Akademi Yay. 45-73
- Dökmen, Ü. (2003). İletişim Çatışmaları ve Empati (22. Baskı). İstanbul: Sistem Yayıncılık
- Ecevit, M. F. (2007). “Kitle İletişimi, İletişim ve Toplum”, Genel İletişim (Ed.:U. Demiray), (2.Baskıdan Tıpkıbasım). Ankara: Pegem A Yayıncılık, 91-118
- Ergin, A. (2008). Eğitimde Etkili İletişim (4. Baskı). Ankara: Anı Yayıncılık
- Esmeray, A. (2007). “Sözlü İletişim”, Genel ve Teknik İletişim (Ed.:E. Arslan, A. Ertürk). İstanbul: Lisans Yayıncılık, 23-43
- Friedman, T. L. (2000). Lexus ve Zeytin Ağacı-Küreselleşmenin Geleceği (Çev: E. Özsayar). İstanbul: Boyner Yayınları
- Erdem, T. (2006). Feodaliteden Küreselleşmeye-Temel Kavram ve Süreçler. Ankara: Lotus Yayınevi
- Göksel, A. B. (1991). “Kitle İletişim Araçlarındaki Gelişmelerin Kültür’ün Oluşması ve Yayılması Üzerindeki Etkileri”, Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Düşünceler Dergisi, Yıl:5, Sayı:5, İzmir, 1-7
- Göktürk, G. (2007). “Kitle İle İletişim, Birey ve Toplum”, Genel ve Teknik İletişim (Ed.:E. Arslan, A. Ertürk). İstanbul: Lisans Yayıncılık, 95-122

- Kaçmazoğlu, H.B. (2002). “Doğu-Batı Çatışması Açısından Globalleşme”, Dünyada ve Türkiye’de Farklılaşma-Çatışma Bütünleşme-II (III. Ulusal Sosyoloji Kongresi), Ankara: Sosyoloji Derneği Yay., 216-228
- Kartarı, A. (2006). Farklılıklarla Yaşamak-Kültürlerarası İletişim (2.baskı). Ankara: Ürün Yayınları
- Kaya, A. (2010). “İletişime Giriş: Temel Kavramlar ve Süreçler”. Kişilerarası İlişkiler ve Etkili İletişim (Ed.:A. Kaya). Ankara: Pegem Akademi Yayınları
- Koruklu, N.Ö. (2010). “Kişilerarası İlişkilerde Çatışma ve Çatışma Çözme”, Kişilerarası İlişkiler ve Etkili İletişim. (Ed.:A. Kaya). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık, 223-252
- Künüçen, H.H. (2007). “Etkili İletişim”, Genel İletişim (Ed.:U. Demiray), (2.Baskı-Tıpkıbasım). Ankara: Pegem A Yayıncılık, 55-69
- Morley, D. &Robins K. (2011). Kimlik Mekânları (Çev.: E. Zeybekoğlu), (2. Basım). İstanbul: Ayrıntı Yay.
- Mutlu, E. (1998). İletişim Sözlüğü. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları
- Öktem, U. (2007). “İletişim Kavramı ve İletişim Türleri”, Genel ve Teknik İletişim (Ed.:E. Arslan, A. Ertürk). İstanbul: Lisans Yayıncılık, 11-21
- Özdil, H. (2007). “Yazılı İletişim”, Genel ve Teknik İletişim (Ed.:E. Arslan, A. Ertürk). İstanbul: Lisans Yayıncılık, 63-84
- Siyez, D. M. (2010). “Kişilerarası İlişkilerin Başlangıcı ve Gelişimi”, Kişilerarası İlişkiler ve Etkili İletişim. (Ed.:A. Kaya). Ankara: Pegem Akademi Yay. 69-104
- Şahin, F. Y. (2010). “İletişim Becerilerine Genel Bir Bakış”, Kişilerarası İlişkiler ve Etkili İletişim. (Ed.:A. Kaya). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık, 35-68
- Tabak, R. S. (1999). Sağlık İletişimi. İstanbul: Literatür Yayınları
- TDK, Büyük Türkçe Sözlük-Güncel Türkçe Sözlük, <http://www.tdk.gov.tr/>, (30.01.2015’te indirilmiştir)
- Uluç, G. (2002). “Medya Yapılarının Küreselleşmesi”, Doğu Batı Dergisi, Y.:5, S.:18, 285-300
- Uzun, R. (2010). Etkili İletişim. İstanbul. Lisans Yayıncılık
- Ünlü, S. (2008). “Etkili İletişimde Çatışma Yönetimi”, Etkili İletişim (Ed.:U. Demiray), (2.Baskı). Ankara: Pegem Akademi Yay. 189-202
- Vural, İ. (2007). “Bireylerarası İletişim ve Çatışma”, Genel İletişim, (Ed.: U. Demiray), (2.Baskı-Tıpkıbasım). Ankara: Pegem A Yayıncılık, 183-196
- Yağbasan, M. (2008). “Kültürlerarası iletişim Bağlamında Almanya’daki Türklerin İletişimsel Ortamlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması”, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt:18, Sayı:2, 309-332
- Yazıcı, H. (2010). “Kişilerarası İlişkilerde Sözsüz İletişim”, Kişilerarası İlişkiler ve Etkili İletişim (Ed.:A. Kaya). Ankara: Pegem Akademi Yayınları, 177-194
- Yaylagül, L. (2013). Kitle İletişim Kuramları, Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar, (5. Baskı). Ankara: Dipnot Yay.
- Yüksel, A.H. (2007a). “İletişim Kavram ve Tanımı” Genel İletişim, (Ed.: U. Demiray), (2.Baskı-Tıpkıbasım). Ankara: Pegem A Yayıncılık, 1-34
- Yüksel, A.H. (2007b). “Sözsüz İletişim” Genel İletişim, (Ed.: U. Demiray), (2.Baskı-Tıpkıbasım). Ankara: Pegem A Yayıncılık, 35-54
- Yüksel, A.H. (2008). “İletişimin Tanımı ve Temel Bileşenleri” Etkili İletişim, (Ed.: U. Demiray), Ankara: Pegem Akademi Yay., (2.Baskı), 1-43