

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDAKİ GELİŞMELERİN ULUSLARARASI ENTEGRASYONA ETKİLERİ

Araş.Gör. Serdar KAYPAKOĞLU
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
İletişim Fakültesi

GİRİŞ

Uluslararası sistemde esas olan, devletlerin hukuksal düzenlemeleri uygulamayı açık ya da örtülü (zımnen) biçimde kabul etmeleridir, yani hiçbir devletin, oluşumuna iradesiyle katılmadığı bir uluslararası kuralla bağlanamayacağı söylenebilir.

Diğer yandan gelişen teknolojiye paralel olarak, devletler arasında giderek artan ilişkileri düzenlemek için, en azından belirli alanlarda, uluslarüstü bir otorite, dolayısıyla devletlerin egemenliklerinden kısmen ya da tamamen feragat etmeleri, şartların ortaya çıkardığı bir olgudur.

Ancak, Kuzey-Güney olarak ta ifade edilen, çok farklı sosyal, ekonomik ve kültürel yapıları sahip devletler vardır ki bu da, global düzeyde uluslarüstü kurumsallaşmış bir iktidarın ortaya çıkması güçleştirmektedir. Bununla birlikte benzer ekonomik ve kültürel yapıları sahip ülkeler arasında, özellikle sanayileşmiş ülkelerin, bölgesel ekonomik entegrasyonunun başarı şansının yüksek olduğu gözlemlenmektedir.

Avrupa Toplulukları örneğini ele alırsak, İkinci Dünya Savaşı sonrası ABD ve Sovyetler Birliği gibi iki süper gücün egemen olduğu bir ortamda, bazı Avrupa ülkelerinin, kültürel kimliklerinin korunmasını ve dünyadaki eski güçlü konumlarının tekrar kazanılmasını amaçladıkları söylenebilir. Yani AT'nin kurulmasının temelinde politik nedenler yatmaktadır. Ancak bu bir ekonomik entegrasyon girişimidir. Bununla birlikte, Batı Avrupa gibi bir yapıya sahip toplumların, merkezi kurumlarla yönlendirilen ekonomik bütünleşmesinin, otomatik olarak siyasi birliğe varacağı düşünülmekte idi.

İkinci Dünya Savaşı sonundan itibaren Arap devletlerinin en fazla önem verdikleri konu "birlik" idi. Ancak "Büyük Suriye" projesi, Birleşik Arap Cumhuriyeti gibi zaman zaman ortaya atılan arap birliği girişimleri ya hiç uygulanmamış, ya da

uzun ömürlü olamamıştır. Burada ekonomik bütünleşmeden ziyade, doğrudan siyasal alanda bütünleşme söz konusudur, ancak bu ülkelerde sonuç başarısız olmuştur.

Biz burada uluslararası entegrasyon girişimlerini ekonomik ya da siyasal açıdan değil, kültürel açıdan, daha da özel olarak, son teknolojik gelişmeler ışığında, kitle iletişim araçlarının kültürel etkilerini incelemeye çalışacağız. Özellikle gelişmiş ülkelerde kamuoyu, karar alma mekanizmaları üzerinde etkili olabilmektedir ve kitle iletişim araçları ile kamuoyunun yönlendirilebilmesi de bu açıdan önem kazanmaktadır.

ULUSLARARASI SİSTEM

Günümüzde artan bir hızla gelişen teknolojiye paralel olarak, ülkeler arasında ekonomik, siyasal, kültürel ilişkiler yoğunlaşmış ve bu durum, birçok alanda yeni uluslararası düzenlemelere gidilmesini zorunlu kılmıştır.

Ancak iç hukuk düzenlerinde olduğu ölçüde, uluslararası sistemde hukuksal düzenlemelere gitme ve bunları bir yaptırımla sağlama bağlama konusunda bir otoritenin varlığı söz konusu değildir. Uluslararası sistemde esas olan devletlerin hukuksal düzenlemeleri uygulamayı, açık ya da örtülü (zımnen) biçimde kabul etmeleridir. Diğer bir deyişle hiçbir devletin oluşumuna iradesiyle katılmadığı bir uluslararası kurala bağlanamayacağı söylenebilir. Devletlerin oluşumuna katıldığı kuralları uygulamaması söz konusu olduğu durumda bile uluslararası yaptırım mekanizmasının caydırıcılığı yetersizdir, o ölçüde ki, zaman zaman uluslararası hukuk kurallarının niteliği bile tartışılmaktadır

İçinde bulunduğumuz yüzyıl başından itibaren uluslararası organizasyonlarda görülen artışlar, uluslararası toplumda kurumsallaşmış bir gücün ortaya çıkma aşaması olarak yorumlanabilir. Ancak bu durumun devletlerle uluslararası organizasyonlar arasında gerçek bir yetki değişimi getirdiği söylenemez. Hatta zaman zaman devletlerin mevcut yapılanmadan faydalanarak etkilerini sağlamlaştırma yoluna gittikleri bile görülebilmektedir.

Ancak uluslararası örgütlerin temelinde devletlerin iradeleri bulunması ve bunların içerden örgütleri yönlendirebilmeleri, devletlerin özgür iradelerine kurumsallaşmış hukuki düzenin sınır koyması olgusunu önlemez, zira devlet örgüte girer girmez kurucu anlaşmadaki temel normlara ve örgütün mevcut düzenlemeleri geliştirmek üzere alacağı kararlara saygı göstermek zorundadır. Bir kez ortaya çıktıktan sonra uluslararası örgüt üye devletler üzerinde belirli bir otorite kazanır.

Siyasal sistemi, belirli bir düzenleme altında, belirli bir çevrede bulunan aktörler arasındaki ilişkilerin toplamı diye tanımlarsak uluslararası sistemde iki özellik göze çarpar: aktörlerin ilişkiye girebilecekleri herhangi bir dış çevrenin olmaması ve sistemin işleyişini düzenleyebilecek bir otoritenin yokluğu.

Uluslararası sistemin çerçevesi: tarih boyunca toplumlar arası barışçı ya da çatışma biçimindeki ilişkiler, en azından geri çekilmekle meydana gelen, genişleme imkanı olan bir alanda söz konusu oluyordu. Dünyanın coğrafi sınırlarına dayanacak ölçüde sistemi genişlemesi, toplumlararası ilişkilerin geleneksel kurallarını hissedilir ölçüde etkilemiştir. Her ne kadar dünyadaki kaynaklardan yararlanmanın tamamlandığını söylemek olanaksız ise de insanların önlerindeki kaynak alanların fizik sınırları belirlenmiştir denilebilir. Dünya aynı zamanda egemen siyasal topluluklar tarafından kaplanmıştır yani yeryüzünün sınırlarının çizilmesi sadece ekonomik yansımaları görülen fizik bir olay değil aynı zamanda siyasal bir olaydır, dolayısıyla uluslararası sistemin global bir duruma geldiği ve bu yüzden de kendi içine kapandığı söylenebilir.(1)

Kurumsallaşmış iktidar: bir sistem sadece içerdiği elemanlar ve çevreyle olan ilişkileri ile tanımlanmaz, seçilen belli bir düzenleme biçimiyle de karakterize olur. Düzenleme biçimi dendiği zaman üyelerinin kendi aralarında ve çevreyle ilişkilerinde ortaya çıkabilecek uyumsuzlukları önleyebilecek, sistemin işleyişini düzenlemekle yükümlü bir otorite kastedilmektedir. Günümüzde böyle bir otoritenin uluslararası sistemde olmadığı söylenebilir.

Özellikle 20. yüzyıl ortalarından itibaren uluslararası organizasyonlarda bir artış gözlemlenmektedir. 1943-1985 döneminde hükümetlerarası örgütler bir düzineden 337'ye yükselmiştir, ki bunların 82'si dünya çapında, 225'i bölgesel alanda faaliyet göstermektedir. Aynı dönemde hükümetlerarası olmayan organizasyonların sayısı ise 5 bine ulaşmıştır.(2) Birçok yazar, sürekli bir yapıya sahip ve üye devletlerin iradelerinden belirli sınırlar dahilinde de olsa bağımsız organizasyonların ortaya çıkması ile, uluslararası toplumun zaten önemli ölçüde kurumsallaştığını ileri sürmektedir.

"The Uniting of Europe: Political, Social and Economic Forces" adlı eserinde Ernst Haas Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu deneyimini sistemleştirmeye çalışmakta, Batı Avrupa gibi bir yapıya sahip toplumlarda ekonomik entegrasyon eğer merkezi kurumlarla yönlendiriliyorsa otomatik olarak siyasi bir birliğe varacak demektedir.

Uluslararası entegrasyonun doğuşu ve gelişimine gerekli şartların incelenmesi için iletişim teorisi de kullanılmaktadır. Burada entegrasyonun gelişimi, bilgi alışverişi sağlayan ve deneyimlerin toplanmasına imkan veren iletişim ağları kavramıyla incelenmektedir. Bu yaklaşım Karl Deutch'ün çalışmalarında önemli yer tutmaktadır. Karl Deutch tarafından yönlendirilen Princeton Üniversitesinden bir grup, 1950'li yıllarda, çeşitli entegrasyon girişimlerini inceleyerek (Birleşik Krallık, Birleşik Devletler, Avusturya-Macaristan, Avrupa Ekonomik Topluluğu, Birleşik Arap Cumhuriyeti gibi), iki tip siyasal topluluk olduğunu ileri sürmüşlerdir: temel ünitelerinin otonomilerini sürdürmesine izin veren çoğulcu topluluk ve kendisini oluşturan üniteleri tek bir birlik halinde toplayan topluluk. Her iki tipte özgün bir entegrasyon girişimi söz konusudur.

Columbia ve Michigan Üniversitelerinde profesör olan Robert W. Cox ve Harold K. Jacobson için uluslararası örgütler içindeki "karar alma"yı incelemek, güç ilişkilerinin dinamiğini analiz etmektir. 70'li yılların başlarında dünya çapında örgütlenmiş sekiz uzmanlık kurumu arasında karşılaştırmalı bir çalışma yapmışlardır. Buna göre, Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT), Uluslararası Para Fonu, Uluslararası Telekomünikasyon Birliği ve Uluslararası Atom Enerjisi Ajansı'nın politikaları en güçlü devletler tarafından belirlenmekte ve kontrol edilmektedir. Diğer dördünde ise, -Uluslararası Çalışma Örgütü, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) ve Ticaret ve Gelişme Üzerine Konferans (CNUCED)-sekreterlik ve uluslararası bürokrasiye oldukça geniş bir hareket alanı verilmiştir.

KAMUOYU

Kamuoyuna ilişkin yazıların çok bol olması, bu kavramdan doğan karışıklık ve belirsizlikleri ortadan kaldırmamaktadır. Bununla birlikte "kamuoyu" kavramının öncelikle demokrasi ve liberalizm kavramlarını çağrıştırdığını ve otoriter ya da totaliter rejimlerin karşıtı olduğu söylenebilir.

Bir başka deyişle kamuoyunun oluşumu toplumsal-kültürel çerçeveye göre büyük ölçüde değişir. Bu açıdan geleneksel, kırsal toplumlar ile çağdaş sanayi toplumları arasında bir ayırım yapmak gerekmektedir. Kırsal toplumların özellikleri, fazla kalabalık olmamaları, yaş ve cinsiyet dışında toplumsal rollerin çok farklılaşmamış olması, insanlar arası ilişkilerin bireysel ve bütünsel niteliği, grubun sosyal baskısı ve geleneklerin katılığı olarak özetlenebilir. Kuşkusuz bu tip toplumlarda daha fazla ayırımlar yapılabilir. Fakat sorunlar genellikle bireylerin kendi yaşam deneyimleri ve yüzyüze ilişkiler sınırları içinde kalmaktadır. Sanayileşmiş toplumların şartları ise çok farklıdır. Büyük insan yoğunluğu, ileri derecede işbölümü ve farklılaşma, kişisel nitelikleriyle değil uzmanlaşmış rolleriyle ilişkiye giren insanlar arasındaki parçalanmış ve fonksiyonel ilişkiler. Dolayısıyla birey kendi başına, kendi grubunun desteği olmadan, yolgöstericilerden yoksun, düşüncelerini oluşturmak zorundadır. Diğer bir deyişle kitle iletişiminin nesnesi durumundadır.(3)

Kamuoyu, belirli bir konudaki kişisel görüşler ve bunların çoğunluğu sonucu değildir. Bu çeşit bir görüş kısıtlı bir referandum ya da anketler sonucu elde edilebilir.

Görüşler arasında ayırım yapılabilir: a- açıkça dile getirilen görüş: bu bir azınlık görüşü değilse de, en azından sınırlı kişilerin görüşüdür (sanayiciler, basın, esnaf vs.). b- Sözle dile getirilen görüş, örneğin söylentiler. c- Genel seçim, referandum ve ya zorunluksuz kamuoyu sondajları. d- referandum ya da zorunlu kamuoyu sondajı.

Kamuoyu çoğu kez (a) ve (b)'deki tanımlara uygundur. Bazı gruplar (meslek grupları, ticaret odaları, sendikalar...) iletişim araçları sayesinde seslerini güçlü olarak duyurma olanağına sahiptirler. Bu seslerin tümü aşağı yukarı tutarlı olduklarında, kamuoyunu oluştururlar.(4)

Dünya kamuoyu: dünya kamuoyu denince akla gelen, ya da söylenmek istenen, devletlerin sınırlarını aşan ve çeşitli ülkelerin bireylerini kimi temel konularda birleştiren bir "consensus"dür (oydaşma).

Dünyada birbirinden çok farklı yaşantı düzeyleri, farklı "özgürlük" anlayışları bulunmaktadır. Çağdaş uluslararası politikada savaşları kınayan, onlara karşı olan ve önlenmesini arzulayan görüş kadar yaygın başka bir görüşün olduğunu söylemek zordur. Dünyanın neresinde olursa olsun, herkes bu konuda aynı biçimde düşünmektedir. Bu yüzden de bu konuda bir dünya kamuoyunun bulunduğu düşünülebilir. Ancak insanlık, sadece felsefi düzeyde, ahlaki bir varsayım olarak savaşa karşıdır yani soyut olarak savaş düşmanıdır. Somut düzeye geçilince yani belirli bir savaş söz konusu olduğunda, insanlar "ulusal kompartımanlara" ayrılmakta, bölünmektedir. Türk halkının çoğunluğu belki Vietnam savaşına karşı, fakat Kıbrıs savaşından yana idi.

Şu halde halklar kendi "ulusal çıkarları" ya da "devlet çıkarları" nı algılamalarına göre ayırım yapmakta, sadece kimi savaşlara karşı olmaktadır ve uluslararası ilişkiler konusundaki dünya kamuoyu, aslında ulusal kurumlarca oluşturulmaktadır.

Ulusal kamuoyu: kamuoyunun dış politikada önemli olduğu, sistemi ne olursa olsun tüm ülkelere kabul edilmiş, bu yüzden de, kamuoyunun istenilen yönlerde oluşturulması için, haber alma ve yayma araçlarının çeşitli biçimlerde kullanılması ve denetlenmesi yollarına gidilmiştir. Dış politikanın saptanmasında ya da yürütülmesinde olumlu etkiler daha çok örgütlenmiş gruplar ve kanı önderleri tarafından oluşturulur. Buna karşılık bir yığın olarak halkın dış politikadaki önemi belli bir tutum ve davranış göstermekten çok, tutum ve davranışlarının sınırlarını göstermekte ortaya çıkar. Örneğin Türkiye ve Yunanistan'da halk Kıbrıs sorununa geniş bir ilgi gösterdiğinden, bu iki ülkede karar vericilerin yapacakları tercihler belli sınırları kolaylıkla aşamayacaktır.

Kamuoyunun dış politikanın sınırlarını göstermek bakımından önemli bir potansiyel güç teşkil etmesi, hükümetlerin kamuoyunu diledikleri yönde oluşturmak için çeşitli yollara başvurmalarına sebep olmuştur. Bu amaçla hemen her yerde resmi makamların verdikleri bilgiler sıkı bir denetimden geçmektedir. Kuşkusuz bu biçimde verilen bilgilerde zorunlu bir taraf tutma vardır. Bu taraf tutma genellikle, heberde lehte olan noktaların önemle ve ayrıntıları ile belirtilmesi yani bu noktaların vurgulanması buna karşılık alehte olan noktaların hiç verilmemesi, kısa verilmesi veya önemsizmiş gibi gösterilmesi ile olur. Bu yöntem genellikle totaliter ülkelerde kullanılmaktadır.(5)

Batı demokrasilerinde haber alma ve yayma araçları özel kişi ve kurumların elinde olduğundan, bunların arasındaki rekabet nedeniyle, halka olayların nitelikleri ve gerçek nedenleri konusunda daha geniş bilgi vermek mümkün olabilmektedir. Bununla birlikte, bu ülkelerde haber verme ve duyurma araçlarının tam bir serbestlik

İNİNDE ÇALIŞTIKLARINI İDDİA ETMEK DE YANLIŞTIR. ÖNCE BASIN VE YAYIN ARAÇLARINI ELLERİNDE BULUNDURAN GRUPLARIN KENDİ ÇIKARLARINA DOĞRUDAN YA DA DOLAYLI BİR ZARAR GETİREBİLECEK HABERLERİ, KENDİ ALGILAMALARINA GÖRE YAYINLAYACAKLARI YA DA HIÇ YAYINLAYACAKLARINI KABUL ETMEK GEREKİR. ÖRNEĞİN ABD'DE EN ETKİN BASIN VE YAYIN ARAÇLARININ BAZILARININ YAHUDİLERİN ELİNDE BULUNMASI, YANSIMASINI, BUNLARIN VERDİKLERİ HABERLERDE GÖSTEMEKTEDİR. DİĞER BİR DEYİŞİLE BUNLARIN, ÖRNEĞİN ORTADOĞU ÇATIŞMASI KARŞISINDA TARAFSIZ KALMALARINI BEKLENEBİLİR Mİ?

BASIN-YAYIN KURUMLARINDA, ÇIKARLAR DIŞINDA, HABERLERİN "TAM VE TARAFSIZ" BİR BİÇİMDE VERİLMESİNİ ENGELLEYEN BAŞKA ETKENLER DE BULUNMAKTADIR. ÖRNEĞİN DEVLETİN GÜVENLİĞİ VE YAŞAMSAL ÇIKARLARINI TEHLİKEYE SOKABİLECEK (Kİ BUNLAR SÜBJEKTİF KAVRAMLARDIR VE ÇOK GENİŞ BİR BİÇİMDE YORUMLANMAYA ELVERİŞLİDİR) KONULARDA BASIN YAYIN MENSUPLARINA YA HIÇ HABER VERİLMEMEKTE VEYA MAKSATLI VE ASILSIZ HABERLER VERİLMEKTE YA DA BU KİŞİLER SAHİP OLDUKLARI BİLGİLERİ ŞU YA DA BU NEDENLE YAYINLAMAMAKTADIR. HATTA BAZI BİLGİLERİN VERİLMEMESİ VEYA BELLİ BİR BİÇİMDE VERİLMESİ İÇİN BASIN VE YAYIN MENSUPLARI İLE HÜKÜMETLER ARASINDA, "CENTİLMENLER ANLAŞMASINA" VARILMASI OLAYLARINA DA ZAMAN ZAMAN RASTLANMAKTADIR. ÖRNEĞİN ÜLKEMİZDE "JOHNSON MEKTUBU" DİYE ANILAN BELGENİN GÜNLÜK BİR GAZETE TARAFINDAN YAYINLANMASI OLAYININ, HÜKÜMET İLE GAZETE YAZARI ARASINDA BİR TÜR ANLAŞMA İLE YAPILDIĞI İDDİALARI ÖNE SÜRÜLMÜŞTÜR. BAZI DURUMLARDA BASIN YAYIN MENSUPLARININ, KENDİ ALGILAMALARINA GÖRE ULUSAL ÇIKARLARA ZARAR GELEBİLECEĞİ NEDENİYLE, ŞU YA DA BU BİÇİMDE ELDE ETTİKLERİ HABERLERİ YAYINLAMADIKLARI DA GÖRÜLMEKTEDİR. ÖRNEĞİN THE NEW YORK TIMES'İN BAŞYAZARLARINDAN JAMES RESTON ŞÖYLE DEMEKTEDİR: "BEN ABD'NİN PAKİSTAN'DAN KALKAN VE ÇOK YÜKSEKTEN UÇAN UÇAKLARLA (U2) SOVYETLER BİRLİĞİ'NİN ASKERİ BÖLGELERİNİN, VE ÖZELİKLE FÜZE ÜSLERİNİN FOTOĞRAFLARINI ÇEKTIĞİNİ BİR YILDAN BERİ BİLMEME RAĞMEN, UÇAKLARDAN BİRİ 1960 YILINDA DÜŞÜRÜLDÜĞÜ ANA KADAR, THE NEW YORK TIMES BU GERÇEĞİ YAYINLAMAMIŞTIR."

BUGÜN ARTIK BİR ÜLKENİN BASIM, RADYOSU, TELEVİZYONU SADECE O ÜLKENİN HALKINA BİLGİ VEREN ULUSAL NİTELİKTEKİ KURUMLAR DEĞİLLERDİR. ULUSLARARASI DÖRT BÜYÜK AJANS DÜNYADAKİ HABER DOLAŞIMINDA TEKEL DURUMUNDADIR: FRANCE-PRESSE (FRANSA), REUTER (İNGİLTERE), ASSOCIATED PRESS VE UNITED PRESS INTERNATIONAL (ABD). HERBİR AJANSIN YÜZDEN FAZLA ÜLKEDEN BÜROLARI BULUNMAKTA VE HERGÜN ORTALAMA 1.5 MİLYON İLE 17 MİLYON ARASI KELİME YAYINLAMAKTADIR. ANCAK NEW YORK, LONDRA, PARIS'TEN ÜÇÜNCÜ DÜNYA ÜLKELE RİNE GÖNDERİLEN HABERLER, DİĞER ÜLKELERDEKİ BÜROLARDAN BU METROPOLLERE GÖNDERİLENLERDEN ÇOK DAHA FAZLADIR. DOLAYISIYLA HEM SANAYİLEŞMİŞ ÜLKE KAMUOYLARI BAĞIMLI ÜLKELER HAKKINDA EKSİK YA DA TARAFLI BİLGİLENDİRİLMEKTE, HEM DE BU HABER AJANSLARINA ABONE OLAN ÜLKELER BİRBİRLERİ HAKKINDA BİLGİ SAHİBİ OLABILMEKTEDİR. HABER FİLMİ AÇISINDAN DA ÜÇ BÜYÜK AJANSIN TEKELİ SÖZ KONUSUDUR: WISNEWS (İNGİLTERE), UPITN (İNGİLTERE VE ABD), CBS NEWS (ABD), BUNLARI DPA-ETES (ALMANYA), ABC NEWS (ABD) İZLEMKTEDİR Kİ BUNLARA GELİŞEKTE OLAN ÜLKELERİN TAMAMI, BATI AVRUPANIN İSE YARISI BAĞIMLIDIR.(6)

PROPAGANDA

JACQUES ELLUL PROPAGANDAYI "PSİKOLOJİK BAKIMINDAN BÜTÜNLEŞTİRİLMİŞ VE BELİRLİ BİR DÜZEN İÇERSİNDE YAPILMIŞ BİR KİTLENİN EYLEME KATILIMINI SAĞLAMAK AMACIYLA, ÖRGÜTLENMİŞ BİR GRUBUN PSİKOLOJİK ARAÇLARDAN YARARLANARAK UYGULADIĞI YÖNTEMLERİN BÜTÜNÜ" OLARAK TANIMLAMAKTADIR.

Psikolog ve sosyologlar genellikle propagandanın çok açık bir tanımını vermiyorlar. Amerikalı sosyolog Bartlett, "üyelerine belirli bir davranışı benimsetmek için toplumun tutum ve davranışlarını etkileme girişimi" gibi basit bir açıklama veriyor. Fransız psikolog Guy Durandin "propagandanın amacı, hedef alınan kitlenin algıları ve değer yargıları etkilenecek bazı davranışları harekete geçirmektir" diyor.

Propaganda terimi artık bir tartışma konusudur. Tutumları etkilemek ya da davranışları harekete geçirmek girişiminden çok, reklam, kitle kültürü ya da kolektif enformasyonla eşanlı kullanılan propaganda teriminin, Goebbels'in tarzıyla, bilinçaltı güdülere hitap ederek erkeklere bir losyonu benimsetmek ya da Atlantik ötesi televizyon dizileriyle amerikan tipi yaşam tarzının kabul ettirilmesi arasındaki farkların çok ince ya da hayali olduğunu ifade ettiği kabul edilmektedir.

"Siyasal Propaganda"nın yazarı Jean-Marie Domenach propagandanın beş kuralı olduğunu ileri sürüyor:

Basitleştirme ve tek düşman kuralı: düşüncenin net ve açık bir biçimde ifade edilmesini sağlayan basitleştirme altın kuraldır. Zekadan çok içgüdülere hitap etme gibi büyük bir avantajı vardır. Sloganların kısalığı, tartışma ve muhakeme ihtimalini ortadan kaldırır. Bir diğer basitleştirme biçimi, etkilenmesi istenen kitlenin spon-tane isteklerinin tek bir kişi üstünde yoğunlaştırılmasıdır. Böylece politik farklılaşmalar ve kişisel çekişmeler sınırlandırılır. Soyut düşüncelerin bir temsilci belirlenerek kişileştirilmesi propagandanın tutku, hayranlık, kin gibi duyguların ortaya çıkmasını kolaylaştırır. İçinde bulunulan tarafın umutlarının, ya da karşı tarafa yöneltilen kinin tek bir kişide yoğunlaştırılması, en temel ve en yararlı basitleştirme biçimidir.

Abartma ve saptırma kuralı: propagandacının ideolojisine zarar verecek tüm enformasyon yok sayılır, sadece destekleyici bilgiler tutulur. Ayrıntılar yok olur, diğerleri ise abartılır. Asıl metinden alıntılar yapılarak rakibe, amacına ters düşen niyetler atfedilir. Saptırmalar propagandacı için vazgeçilmez bir araçtır.

Süreklilik kuralı: heşeyden önce kitlelerin başka fikirlerden etkilemelerini önlemek gerekir. Bunun için kabul ettirilmek istenen doktrin sürekli bir biçimde tekrarlanmalıdır.

Aktarım kuralı: propagandacı etkilemek istediği kitlenin önceki inanç ya da önyargılarını dikkate almalıdır. Kitlelerin düşüncelerine karşı çıkılmamalı, tam tersine onaylamalı ve önyargılardan yararlanılmalıdır.

Oybirliği kuralı: propagandacı aynı zamanda insanların diğerlerine benzer endişelerinden yararlanmalıdır. Bunun başlıca araçları gösteriler, defileler, bayraklar, üniformalardır.

Gerçekte bu teknikler asırlardır kullanılmaktadır, iletişim araçlarındaki gelişmeler, bunların sadece etkilerini arttırmıştır. Jacques Ellul "propaganda bir fenomen

olarak Çin'de, Sovyetler Birliği'nde ya da ABD ve Cezayir'de temel olarak ayndır" demektedir.

TUTUM

Geleneksel tanımların herbiri "tutum"un biraz farklı bir yönünü vurgular. G.W.Allport, "tutum, yaşantı ve deneyimler sonucu oluşan, ilgili olduğu bütün nesne ve durumlara karşı bireyin davranışları üzerinde yönlendirici ya da dinamik bir etkiye sahip ruhsal ve sinirsel bir hazırlık durumudur" diyor.

L.Doob ise tutumu, "bireyin içinde yaşadığı toplumda, önemli olduğu düşünülen örtülü ve güdüleyici bir tepki" olarak tanımlamıştır.

Bugün üçüncü bir tanım daha yaygındır. Belirli bir nesne, fikir ya da kişiye karşı tutum, bilişsel ya da duygusal öğeleri bulunan ve davranışsal bir eğilim içeren oldukça kalıcı bir sistemdir.

Bilişsel öge tutum nesnesine ilişkin inançlardan oluşur, duygusal öge inançlara bağlanmış heyecansal duygulardan oluşur. Tutumlarla gerçekler arasında bir ayırım yapmak önem kazanmaktadır. Bir bilim adamı ay ve kromozomlar hakkında bir takım bilgilere sahiptir. Fakat bunlara karşı heyecansal bir duygusu yoktur, ayın iyi ya da kötü olduğunu düşünmez, kromozomlardan hoşlanır ya da nefret etmez. Ama zehirli gazlar hakkında bildiği gerçekler vardır ve bunun hakkında ayrıca heyecansal duyguları vardır. Gerçeklerle tutumlar arasındaki temel farklılık, bir kez geliştikten sonra tutumların değişikliğe karşı daha dirençli olmalarıdır.

TUTUM DEĞİŞİKLİĞİNE BAŞLICA ENGELLER

Çoğu araştırmaların odak noktası tutum değişikliğini arttırma yolları üzerinde olmuştur. Eğer bireyler tutumlarını iletişimin savunduğu yönde değiştirirlerse, iki tutum arasındaki fark azalır, böylece gerilim de azalacaktır. Bununla birlikte birçok gerilim azaltma yolunun da insanlara açık olduğunu unutmamak gerekir. Dolayısıyla kişinin etkileyici iletişime karşı nasıl direndiği, kendisinininki ile sunulan tutum arasındaki çelişkinin yarattığı gerilimi nasıl giderebildiği konusuna göz atmak gerekmektedir.

İletişimi çürütme: birey kendi görüşünden farklı iletişimin savını çürütmeye çalışabilir. Bunu başarabildiği ölçüde gerilimden kurtulur. Ancak hedef ya da dinleyici genellikle uzman bir kaynakla karşı karşıyadır ve etkileyici iletişimlerle genellikle, saf mantıksal temelde reddedilebilmeleri güç olacak biçimde hazırlanırlar. Dolayısıyla farklı görüşü reddetmenin mantıklı bir çözüm yolu olmasına karşı, bu yolu seçmek pek kolay olmaz.

Kaynağı kötüleme: kendi görüşünden farklı bir iletişimle karşılaşan kişi, far-

kın yarattığı bilişsel çelişkidenden kaynaklanan gerilimi, iletişim kaynağının güvenilirliği olmadığına ya da başka açılardan olumsuzlukları bulunduğu karar vererek azaltabilir. Bu yöntem çok etkilidir, çünkü yalnızca sunulan görüşten kaynaklanan tehdidi ortadan kaldırmakla kalmaz, ayrıca aynı karşıt görüş kaynağının gelecekte sunacağı bütün iletişimleri de zayıf hale getirir.

İletişimi çarpıtma: insanların bazen uyguladıkları diğer bir çelişki giderme yolu da, kendi görüşleri ile arasındaki farkı azaltacak biçimde iletişimi çarpıtma ya da yanlış algılamadır. Farklı iletişim bireyin görüşüne yakın olduğunda, gerçekte olduğundan daha yakın olaak algılanır. Buna benzeştirme denir. İletişim dinleyicinininkinden çok farklı olduğunda, daha da farklı olarak algılanır. Bu sürece zıtlştırma denir.

Mantığa bürüme: tutarsızlıkları kaydırmanın ya da mantıksallaştırarak ortadan kaldırmanın birçok yolu vardır. Örneğin ölüm cezalarına karşı bir kişi, belirli bir davada ölüm cezasına çarptırılan bir kişi için, onun suçunun çok ağır olduğunu ve bu sonucu hakettiğini ileri sürebilir. Ancak bu yöntem bireyin bilişsel sisteminde başka türlü tutarsızlıklara yol açabilir.

Daha baştan iletişimi reddetme: bu belki en çok kullanılan çözüm yaklaşımıdır. Mantıksal olarak iletişimi çürütmeye ya da kaynağa saldırmakla zayıflatmaya çalışmak yerine, bireyler, herhangi bir nedene dayanmaksızın onu reddedebilmektedir. Bir tiryakinin sigara içmeye karşı iyi nedenlere dayandırılmış mantıksal iletişime tipik bir tepkisi, ileri sürülen görüşün sigarayı bırakmasına yetecek kadar güçlü olmadığını söylemektir.(7)

Tutum değişikliğine diğer engeller olarak, iletişimin hedefe ulaşmasını zorlaştıran ara değişkenlere bakmak gerekmektedir:

Hedefe ulaşma sorunu: tutum değiştirmeye ilgili işlerde çalışan insanların en yaşamsal ve güç sorunları, etkilemek istedikleri insanlara ulaşmaktır. Reklamcılar, politikacılar, çabalarının önemli bir bölümünü, mesajlarının yönelttikleri hedefe ulaşmasını güvenceye almaya ayırmak zorundadır. Özellikle politika ve kamu sorunlarında, insanlar etkileyici iletişimlerle çok az başbaşa kalmak eğilimindedirler. Konu ne olursa olsun, herhangi bir iletişimin ulaşabildiği olası dinleyici yüzdesi oldukça düşük olma eğilimindedir.

İki aşamalı bilgi akımı: çoğu insan kamu sorunlarına ilişkin programları seyretmez ya da makaleleri okumaz. Fakat bazıları seyrederek okurlar. Bunlar topluluk ya da gruplarının en etkili kişileri olmak eğilimindedirler. Çevrelerindeki insanların tutumları üzerindeki etkileri sebebiyle onlara "kanı önderleri" adı verilir. İkna edici materyalin bir bölümü, bu iki aşamalı iletişim aracılığı ile insanlara ulaşır.

İletişime hedef olmada seçicilik: iletişimler etkilemeyi amaçladıkları insanlara ulaşamamak eğilimindedir çünkü çoğunlukla, demokratlar başka demokratların

yaptıkları konuşmaları, muhafazakarlar muhafazakar insanlar tarafından yapılan konuşmaları, dindar insanlar din lehindeki konuşmaları dinlerler. Bu. iletişimi dinleme ya da okumada seçiciliktir. Kısaca insanlar, inançlarına ters düşen bilgileri görece olarak daha az dinlemek ya da okumak eğilimindedirler.(8)

YENİ İLETİŞİM ARAÇLARI

Basın, radyo, televizyon, kitap gibi "klasik" olarak tanımlanabilecek medyaların kendi aralarındaki rekâbet sürerken, yaygınlaşıp çeşitlenmeleri de devam etti. 1950-1975 arası radyo yayın kapasitesi 3'e katlandı. 1950 yılında 23'ü Afrika'da olmak üzere 50 ülkede radyo istasyonu yok iken, 1960'da 7'si Afrika'da 11 ülkede, 1973'de ise 187 devletten sadece 2'sinde (Lichtenstein, Saint-Marin) yayın istasyonu yok idi. Aynı dönemde radyo alıcılarının sayısındaki büyüme yüzde 417 oldu. Televizyondaki gelişme daha çarpıcıdır. 1950 yılında sadece 5 ülkede düzenli televizyon yayınları vardı. 10 yıl sonra bu sayı 100'e çıktı. 1980 yılında ise 138 ülkede televizyon yayını yapılmaktaydı. Televizyon alıcı sayısı ise yüzde 3235 artmıştır (1950-1975). Aynı dönemde günlük gazete tirajları dünyada yüzde 77, kitap ise (bir senede yayınlanan kitap ismi) yüzde 111 artmıştır.(9)

1964 Tokyo Olimpiyat Oyunlarının Telstar adlı uydu aracılığı ile yayınlanmasından sonra, gelişmiş ülkelerde medya alanındaki yenilikler birbirini izledi. Aynı yıl video kasetler ortaya çıktı. 1970'li yılların başlarında ise kablolu yayınlar başladı. 70'li yılların sonlarında telefon, bilgisayar ve televizyon alıcılarının birlikte kullanıldığı yeni iletişim biçimleri görüldü. 1980'li yılların başlarında "yeni medyalar" olarak adlandırılanlar esas olarak şunlardır: kablolu yayın, uydu aracılığı ile yayın, teletext, video kaset, video disk.

KABLULU YAYINLAR

Bu konuda bazı kavramlara açıklık getirmek gerekmektedir.

Kollektif anten (antenne collective): televizyon programlarını hertzien dalgalar yoluyla alan ve daha sonra bunları, genellikle aynı binada, kablo aracılığı ile dağıtan antendir.

Toplu yayım ağı (le réseau communautaire): bunun ilkinden farkı, televizyon programlarını alan antenin televizyon alıcılarına kablolar yoluyla yayımı, semt gibi daha geniş bir alan için söz konusudur.

Teledağıtım ağı (le réseau de télédistribution): bu aynı zamanda özel programların dağıtımının da söz konusu olduğu ortak yayım ağıdır. Bu ağı kullananlar,

bağlı oldukları merkez istasyonun programlarını alacaklardır. Böylece sadece daha kaliteli görüntüden değil, aynı zamanda daha geniş bir program ağından yararlanmak mümkün olabilmektedir.

Başlangıçta kablo şebekesi, çok sayıda televizyon programının çeşitli aboneler tarafından alınmasını sağlayan bir ortak anten olarak sunuldu. Anahtarlama olanağı veren yıldız yapıda kablo şebekesine geçilmesi ve taşıma yeteneğinin katlanarak artmasını sağlayan fiber optik uygulaması sayesinde hem belirli bir aboneye çok büyük sayıda enformasyon dağıtılabilir, hem de abone, şebeke aracılığı ile kendi enformasyonlarını yayımlıyabilir, böylece iletişimin hem alıcısı hem de vericisi olabilecektir.

Etkileşimlilik, yıldız yapıda şebekenin, bunun sonucunda da kablo teknolojisinin ayrılmaz bir parçasıdır. Hertzci dağıtım ve düşük, orta ve yüksek güçte her türlü uydudaki tek yönlü iletişim modelleridir. 2000'li yıllara doğru fiber optik kullanılarak yapılmış kablo şebekelerinin evrenselleşeceğini, bunların sadece televizyon programlarını, telefon görüşmelerini iletmekle kalmayacakları, aynı zamanda, bugün yazılı malzeme kullanan sayısız hizmetlerin de taşıyıcısı olacakları söylenebilir.

Sonuç olarak teledağıtımdan, sözcüğün gerçek anlamıyla iletişime geçilebilecektir.(10)

UYDU İLE YAYIM

Uydu ile yayım bu yüzyıl sonlarında, iletişim alanında en önemli teknolojik yeniliktir denilebilir. Uyduların medya olarak işlevleri, televizyon sinyallerinin daha uzağa aktarımıyla sınırlıdır. Ancak diğer medyaların işlevlerini önemli ölçüde arttırmaktadır.

İlk uydular Score (1958), Courier ve Echos pasif uydulardı. Yani zaten zayıflamış olan sinyalleri güçlendirmeden yansıtırlardı ve uzayda kalış süreleri kısaydı. 1962'de gönderilen Telstar ve onu takip eden Relay ilk aktif uydulardı. Bunlar güçlendirici mekanizmaları ile yerdeki alıcı istasyonların ekipmanlarını hafifletiyorlardı. Bununla birlikte çok aşağıda yörüngeye yerleştirilmeleri ve asenkron olmaları, ancak göründükleri vakit sinyalleri yansıtılabilmeleri, bunların önemli hendiklarıydı. 1963 ve 1964'de gönderilen Syncom 1, 2 ve 3 uyduları yeni bir gelişmeyi beraberinde getirdi. Dünyadan 36 bin km. uzağa ve ekvator çizgisi üzerinde, dünyanın kendi hız ve yönüyle aynı hız ve yönde dönen bu yüzden de dünyanın belirli bir yerine göre sabit ve senkron olan jeostasyonel uydular, ona yöneltilerek bir kez ayarlanan bir anten tarafından izlenebiliyordu. Böylece yerdeki antenlere, uyduları takip etmek için kompleks ve çok pahalı donanımlar gerekmiyordu. Bu tip uydularla, basit bir bireysel anten tarafından sinyallerin doğrudan alınması mümkündü. 3 çeşit uydudaki biçiminde bir sınıflandırma yapmak klasiktir:

Noktadan noktaya iletişim uyduları: bunlar ağır ve kompleks yer istasyonları arasında sadece bir ara istasyon oluştururlar (Pleumeur-Bodou tipi). Bu sinyaller daha sonra yerel vericilere kablo ya da dalgalarla gönderilir.

Dağıtım uyduları: bunlar sinyalleri doğrudan yerel istasyonlara gönderebilir. Molnya (Sovyet) veya Early Bird (ABD., 1965) gibi uydular ile dünyadaki televizyon yayınları yarı-doğrudan olmuşlardır. Uyduların tekrar yaydıkları sinyaller pleumeur-bodou tipi ara istasyonlar olmadan, klasik vericiler tarafından alınabilmektedir.

Doğrudan yayım uyduları: bunlar sinyalleri doğrudan bireysel alıcılara gönderebilmektedir. Doğrudan yayım aşamasına geçiş yeni antenler ve alıcıların bu sisteme uyarlanması gerekli kılmakta ancak birkez gerçekleştirildikte sonra ülkeler, klasik yayım istasyonlarının yüklü altyapı masraflarından kendilerini kurtarabilmektedir.

TELETEKST

Teletext, mevcut yayım ağı üzerinden, yazı ya da grafiklerden oluşan sayfaları, kullanıcıların isteği ile, bir görüntü terminaline (televizyon alıcısı) dağıtma sistemidir. Kullanıcı incelemek istediği dergi ya da sayfayı, kumanda klavyesi (ya da telefon) aracılığı ile seçer. Bu sayfalar, yayıncı tarafından düzenlenen, her an kullanılabilir, her türlü bilgiyi içerebilir.

Bilgisayar ve televizyon yayım ağına bağlı terminal olarak düzenlenmiş bir televizyon alıcısı söz konusu olduğunda videoteks; bilgisayar, televizyon ve telefon ağına bağlı sistemler ise teletel olarak tanımlanır. Teletelde kullanıcı tarafından, telefonda belirli bir numara çevrilerek bilgisayar bağlantısı kuruluyor, gerekli işaret alınınca telefon kapatılıyor ve klavye ile kimlik beltiliyor ve istenilen bilginin bölümü soruluyor ve arka arkaya sorularla istenilen bilgiye ulaşıyor. Sorulan sorular ve bilgisayarın cevapları ekranda beliriyor. Videoteks ise daha basit, klavye yardımı ile belirtilen başlıklardan birini seçmek yetiyor. Diğer bir deyişle bilgisayarlarla diyalog, sınırsız bir hizmet imkanı ve bilgi edinmek için birçok kolaylık sağlıyor.

VIDEOKASET, VIDEO DİSK

Videokasetler, henüz ticarileşip herkezin kullanımına sunulmadığı 1970'li yılların başlarında, iletişim teknolojisinin bir devrimi olarak sunulmuştur. 1975'de ABD'de ve iki yıl sonra Avrupa'da satılmaya başlayan, ses ve görüntüyü kasete kayıt yapan araçlar sayesinde televizyon yayınlarından da kayıt yapılabiliyordu. İlk kez 1978'de ticarileşen videodisklere henüz bireysel kayıt imkanı yok. Ancak bu gerçekleştirildiği zaman, kasetlere oranla çok daha düşük maliyetleri, yavaş gösterim ve görüntünün dondurulmasındaki kolaylıklarıyla, videodisklerin çok daha kullanışlı oldukları söylenebilir. Yine de videodisk ve kasetlerin özgün kullanım alanları vardır yani birinin diğerini piyasadan silmesi söz konusu değildir.

UYDU YAYINLARI KONUSUNDA HUKUKSAL SORUNLAR

Uydular aracılığı ile telekomünikasyon, devletlerin ulusal sınırları ötesine de geçen bir faaliyettir, bu ulusal yayınlar söz konusu olduğunda da böyledir, zira verici ve alıcı istasyonlar bir tek devlet ülkesinde olsa bile uydular zorunlu olarak o devlet ül-

kesinin ötesinde, yani uzayda bulunacaktır.

Uydu yayınları bir seri hukuksal sorun doğurmaktadır. Bunların başlıcaları şunlardır:

Frekans bantlarının paylaşımı ve tahsisi: radyo elektrik frekansları bandı (tayfi) sınırlı doğal bir kaynaktır, bu nedenle de uzay iletişimlerine ayrılacak frekansları tespit ve kullanılışlarını düzenlemek ön planda gelen bir sorundur. Bu düzenleme Uluslararası Telekomünikasyon Birliği tarafından yapılmaktadır.

Jeostasyoner uydu yörüngelerinin kullanımı: bu tür uyduların belirli bir ülke üzerinde daimi biçimde konumlandırılmaları nedeniyle, özellikle ekvator bölgesi ülkelerince ileri sürülen ayrıcalık iddialarına rağmen, uzay yörüngeleri üzerinde egemenlik yetkilerinin kurulamayacağı ve bütün devletler tarafından hiçbir ayırım gözetmeksizin, eşitlik şartları içerisinde kullanılabilmesi kabul edilmektedir. Jeostasyoner uyduların yörüngesi de sınırlı doğal kaynaklardan ve söz konusu yörüngeden yararlanmanın biçim ve şartları da, Uluslararası Telekomünikasyon Konvansiyonu ve Tüzüğü hükümlerine bırakılmıştır.

Uydu yayın programlarının denetimi: jeostasyoner uyduların, yeryüzünün yaklaşık üçte birini örten yayın yetenekleri göz önünde tutulduğunda, bu yayınların yetkisiz olarak alınıp dağıtılması özellikle telif haklarına, program yapımcıları ve yayın kuruluşlarına zarar verebilecektir. Bu nedenle 21 mayıs 1974 tarihli Uydular Aracılığı ile Yayınlanan Program Taşıyıcı İşaretlerin Dağıtımına İlişkin Konvansiyon, bütün devletlerin yetkisiz kullanımı önleyici tedbirler alma yükümünde olacaklarını hükme bağlamaktadır. Ancak uydulardan gelen ve genel olarak halk tarafından doğrudan alınmaya yönelik yayınlar konvansiyon kapsamı dışında bırakılmıştır.

Noktadan noktaya uydu yayımı sisteminde ve dağıtım uyduları sisteminde televizyon işaretleri, verici istasyonlardan itibaren belirli uzaklıktan öteye gidememektedir, daha uzak mesafelere ulaşabilmeleri için kablolar ya da mikro dalga röle istasyonları kurma zorunluluğu vardır ki bunlar bir devlet ülkesi içinde bulunurlar. Dolayısıyla uydu ile izleyici arasındaki ilişki ulusal yönetim tarafından düzenlenir. Ancak doğrudan uydu yayım sisteminde, verici bir başka ülkede bulunabilecek ve yayın programları doğrudan kişisel alıcıya ulaşabilecektir. Alıcı ülke yönetiminin söz konusu programların kendi vatandaşlarına ulaşmasını, giderek, hazırlanmasını denetleme olanağı yoktur.

Uydular aracılığı ile doğrudan yayım olgusunda ortaya çıkan gerçek uzlaşmazlık, ulusal egemenlik ile haberleşme özgürlüğü ilkeleri arasındadır. Uydular aracılığı uluslararası doğrudan yayınlar, Uluslararası Telekomünikasyon Birliği düzenlemeleri ile, teknik ve hukuksal açıdan, alıcı devletlerin ön rızaları ve teknik işbirlikleri olmaksızın, güç hale getirilmiştir. Bu konuda haberleşme özgürlüğünün mevcudiyeti kabul edilmekle birlikte, bu hak mutlak niteliklerle donatılmış görünmemektedir.

Bir devlet haberleşme özgürlüğünü kullanırken, bir başka devlet kendisinin kültürel, sosyal, ekonomik ve politik değerlerine zarar verilmesini kabul etmeyebilecektir.(11)

KİTLE İLETİŞİMİ VE KÜLTÜREL ETKİ

Basın, radyo ya da televizyon için olsun, yeni yayım teknikleri sayesinde, kitle iletişimi kavramıyla ifade edilen, çok geniş bir alana ulaşabilme imkanı ile, kültürel mesajların artan bir etkisi olduğu ileri sürülmektedir.

Riesman ve Mac Luhan gibi yazarlar, insanların tutum ve davranışlarının birincil gruplar ve hatta ulusal topluluklar tarafından giderek daha az bir biçimde yönlendirileceği, yeryüzündeki tüm insanlar tarafından paylaşılan bir global kültürü öngörmekteydiler.

Lazarsfeld, Schramm, Adorno, Rosenberg ve daha birçok yazar değişik yollarla, radyo ve televizyonun, ne yeni düşünceler, ne de özgün kültürel akımlar yaratacayacağını, tam tersine çok geniş bir kitleyi memnun etme gerekliliği sebebiyle, sürekli orta düzeye çekilen değerler, düşünceler, estetik, ahlaki ve sosyal temalar yaymakta olduğunu ileri sürmüşlerdir.

Edward Shils estetik, entellektüel ve ahlaki standartlara göre kültür seviyelerini kabaca, üst (superior, refined), orta (mediocre) ve brütal olarak sınıflandırıyor. Üst kültür ekonomik, sosyal ve siyasal analizleri, felsefe, roman ve şiirde büyük eserleri, bilimsel teori ve araştırmaları, resim, heykel, müzik ve mimarideki önemli çalışmaları içeriyor.(12)

Kitle iletişim araçlarının çok geniş bir kitleye ulaşabilmesiyle sağlanan etkinlik, herkezi memnun etme zorunluğu altında, durgun ve orta düzeyde bir kültürün ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Yayınları reklam gelirlerine bağlı ticari televizyonlar, bu eğilimin en çarpıcı örneklerini vermektedirler. Zira izleyici anketlerine saptanan, geniş kesimi kesimi kendine çeken programlar finansman açısından rantabldır. Kamu televizyonları da bu durumdan fazla kaçınmamakta, popüler olmayan yayınlara çok yer verememektedir. Ayrıca uydu yayıncılığı ile ortaya çıkan uluslararası rekabet, yayın tekellerinin ayrıcalıklarını kırmıştır. Özel televizyon kuruluşlarında, olaylar, kamu televizyonuna oranla, tüm yönleriyle "objektif" olarak verilebileceği söylenebilir de, geniş bir kesimi kazanmak için demagojiye kaymaları daha olası görünmektedir.(13)

Kollektif yayım araçlarının ortaya çıkmasından önce kültürün yayılması, kuruluşun yaratıcılarına geniş bir inisiyatif ve bağımsızlık sağlayan zanaat yöntemleriyle sağlanıyor, orta ve aşağı kültürel düzeyler halk kesiminde saklı kalıyor, diğer bir deyişle görünmüyorlardı. Modern çağa gelinceye kadar elitlerle kitleler arasında ne kültürel bir ilişki, ne de bu iki kesim arasında boşluğu dolduracak ya da görüntüyü değiştiren

rebilecek bir orta sınıf söz konusu olmuştur.(14)

Kültürün endüstrileşmesi ile birlikte, ürünlerin standartlaşması ve çoğunluğa hitap etme amacıyla, orta düzeydeki kitleyi hedef alarak kültürel düzeyin düşmesi ve kitlenin homojenleşmesi olguları ortaya çıkmıştır. Orta ve alt düzeydeki ürünlerin üretim ve tüketimiyle, üst düzey kültürleri kendine çeken, sosyal statüye sahip bir entellektüel kesim meydana gelmiştir.

Bugün sanatçı, ürününü sattığı için değil, geniş bir kesime hitap etmeyi düşünerek ürettiği için tacir olarak kabul edilmektedir. Genel olarak entellektüeller parayı doğal bir sonuç değil, bir amaç, kültür endüstrisinin ulaşmak istediği bir son olarak görmektedirler.(15)

Ancak sanayileşmiş ülkelerdeki yeni gelişmeler, kitle kültürü kavramı üzerindeki tartışmaların yeniden gözden geçirilmesini gerektirmiştir.

Öncelikle, belirli bir doygunluk derecesine gelmiş izleyici kitlesi, yayınlarda belirli bir seçim yapma durumunda kalarak, programlara daha eleştirel yaklaşımda ve alışılmışın dışında girişimlere daha açık olmaktadır.

İkinci olarak, televizyon örneğinde olduğu gibi, yayın kaynaklarının çoğalması, ayrımsız tüm kitleyi hedeflemek yerine belirli bir azınlığı kazanmanın daha rantabl olduğunu ortaya çıkarmıştır. Tek bir kanalın, izleyici kitlesinin onda birini kazanması, oniki kanalın geri kalan onda dokuzu kazanmaya çalışmasından daha kazançlıdır.

Üçüncü olarak, teknik gelişmeler, izleyici kitlesindeki farklılıkların ve bireysel tercihlerin dikkate alınması yönünde ilerlemektedir. Doğrudan uydu yayımlarının, yeterli yatırımları yapabilecek gelişmiş ülkelerin kültürel emperyalizmini yoğunlaştıracığı düşünülebilir. Ancak dil engelleri ve farklı eğilimleri sahip izleyici kitleleri, tüm dünyaya yapılan yayımların, büyük gösteri programları, uluslararası önemi olan olaylarla sınırlı kalması, farklı kültürlerle hitap eden ulusal ve bölgesel yayımlara geniş bir alan bırakması daha olası görünmektedir. Ayrıca, özellikle ABD'de çok yaygın kullanılan kablolu TV, bölgeler, meslekler, eğitim düzeyleri gibi belirli kültürel ve sosyal kategorileri hedefleyen programları ortaya çıkarmış ve bireylere çok sayıda programlar arasından seçim yapabilme olanağı tanımıştır. Videokaset ve video disklerin ise bizi bireysel kullanım biçimlerine yöneltilmiş bir kitle iletişimine götürceği söylenebilir.

Ancak farklılaşmanın olduğu durumlarda bile, kitle iletişiminin geniş bir kesime hitap etme amacı vardır. Bundan dolayı, üst kültüre yönelmek yerine, "tüketiciyi" memnun etmek, dikkatini çekmek, merakını uyandırmak için, sık sık tüm imkanlar kullanılır. Diğer bir deyişle ciddi eğilimleri geliştirmek yerine, yüzeysel motivasyonlara başvurulur.(16)

Yine de yarının kitle iletişiminin, tüm dünyaya yayın yapan programlar fakat aynı zamanda farklılaşmış kültürler ve sosyal kategorileri hedef alan bölgesel prog-

ramlar ve yayınların çeşitliliğine doymuş, dolayısıyla da her türlü yeniliğe açık yayın politikalarına yönelineceği söylenebilir.

Sanayileşmiş ülkelerde, kitle iletişiminin konformizm (geleneklere bağlılık, tutuculuk) ve durgunluk yarattığı söylenmektedir. Bununla birlikte merkezileşme eğiliminin yaratıcı grupların çeşitliliğini engellemeyeceği de söylenebilir. Toplum, kitlelerin kültüre katılımını dikkate almak zorunadır, ancak bunu bir "kitle kültürü" yaratarak gerçekleştirmek zorunda değildir. Farklı kültürleri uyumlaştırmaya ve birbirlerini tamamlamaya yönelmek zorundadır.

Az gelişmiş ülkelerde, sanayileşmiş ülkelerle aynı gelişim çizgisini izlememiş bir sosyal gerçek söz konusu olduğundan, kitle iletişiminin etkisi daha farklıdır. Daniel Lerner'in çeşitli ortadoğu ülkelerinde yaptığı çalışmalar, kitle iletişim araçlarının ulaştığı insanlardaki artışın, kentleşme, okuma yazma oranı, zihniyet değişimi gibi diğer değişkenlerle paralel gitmekte olduğunu göstermektedir. Diğer bir deyişle bu yazar yeni medyaların, kendini başkasının yerine koyarak düşünme yeteneğini (empatik kişilik) ve özdeşleştirme ve yansıtma olgusunu geliştirdiğinden dolayı, çok etkin olduklarını ileri sürmektedir.

Kitle iletişim araçları, henüz modernleşme aşamasına geçmemiş fakat belirli bir kentleşme ve eğitim düzeyine ulaşmış bir kültürde çok daha etkili olmaktadır.

Modern dünya ile doğrudan ilişkilerin çok zor olduğu az gelişmiş ülkelerde, ilişki, kitle iletişim araçları aracılığı ile sağlanmaktadır. Ancak unutulmaması gereken, bu iletişimin, değiştirilmek istenen zihniyet tarafından anlaşılabilir ve yorumlanabilir olmasıdır.

SONUÇ

Günümüzde kamuoyunun, ülkelerin "karar alma" mekanizmalarına önemli etkisi olduğu gözlemlenmektedir. Kitle iletişim araçlarının, özellikle sanayileşmiş ülkelerde, kamuoyunun oluşmasındaki etkileri gözönüne alındığında, özellikle doğrudan yayım uydularının, uluslararası entegrasyon açısından önemi ortaya çıkmaktadır.

Artan bir hızla gelişen teknolojiye paralel olarak ülkeler arasındaki ekonomik, siyasal ve kültürel ilişkilerin yoğunlaşmasıyla uluslararası organizasyonların, özellikle 20. yüzyıl ortalarından itibaren çoğaldığı gözlemlenmektedir. Avrupa Topulukları gibi, gelişmiş ülkelerin entegrasyon girişimlerinde ise, üye devletlerin ekonomik alanlardaki bazı yetkilerini uluslarüstü bir otoriteye devrettikleri ve giderek siyasal birliğe doğru ilerledikleri görülmektedir.

Ancak bugün hala, ulusal özelliklerin (dil birliği, ortak bir geçmiş, ortak yaşa-

yış biçimi) devletlerin iç bütünlüğünde en önemli dayanaklar oldu ve diğer yandan ise, kitle iletişim araçlarının, toplumun yönelimlerini yaratmaktan çok yansıttığı söylenebilir.

İletişimin hedefe ulaşmasını zorlaştıran etkenler ve kişinin kendi görüşünden farklı iletişime karşı direnme mekanizmalarına rağmen, kitle iletişim araçlarındaki gelişmelerin, uluslararası entegrasyonu olumlu yönde etkileyebileceği ama belirleyici olamayacağı ileri sürülebilir.

DİPNOTLAR

1. Marcel Merle, **Sociologie des Relations Internationales**, Paris,1982, s.453.
2. Hükümetler arası anlaşmalarla oluşturulmayan tüm uluslararası organizasyonlar.
3. Jean Stoetzel, **La Psychologie Sociale**, Paris, 1963, s. 261.
4. Alfred Sauvy, **Kamuoyu**, Çev. Süheyl Gürbaşkan, İstanbul, İstanbul Reklam Yayınları, 1974, s. 8.
5. Mehmet Gönlübol, **Uluslararası Politika**, Ankara, S Yayınları, 1979, s. 223.
6. Francis Balle, **Médias et Société**, Paris, Montchrestien, 1980, s. 386.
7. Jonathan L. Freedman, David O. Sears, J. Merrill Carlsmith, **Sosyal Psikoloji**, Çev. Ali Dönmez, İstanbul, Ara Yayıncılık, 1989, s.294.
8. Jonathan L. Freedman, s. 337.
9. Kaynak: **Rapport de la Commission Internationale d'Etudes des Problèmes de la Communication**, 1980.
10. Jose Freshes, **Kablolu TV**, Çev. Mehmet Selami Şakiroğlu, İstanbul, İletişim yayınları, 1991, s.28.
11. Mesut Önen, "Uydu Yayınları ve Hukuksal Sorunlar", **Devlet Media İlişkileri 10. Seminer Tutanakları**, İstanbul, Hürriyet Ofset, 1988, s. 80.
12. Edward Shils, "Mass Society and It's Culture", Ed. by Norman Jacobs , **Culture for the Millions**, New Jersey, Princeton, 1961, s. 45.
13. Francis Balle, **Médias et Société**, Paris, Montchrestien, 1980, s. 300.
14. Leo Lowenthal, "An Historical Preface to the Popular Culture Debate", **Culture for the Millions**, s. 28.
15. Balle, **Médias et Société**, s. 667.
16. Jean Cazeneuve, **La Société de l'Ubiquité**, Paris, Denoël/Gonthier, 1972, s.173.