

KİTLE İLETİŞİM ALANINDAKİ ÇALIŞMALARDA TEMEL YÖNELİM VE DEĞİŞİMLER

Yrd. Doç. Dr. Merih ZILLIOĞLU*

GİRİŞ

Toplumsal bir olgu olarak kitle iletişiminin, modern toplumlardaki teknolojik yenilik ve gelişmelerden önce varolmasına karşın, bilimsel olduğu kadar ekonomik, siyasal çevrelerin ilgi odağını oluşturması kısa bir geçmişe sahip.

Özgül bir inceleme ve araştırma alanı olarak yaklaşık 60 yıllık bir tarihi olan kitle iletişimi ve araçları bilim dünyasında yoğun tartışmaların kaynağını oluşturuyor. Çünkü, tüm toplumsal/kültürel olgular gibi bilimsel gelişmelerin de dayandığı belli ideolojik temeller ve buna karşılık desteklediği ya da geliştirdiği ideolojiler vardır. Böylece, belli bakış açılarını yansıtan yaklaşımlar, akımlar ve değişik görüşler ortaya çıkar. Bütün bunlar tarihsel süreçte, ilgili oldukları toplumsal/kültürel koşullar içinde değerlendirildiklerinde anlam kazanırlar. Bu nedenle, bilimsel çalışmalarda kaydedilen gelişmeler, tartışılan konu ve sorunlar yalnızca bir birikim ve karşılıklı etkileşim sonucu olarak ele alınmazlar.

Bu bağlamda, bu çalışmanın amacı kitle iletişim alanında bilimsel olarak nereden nerelere yönelindiğini, temel yaklaşımlar, akım-

(*) Anadolu Üniversitesi, İ.İ.B.F.

lar ve üzerinde durulan sorunlar açısından kısaca gözden geçirmek ve bunu yaparken bu gelişmelerin tarihsel toplumsal koşullar ve sorunlarla genel bir ilişkisini kurmaya çalışmaktır.

BAŞLANGIÇTAKİ YOL AYRIMI

Konuya, «neden 'kitle' iletişim araçları adı?» sorusuyla başlanabilir. Toplumsal iletişimde rol oynayan kitap, gazete, dergi, sinema, radyo ve televizyon v.b. gibi, özellikleriyle birbirlerinden çok farklı iletişim araçlarının neden «kitle» sözcüğü ile tanımlandıklarına kısaca değinmek, alana ve alandaki sorunlara başlangıçtaki yaklaşımın belirlenmesi açısından önemli. XIX. yüzyıldan günümüze gelerek çeşitlenen iletişim araçlarının bir bölümünün kitle iletişim araçları (mass media) adıyla birlikte sınıflandırılıp anılmalarının temelinde, yine geçen yüzyıldan günümüze kadar geliştirilen toplum kuramlarının birçoğunun dayandığı bir toplum anlayışı bulunur. Sanayileşme ve onun uzantısı olan 2. Kent Devrimi'nin siyasal, ekonomik ve toplumsal ilişkiler düzlemlerinde değerlendirmesini yapan toplum bilimcilerin «kitleleşen» toplumları bir olgu olarak benimsemeleri, modern toplumu kitle toplumu olarak ele alma anlayışını geliştirmiştir. Genelde bu anlayış, Sanayi Devrimi'nin toplumsal mekânda, zamanda ve ilişkilerde yarattığı değişikliklerin insanları geleneksel ilişkilerinden, değerlerinden kopardığı, yabancılaştırdığı ve kitle içinde yalnızlaştırarak anomi durumuna soktuğu biçimindedir. Kitle iletişim araçları ise, böylesi betimlenen modern toplumlarda bireyi/kitleyi toplumsal sisteme ve onu yönlendirenlere bağlamaktadırlar.

Kısaca, iletişim araçlarının neden «kitle» sözcüğü ile tanımlandığı sorusu, olumlu ve olumsuz değerlendirmeleriyle kitle toplumu paradigması ile karşılık bulmaktadır. Böylece, kitle iletişim araçları tanımlaması, kullanımının başlangıcında varsayılmış bir dizi toplumsal/kültürel süreç, ilişki ve durumu da yansıtmakta, kitle sözcüğü bu araçlar karşısında yaşa, cinsiyete, sınıfsal konuma, etnik kökene v.b. değişkenlere göre farklılaşmayan edilgen bir alıcılar/izleyiciler çoğunluk grubuna gönderme yapmaktadır. Bennett (1988:31), böylesi bir -izleyici- kitle anlayışının ileti üretiminin seçkinlerin elinde olduğu ve bu araçların bu seçkinler ve kitle arasında iletişim sağladığı görüşünü içerdiğini, ancak günümüzdeki kullanımında başlangıçtaki bu yananlamdan çok, alışkanlığın/dile yerleşmişliğin etkin olduğunu

belirtir. Bu yargının geçerliliği ise, alanda geliştirilen yaklaşımların değişim sürecinde tartışılabilir.

1. Dünya Savaşı süresince ve iki savaş arasında propagandadaki işlevleri dikkati çeken kitle iletişim araçları ile ilgili öncü incelemelerin 1930'ların sonlarına kadar genelde ortak hareket noktası, yazılı basın, sinema ve radyonun çok etkin oldukları, seçmenler ve tüketiciler olarak izleyicilerin tutum ve davranışlarını istendik yönde değiştirebilecekleri inancıydı (Curran ve diğerleri 1988:11). Tchakotine 1939'da yayınlanan **Le Viol des Foules par la Propagande Politique** adlı yapıtında (Bkz. Caseneuve 1970:137) propagandanın etkinlik koşullarını incelemiş ve iki savaş arasında Almanya'da güçlenen nazizmin bundan yararlanmayı bildiğini vurgulamıştı. Savaş sırasında Goebbels'in radyo konuşmaları onun görüşlerini doğrular nitelikte olmuştu. Benzer gözlemler savaş sırasında ilginin kitle iletişim araçlarına, özellikle radyoya daha çok yönelmesinde etkin oldu. Avrupa'da faşizmin tırmanmasından ve nazizmin şiddetinden kaçarak A.B.D.'ne göç eden toplum bilimciler tarafından yapılan çalışmalar da radyonun naziler tarafından propaganda amacıyla kullanımından etkilenmiştir.

Soruna giderek güncellik ve önem kazandıran savaş öncesi ve savaş ortamı, alanla ilgili deneysel araştırmaları da özendirmiştir. Böylece, 1930'ların sonlarından başlayarak kitle iletişimi ve araçları konusundaki görüşler arasında bir yol ayrımı da belirginleşmiştir. Alanın tarihçesini inceleyenlerin kabul ettikleri sınıflamalardan birine göre «deneysel» akım ve «eleştirel» akım içinde yer alan çalışma ve araştırmaları sürdürenler konuya genel yaklaşımlarında, sorun ve amaç belirlemede, ortak kavramlara yükledikleri anlamlarda değişik ve çoğu kez karşıt yolları izlemişlerdir*.

Aynı tarihsel bağlamda, totaliter rejimlerin toplumu yönlendirmek ve denetlemek için güçlü bir silaha sahip olduğu gözlemi ile yola çıkan ve soğuk savaş döneminde gelişen bu iki akım «... kitle iletişim araçları gerçeğinin iki ayrı okunuşuyla (...) kitle iletişimin-

(*) Bu iki akımı yöntem açısından kesin çizgilerle ayırmak olası değil. Her ne kadar «eleştirel akım» temsilcileri daha çok Avrupa toplum felsefesi geleneğinin uzantısı olarak spekülâtif yönetime ağırlık vermişlerse de, bu onların deneysel araştırmalara hiç yönelmedikleri anlamına gelmemektedir. Örneğin Frankfurt okulu temsilcileri kuramın önceliğini kabul etmekle birlikte, deneysel araştırmalardan da uzak kalmamışlardır (Bkz. Jay 1977: 253-287).

de çalışma alanını 50'li yılların sonuna kadar baskın biçimde yapılandırmış...» (Breton ve Proulx, 1989:134) ve birbirlerine karşıt iki geleneği oluşturmuşlardır.

Bu iki gelenek A.B.D. ve Avrupa kökenli toplumbilimsel yaklaşımlar arasındaki ayrıma uygun düşmektedir. Kitle iletişimi alanında yapılan ilk davranışsal sosyo-psikolojik «deneysel» çalışmalar sonraları yapısal görevselci Amerikan toplumbilimi ile bütünleşirken, «eleştirel» okulun temsilcileri klasik Avrupa toplumbiliminin kuramsal ve marksist eleştiri geleneğini izlemişlerdir. Merton, **Social Theory and Social Structure**'de (1949 aktaran Mattelart A. ve M.1986 :64) bunu iki ayrı dünya görüşünün uzantısı olarak değerlendirir: «Kuzey Amerika'nının gözlemlediği yerde, Avrupa'lı düşler. Kuzey Amerika'lı kısa dönemi inceler, Avrupa'lı uzun dönem için spekülasyon yapar». Açıklama yanlı olmakla birlikte, ayrımın dünya görüşleri ayrımına bağlanması geçerli sayılabilir.

Başlangıçta, kitle toplumu anlayışında görünürdeki benzerliklerine karşın, iki akımın temsilcileri özde, bu arada Batı demokrasilerini değerlendirmede de ayrılırlar. «Deneysel» akım ile «eleştirel» akımın arasındaki temel ayrım bir yöntem sorunu değil, demokratik toplum tasarımı ve kitle iletişim araçlarının böylesi bir toplumdaki işlevleri konusundadır. Lazarsfeld gibi «deneysel» akımın öncüleri için sorun, kitle iletişim araçlarının A.B.D. gibi demokratik olduğu varsayılan bir toplum içindeki yerlerini belirleme ve sistemle bütünleşmeleri sorunudur. Bu araçlar-şiddet ögesi taşıyan imgelerle şiddete özendirme gibi -içerik açısından bazı olumsuz etkileriyle endişe verici görülseler bile, çoğulcu demokratik yaşamın temel bir ögesi olarak değerlendirilirler.

Oysa, karşıt görüşü paylaşanlar açısından kitle iletişim araçları toplumlarda varolan siyasal, ekonomik ilişkileri ve egemen ideolojiyi yeniden üretip yaymada rol oynarlar. Bu nedenle, bu araçların gerçek bir demokratik siyasal toplumsallaşma sürecinin yaşanmasında kendiliğinden olumlu katkıda buldukları düşünülmez. Örneğin, 1940'lı ve 1950'li yıllarda eleştirel akımın ünlü temsilcisi Frankfurt Okulu'nun Horkheimer, Adorno gibi üyeleri için, A.B.D. gibi demokratik görüşlü toplumlarda bile kitle iletişim araçlarının kitle kültürünü yeniden üretip yayarlar «incelikli ve etkili» bir siyasal baskı ve yönlendirme aracı olarak işlev gördükleri kesindir. (Bkz. Jay. 1977:248-249). Kısaca, «... iki akım arasındaki karşıtlık Batı demokrasisi modelinin yorumunda olduğu kadar, iletişim araçlarının (bu modelde) oy-

nayabilecekleri rolün incelenmesinden kaynaklanmaktaydı ve halâ da bundan kaynaklanmaktadır» (Missika ve Wolton 1983:189).

Ordunun, yayın kuruluşlarının, reklam sektörünün mali yönden destekledikleri deneysel araştırmalar* öncelikle -kamuoyunun oluşumu açısından- siyasal ve -reklamcılık açısından- ekonomik konular olmak üzere kuruluşların ya da kamuoyunun ilgisine göre belirlenen ırkçılık, şiddet v.b. değişik konulara yönelir. Kitle iletişim araçlarının izleyici/alıcı üzerinde tam etkili olduğu denencesiyle sürdürülen bu araştırmalarından elde edilen bulguların etkinin çok az ya da sınırlı olduğunu ortaya koyması ise düş kırıklığına yol açar.

1960'a gelindiğinde, geçmişteki araştırmaların değerlendirilmesi, kitle iletişim araçlarının izleyici üzerindeki etkilerin yeterli ve zorunlu nedeni olmadığı ve daha çok varolan normaları güçlendirme yönünde işlev gördükleri biçiminde yapılır (Klapper 1960, Bkz. Brown 1983:36,37). Ayrıca «... dikkati kitle iletişim araçlarının insanlara «ne» yaptıklarından çok, insanların bu araçlardan ne yaptıkları üzerinde yoğunlaştırmak gerekir» (Katz 1959 aktaran Caseneuve 1970: 50) önermesi de daha etkin bir izleyici anlayışını yansıtır.

Kitle iletişiminde, kişiler arası iletişimin ve grup normlarının önceliğinin ve belirleyiciliğinin keşfi, deneysel akım açısından edilgen kitle ve izleyici birey tezinin sarsılması, kesin ve tam güçlü kitle iletişim araçları mitosunun yıkılmasıdır. 1950'lerin sonuna kadar, yirmi yıl boyunca kısa süredeki tutumsal ve davranışsal etkileri ölçmeye yönelik sosyal-psikolojik bu araştırmalar toplumsal ve psikolojik etkilerin hemen ve kesin olduğuna ilişkin önyargıların temelsizliğini ortaya koymuştur. 1960'tan sonra etki araştırmalarını sürdürenler bu birikimin sonuçlarını göz önüne aldılar**.

Deneysel akımın karşıtı olarak gelişen eleştirel akım kitle iletişimini toplumsal rolü ve sonuçları açısından inceler ve -genelde

(*) Özellikle savaş döneminde kitle iletişim araçlarının propagandadaki etkinliği gibi stratejik öneme sahip bir konuya ordunun ilgisiz kalması beklenemezdi. Kuruluşların siparişi ile yapılan bu tür araştırmaları Lazarsfeld «idari» araştırmalar olarak nitelendirir.

(**) 60'a kadar sürdürülen araştırmaların ortaya koyduğu: izleyicilerin seçici izleme ve algılama tavırları; kitle iletişiminin iki aşamalı işleyişi ve kanaat önderlerinin etkinliği ve kitle iletişiminin daha çok varolan değerleri pekiştirme yönündeki işlevi ile ilgili olarak Bkz. Erdoğan ve Alemdar (1990) Janowitz (1968).

olumsuz- değerlendirir. Kitle toplumu anlayışında temel hareket noktalarından biri, ekonomik ve siyasal sistemlerin kitle iletişimine ve araçlarına da egemen olmasıdır. Demokrasi, siyaset ve kitle iletişim araçları arasındaki ilişkileri sorgularken kitle iletişim araçlarının bu iki sisteme bağımlılığını ve kitleleri bağımlı kılmadaki rollerini ortaya çıkarmaya çalışır. Marksist eleştiriyi temel almakla birlikte, bu akım içinde yer alan tüm görüşler ekonomik çözümleme ve sınıfsal bakış açısı* ile sınırlı değildir.

Kitle iletişimde üretim ilişkileri yerine kültürel çözümlemeyi temel alan bir yaklaşım geliştiren Frankfurt Okulu, demokratik olmadığı için eleştirdiği kitle kültürünün gelişmesinde kültür endüstrilerinin (kitle iletişim araçlarının) standartlaştırıcı etkisi ve bunun da kitleyi bağımlı kılmadaki rolü üzerinde durur. Örneğin, Adorno radyonun müzikte standartlaşmayı nasıl gerçekleştirdiğinden söz ederken, bu durumun kapitalist olmayan sistemler için de geçerli olduğunu, teknik eşbiçimlemenin (uniformisation) merkezi yönetime yol açtığını belirtir (Bkz. Jay 1977:225). Horkheimer ise, sinema için «... değişik görünümleri içinde, insanı gerçekliğinden, yaşadığı zamandan koparır. Bu, biyografilerin kahramanları için olduğu kadar kitleler için de geçerlidir» der (aktaran Jay 1977:246). Kısaca, kitle iletişim araçlarının destekleyip yaydığı, benimsettiği kitle kültürü aldatici bir tüketim eşitliği ardında aşıldığı konformizmle «tek boyutlu insan» (Marcuse 1975) yaratmaktadır ve onun yönlendirilmesini kolaylaştırılmaktadır.

Temel ideolojik ayrılıklarına karşın deneysel ve eleştirel akımların temsilcilerinin belli bir süre ortak noktası kitle iletişim araçlarının tam ve kesin gücü mitosunu benimsemiş olmalarıdır. Bu araçların mutlak gücüne inanış, birinciler açısından «... geniş izleyici topluluklarının ilgisinin çekilmesi ya da görüş ve davranışlarının etkilenmesi gibi belirlenmiş amaçları sağlama yeteneği...» (McQuail 1983:46) anlamında «etkililik», ikinciler için toplumsal boyutta manipülasyon biçiminde ayrı yaklaşımlarla da olsa, kaynak ve ileti karşısında edilgen bir izleyici varsayımına dayanır. Bu durum, birbirine karşıt iki akımın tek yönlü ve güçlü bir iletişim anlayışında** buluş-

(*). Örneğin, Frankfurt Okulu'ndan Habermas kitle iletişimde varsaydığı iletişim blokaajlarını, sınıflar arası güç ilişkilerinden de öte, modern toplum yapısının bir sonucu olarak değerlendirmektedir (Bkz. Oskay 1982:261).

(**) Kuşkusuz bu noktadaki temel ayrımlarını gözardı etmemek gerekiyor. Deneysel akımın tersine, eleştirel yaklaşımda iletişim süreci kaynak ileti ve alıcı

maları sayılabilir ve demokratik toplum anlayışlarındaki farktan ötürü deneysel akımın yatay, eleştirel akımın düşey bir modele göre değerlendirme yaptıkları söylenebilir. Ancak, 1950'lerin sonuna kadar yapılan etki araştırmalarının beklenen sonucu vermemesi deneysel akımda bu anlayış açısından belli bir değişime yol açmıştır.

Başlangıcından itibaren yaklaşık yirmi yıl süresince yapılan deneysel araştırmaların «hiç/sınırlı etki» sonuçları neden bu alandaki ideolojik tartışmaların sonunu getirmemiş, bu araştırmaların bulguları neden eleştirel akımın soyut manipülasyon tezine somut bir karşıt yanıt oluşturamamıştır? Bu sorunun karşılığı her iki akımın yaklaşımlarındaki uzlaşmaz noktalarda bulunmaktadır. Toplum felsefelerinde ve Avrupa toplumbiliminde geliştirilen büyük boy kuramların, toplumları ve kültürleri ve değişmelerini açıklamada sahip oldukları tarihsel/evrensel bakış açısıyla, diyalektik ve marksist düşüncüyü temel alarak geliştiren eleştirel yaklaşımda benimsenen egemen ideolojinin ve ilişkilerin yeniden üretilmesiyle ilgili bir manipülasyon anlayışını, kitle iletişim araçlarının bireysel tutum ve davranışlar üzerinde kısa dönemdeki etkilerini araştıran çalışmaların sonuçları ile değerlendirmek olası değildir.

Böylece, her iki gelenek de 1960'lara kadar, manipülasyon anlayışına dayanan kuramsal eleştirilerin yinelenmesi ya da bu araçların toplumsal etkilerini kavramaya olanak vermeyen araştırmaların yapılması biçiminde sürdürülmüştür. Bu tarihten sonra her iki akımda da eski çizgileri izleyenlerin yanında yeni yönelimleri benimseyenler kitle iletişimi alanında yeni bir dönemi başlatmışlardır.

Bu yeni dönemi belirleyen yaklaşımlar ve çalışmalar önceki çalışmaların birikimiyle olduğu kadar, savaş sonrasında oluşan yeni dünya düzeninde ve kapitalist sanayi toplumlarında gözlenen değişmelerle de ilgilidir.

SANAYİ SONRASI TOPLUM VE KİTLE İLETİŞİMİNDE YENİ YÖNELİMLER

2. Dünya Savaşı sonrasında kapitalist sanayi ülkelerinde yeni bir toplumsal sürecin yaşanmaya başladığı gözlenir. Daniel Bell gibi

arasında yalın bir çizgisel nedensellik bağı çerçevesinde ele alınmaz. Kitle iletişimi toplumsal sistemin ayrılmaz bir parçası olarak değerlendirilir ve kitle iletişim sürecinin işleyişi diğer toplumsal süreçlerin işleyişine koşut sayılır (Erdoğan ve Alemdar 1990: 222-223).

toplum bilimciler bu süreçten etkilenen toplumlari sanayi sonrası toplumlar olarak tanımlarlar. Hizmetler sektörünün sanayi sektörünün önüne geçmesi, ileri ve sürekli yenilenen bir teknoloji, ekonomik değişme ve «gelişmenin» ivme kazanması, dış pazarların genişlemesiyle sağlanan gelir artışına bağlı olarak toplum içinde - mal ve hizmet tüketimi olanaklarıyla özdeşleştirilen- görel bir refahın yaygınlaşması sanayi ötesi toplumu belirlediği varsayılan ölçütlerdendir.

Armand ve Michèle Mattelart (1986:74-79) kavramı içerik açısından iki aşamada değerlendirirler. 1950'lerin sonunda ortaya atılan bu kavram Batı dünyasının 1970'lerde yaşadığı ekonomik krize kadar, teknokratik bürokrasilerin merkezi yönetiminde ve denetiminde sürekli ilerlemenin, hızlı ekonomik büyümenin ve gelirlerde sürekli artışın gerçekleştiği bir bolluk toplumunu tanımlamak için kullanılır. Bu içeriği ile ilk ve tipik örneğini oluşturan A.B.D.'de ortaya atılan kavram krizden sonra Avrupa ve Üçüncü Dünya ülkelerinin de katıldığı bir tartışma ortamında içerik değiştirir. Toplumsal/kültürel gelişmelerle birlikte Avrupa kökenli eleştiri geleneğinin de getirdiği sorgulamalar sonucu, merkezîyetçilik yerini ademi merkezîyetçiliğe, mal varlığı ve tüketimle özdeşleşen mutluluk tanımı yerini nitelikli yaşam anlayışına, çalışma-dinlenme/eğlenme ikilisi yerini çalışma-yaratıcılık ikilisine bırakır. İleri sanayi ülkelerinininkine alternatif ekonomik modellerin geliştirildiği, temsili demokrasi yerine doğrudan demokrasi biçimlerinin önerildiği bu dönemde, kavram yönetilenlerin varlığını ve çeşitliliğini de gözönüne alarak kullanılmaya başlamıştır. Böylece, kavramın içeriği değişmiş eskisinden geriye «... yalnızca hizmetler sektörüne dayalı toplum (sonradan enformasyon ya da iletişim toplumuna dönüşmüştür) düşüncesi ve teknolojik gelişmenin ve uluslararası karşılıklı bağımlılığın kaçınılmazlığına inanç kalmıştır» (Mattelart A. ve M. 1986:75).

2. Dünya Savaşı sonrasında, kapitalist ülkeler içinde sanayi sonrası topluma geçiş süreci olarak tanımlanan değişimleri en önce yaşanan A.B.D.'de toplumu, öğelerinin uyumlu ve karşılıklı görevlerinin oluşturduğu dengeli bir sistem olarak ele alan yapısal görevselci yaklaşımın ve ideolojisinin* kitle iletişimi konusunda da etkin olması doğaldır. İki dünya savaşını kendi topraklarında yaşamamış olan ve bu savaşlara ordularıyla katılan A.B.D. Batı dünyası içinde savaş

(*) Yapısalci-Görevselci yaklaşımın belli başlı temsilcileriyle birlikte ayrıntılı açıklaması ve eleştirisi için Bkz. Kongar (1979: 165-198) ve Tolan (1983: 44-94).

öncesinin ve savaş durumunun sorunlarını ve olumsuz sonuçlarını toplumsal ve ekonomik düzeyde en az hissetmiş olan ülkedir. Bu nedenle, İkinci Dünya Savaşı sonrasında kurulan yeni dünya düzeninde üstlendiği «hür dünya» liderliğinde geliştirdiği ekonomik, askeri ve siyasal gücünün Amerikan toplumuna sağladığı olanaklar ve Soğuk Savaş döneminde toplumun varlığına yönelik olarak algılanan dış tehdit, ortak değerlerde bütünleşmiş bir toplum imgesinin geliştirilmesini kolaylaştırıyordu. Bu bağlamda, 1960'lara kadar uzanan dönemde kitle iletişim araçlarında yürütülen reklam ve siyasal kampanyaların «sonuçlarını» ölçmeye yönelik araştırmaların genelde bireyin ve onun davranışlarını odak alan «etkililik» araştırmaları olması da aykırı değildi. Üstelik, ilgi konusunun asıl olarak reklamlar ve siyasal kampanyalar olması da ekonomik gelişmede, tüketim gücünde ve demokraside kendini en ileri aşamada değerlendiren bir topluma uygun düşüyordu*. Ayrıca, tüm toplumsal nitelikli araştırmalara olduğu gibi kitle iletişim araştırmalarına da yansıyan niceli üstün tutma anlayışının, savaş sonrasında gelişen yeni teknolojilerle birlikte etkinliği artan mühendisin ve fizikçinin benimsediği »... sayısal tekniklerden hareketle geleceğe doğrusal yansıtma yapan nesnel yöntemlere ...» (Mattelart A. ve M. 1986:75), başka deyişle teknokrat mantığına da uygun düştüğü söylenebilir.

Kitle iletişiminin makro düzeyde, ekonomik ve siyasal boyutları içinde ele alındığı eleştirel akımda 1960'lara kadar olan dönemde kitle iletişim araçları konusunda iki temel görüşten söz edilebilir. Marksist kuramda ve onun izleyicilerinde kitle iletişimi ve araçları, üretim araçlarına sahip olanların, düşüncelerin üretiminde de egemen olmaları ve kapitalist üretim biçimini sürdürmede bu araçlardan bir denetim biçimi olarak yararlanması bağlamında ele alınır (Erdoğan ve Alemdar 1990:186). İkinci görüş ise, Frankfurt Okulu'nda geliştirilen görüştür. Bu okulun kurucuları, diyalektik yaklaşımın ve marksist kuramın etkisinde kapitalist toplumlarda kitle iletişim araçlarının kitle kültürünü yeniden üretmedeki etkisi rolü üzerinde durmuşlardır. Kültür endüstrileri bağlamında ele aldıkları kitle iletişiminde teknolojik ussallığın etken olduğunu kabul ederler. Başka deyişle, kültür

(*) Kuşkusuz deneysel akım yalnız A.B.D.'deki temsilcileri ile sınırlı tutulamaz, bu akımı izleyen, ideolojisini paylayan pekçok Avrupa'lı araştırmacı da vardır. Ancak akımın temeli ve gelişmesi A.B.D.'deki toplumsal ve bilimsel gelişmelerle yakından ilgilidir. Başka deyişle, akıma damga vuran ve yayılma odağını oluşturan A.B.D.'deki bilimsel çalışmalar olmuştur.

endüstrilerinin ürünlerinin üretim ve dağıtımında da, kapitalist sistemi ve onun ideolojisini de belirleyen teknolojik ussalık rol oynamaktadır. Üretim ilişkileri yerine teknolojik ussalık üzerinde durulması ve araçların mülkiyetinin egemen sınıflardan alınmasıyla toplumsal denetim ve baskının sona ereceği konusundaki kuşkuları, Frankfurt Okulu ile ortodoks marksistlerin yollarını ayırır. Frankfurt Okulu'nun üyelerinin yaklaşımlarında, faşist totaliter rejimlerin deneyi, 1917 Devrimi'nin Batı Avrupa'ya yayılamaması ve Stalin dönemi uygulamaları, 2. Dünya Savaşı sonrasında Batı dünyasında görece bir siyasal denge durumunun oluşması gibi üç tarihsel olgu etkili olmuştur (Bennett 1988:42). Kısaca, Frankfurt Okulu'nun görüşleri marksist kuramın geliştirildiği dönemden değişik bir tarihsel/kültürel ortamın ürünüdür.

Eleştirel akımın temelleri Batı Avrupa toplumlarının tarihsel ve bilimsel gelişme süreçlerine dayanır. A.B.D.'nin görece kısa geçmişine karşılık çok uzun bir tarihi olan Avrupa toplumlarının belleğinde ekonomik temeli-din, mezhep, ulus ve sınıf kavga ve savaşlarının, yakın geçmişte en önemlileri Sanayi ve 1789 Fransız devrimleri olan birçok kökten değişimin izleri bulunur. Bu nedenle, özellikle Sanayi Devrimi'nden beri sonuçları hissedilir ve sürekliliği gözlenebilir olan toplumsal/kültürel değişim ile ilgili zengin bir tartışma birikimi vardır. Buna yüzyılımızda, iki büyük savaşın öncesinde ve süresince, ekonomik çıkarların gerek ulusal gerekse uluslararası düzeyde yol açtığı olumsuz sonuçların, kıtanın siyasal haritasının birkaç kez değişmesinin gözlemi de eklenir. Ayrıca, kapitalizmin yayılması ve gelişmesi kadar sosyalizmin de alternatif bir uygulama olarak gelişmesi ve İkinci Dünya Savaşı'ndan hemen sonra Doğu ve Batı blokları olarak ortaya çıkan siyasal, ekonomik ve ideolojik kutuplaşma tartışmaya yeni boyutlar katmıştır. Bu bağlamda eleştirel akımda kitle iletişim araçları, ister Frankfurt Okulu kurucularının ileri sürmüş oldukları gibi teknolojinin mantığının bir gereği olarak, ister ekonomik gücü elinde tutanların çıkarlarını kollamak için olsun, egemen ilişkilerin ve ideolojinin hizmetinde bir manipulasyon aracı olarak görülürler.

60'lı yıllar 2. Dünya Savaşı sonrasında kurulan dünya düzeninin etkilerinin tüm toplumlarda belirgin olarak hissedilmeye başlandığı dönemdir. Avrupa'daki tüm toplumlar gibi kapitalist toplumlar da, toplumsal yaşamın her alanında doğrudan etkilendikleri bir savaşın olumsuz sonuçlarıyla uğraştılar. Amerika'nın parasal ve teknolojik katkılarıyla düzeltmeye çalıştıkları ekonomik yaşamın olumlu etki-

lerini, özellikle Federal Almanya, Fransa ve İngiltere gibi savaş öncesinde sanayileşmiş olan ülkeler, ancak 60'lara doğru hissetmeye başladılar. Başka deyişle, sanayi sonrası toplumun niteliklerine sahip olmaya başlamaları A.B.D.'den sonradır. Atlantığın iki yakasında yaşanan bu sürecin bütünleşmesi ve Doğu Blokunda ve Üçüncü Dünya ülkelerinde ortaya çıkan gelişmeler Batı Dünyasında yeni toplumsal olguların ve tartışmaların zeminini oluşturmuştur.

Bu gelişmelerin kitle iletişimi alanındaki çalışmalara yansımaları kaçınılmazdı. Örneğin Klapper'in, kitle iletişim araçlarının daha çok varolan normları güçlendirme yönünde işlev gördükleri biçiminde önermesinin A.B.D.'de 60'lı yılların ikinci yarısına kadar yaygın olan bir kanıyı yansıttığı söylenebilir. Missika ve Wolton (1983:197) bu görüşü benimseyen çözümlerinin A.B.D.'deki toplumsal gelişmelere denk düştüğüne işaret ederler. 60'lı yılların başında A.B.D.'de ortak değerlerde bütünleşmiş bir toplum görüşü egemenliğini sürdürmektedir. Bu nedenle, kitle iletişim araçlarının toplumsal değerlerdeki biricinstenliği yansıttığına inanılır. Oysa, 60'lı yılların ikinci yarısında toplumu sarsan ırkçılık karşıtı gösteriler, Vietnam Savaşı'na yönelik tepkiler ve gençlik eylemleri, marjinal sayılan grupların varlıklarının eylem ve görüşleriyle -özellikle televizyonda- gözönüne ve dile getirilmesi olur. Demokratik toplumun göstergesi de sayılsa bu durum bu araçların bütünleştirici rolüne ilişkin inancın sorgulanmasına neden olur.

Özellikle, 60'lı yıllardan sonra sürdürülen çalışmalar, önceki dönemi belirleyen yaklaşımların kavramsal sınırlılıklarını, yöntemsel sorunlarını gözlemleyip, eleştiren, bazıları öncekileri, bazıları da yeni yaklaşımları geliştiren çalışmalar olmuştur. Deneysel akımı izleyen bazı araştırmacılar kitle iletişim araçlarının toplumsal işlevleri ve/veya bireylerde karşıladıkları psikolojik gereksinimler üzerinde yoğunlaşır ve kitle iletişiminde kişiler arası ilişkileri inceleyen araştırma modellerini geliştirirken, başka araştırmacılar da bu araçları teknik, simgesel ve sosyo-politik boyutlarda başka türlü düşünme biçimini yansıtan yeni yönelimleri belirlemiştirler (Breton ve Proulx 1989:163). Bu gelişmelerde alanın içindeki tartışma ve etkileşimler kadar, A.B.D.'de ve Batı Avrupa'da ulusal toplum düzeyinde ve uluslararası ilişkilerde yaşanan görece refah ve buhran dönemleri etkili olmuştur.

ARAÇ MI? / İLETİ Mİ?

Kitle iletişimini teknoloji/araç boyutunda ele alan yönelim, iletişim teknolojisinin odak noktası alan bir bakış açısını yansıtır. Bu yönelimin ilk temsilcisi Innis'e göre tarihsel süreçte «... her şeyi yapan iletişim teknolojisidir (...). İnsan sadece bu teknolojinin edilgen üyesidir» (aktaran Erdoğan ve Alemdar 1990:155). Başka deyişle, toplumsal/kültürel oluş ve değişimde belirleyici etken iletişim aracıdır. Innis'in öncülüğüne karşın iletişimde teknolojik belirleyicilik görüşüyle tanınan daha çok McLuhan olmuştur. Innis iletişim teknolojisinin toplumsal/kültürel örgütlenmeleri biçimlediğini ve değiştirdiğini ileri sürer, oysa McLuhan bu teknolojinin insanın duyuları ve düşünceleri üzerindeki etkisini temel alır.

McLuhan 1964'de «araç iletidir» derken (1977:25) herbirinin özgül nitelik ve etkileriyle tüm araçların, bu arada kitle iletişim araçlarının da insanın organlarının ve duyularının uzantıları olarak*, onun algılama ve düşünme biçimini belirlediğini ileri sürer. Ona göre, iletişimde «ne söylendiği» değil «neyle/nasıl söylendiği» önemlidir. Örneğin, kitabın basım teknikleriyle çoğaltılabilmesi, aktardığı içerik ne olursa olsun, tekniğin yapısından kaynaklanan bir sistemleştirmeye yol açar. Bu ise, bakış açısını psikolojik olarak yoğunlaştırır ve mekanın görsel, eşbiçimli ve sürekli olduğu izlenimini yaratır. Ulusculuk, sanayiye yönelme, okur yazarlığın artışı ise toplumsal düzeyde belirlediği gelişmelerden bazılarıdır (1977:201). McLuhan'ın iletişim tekniklerinin gelişmesini tarihsel süreçte incelerken teknolojiyi bağımsız değişken, insan düşüncesini ve toplumsal/kültürel etkenleri bağımlı değişken olarak değerlendirmesi kuşkusuz kabul edilebilir değildir. Bununla birlikte, görüşlerinin -bilim çevreleri dışında ilgi görmesi, bunların sanayi sonrası toplumun özellikle ilk aşamasındaki toplumsal ilerleme ve refahı teknolojik ve ekonomik gelişme ile özdeşleştiren teknolojik iyimserliğe denk düşmesiyle ve bu görüşlerden kendilerine pay çıkaran teknokrat kesimin ve belli çıkar çevrelerinin işine gelmesiyle açıklanabilir. Nitekim McLuhan'ı «... Ford, ABC, CBS, NBC, CBC ve benzerleri araç olarak (...) kullandı-

(*) Mc Luhan bu tezini geliştirmeden 30 yıl kadar önce Horkheimer ona önceden yanıt verir gibi «aracın insan uzvunun bir uzantısı olduğunu önermesi tersine çevrilebilir ve uzvun aracın uzantısı olduğu söylenebilir» demiştir (aktaran Jay 1977: 102).

lar, çünkü McLuhan araç olarak çıkarlarına uygun iletiler taşıyordu» (Erdoğan ve Alemdar 1990:157).

Bununla birlikte tezinin, haklılıkla eleştirilen abartma, indirgeyicilik ve tarihi çarpıtma gibi yönlerine karşın, iletişimde aracın rolünün sorgulanması ve teknolojik yeniliğin insan düşüncesinde ve toplumsal/kültürel sistemde etkileyici bir değişken olarak gözönüne alınması açısından tartışmalara kaynaklık etmesi, alana katkısı olmuştur.

McLuhan'ın tezinin olumlu ve olumsuz yankılar yarattığı 60'lı yılların başında yapısalcı yaklaşım bir çok toplumsal ve beşeri bilim alanını etkilemeye başlamış ve etkileri uzun süreli olmuştur. Bu arada yapısal dilbilimin etkisiyle gelişen göstergebilimsel çalışmalar da iletişimin «simgesel» boyutu üzerinde odaklaşan yönelimi belirlemiştir. Bu yönelimde «neyin söylendiği» inceleme konusudur.

Fransa'da CECMAS*'ın bünyesinde Barthes'in öncülüğünü yaptığı göstergebilimsel çalışmalar «kültürel olguların simgesel statüsünü» inceler. Bu merkezin amacı kurucusu Friedman'a göre «görsel işitsel araçların önemini değerlendirilmesi ayrıcalığını Amerika'lılara bırakmamak ve Berelson Okulunun ilk modellerini sunduğu içerik çözümlenmelerini geliştirmektir» (aktaran Mattelart A. ve M. 1986: 38).

Gerçekten de, neyin söylendiği konusu çok daha önce A.B.D.'de ele alınmış, 1920'lerde yazılı basın için uygulanmaya başlayan içerik çözümlenmeleri giderek geliştirilmiştir. Kitle iletişimi ve araçları konusunda Amerikan okullarına ve bireyi toplumsal yapıdan bağımsız olarak ele alan psikolojizme bir tepki olarak değerlendirilebilecek göstergebilimsel çalışmalarda ise içerik çözümlenmelerinden çok farklı bir yöntem izlenmiştir. Niceliksel ve betimsel içerik çözümlenmelerinin sınırlılıkları «... söylemin, öykünün, imgenin çözümlenmesi ve en sonunda da mitin ve ideolojinin işleyişinin incelenmesi ...» (Bretton ve Proulx 1989:169) ile aşılmıştır.

(*) **CESMAS** (Kitle İletişim Araştırmaları Merkezi) Georges Friedmann'ın öncülüğünde 1960'da, bir bütün olarak toplumla kitle iletişimi arasındaki ilişkileri araştırmak amacıyla kurulmuştur. 1974'de merkezin adı CETSAS (Sosyolojik, Antropolojik Semiolojik Disiplinler ötesi Araştırmalar Merkezi) olarak değiştirilirken göstergebilimin kazandığı önem de vurgulanmaktaydı. Oysa 1979'da «semioloji» yerini «politik»e bırakır ve CETSAP CECMAS'ın yerini alır (Bkz. Mattelart A. ve 1986: 37-41).

Metnin/iletinin okunmasını temel alan göstergebilimin üzerinde durduğu metnin düzenlamı değil, yananlamıdır. Bu anlam metni oluşturan öğelerin birbirleriyle olan ilişkilerinde (metnin yapısında) belirlenmektedir. Böylece, göstergebilimsel çalışmalarda art zamanlı (diachronique) çözümlmeyi geçersiz/anlamsız bulan yapısalcı bir yaklaşımla, metnin tarihsel/kültürel bağlamı gözönüne alınmadığı gibi, genellikle kaynak ile alıcıya da yer verilmiyor, onların doğası konusunda tartışma getirilmiyordu. «Sıradan alıcının okumasının (bilinçsiz bile olsa) göstergebilimsel okumaya zorunlu olarak uygun olduğu ...» varsayılırken* (Breton ve Proulx 1989:170) kaynak da-gözönüne alındığı durumlarda-alıcının edilgen imgesiyle özdeşleştiriliyordu (Mattelart A. ve M. 1986:44).

Kitle iletişim araçlarının, iletileriyle toplumdaki egemenlik sistemini yeniden üreten bir güce sahip olduklarını kabul ederek kendisinden önceki eleştirel düşüncüyü izleyen yapısalcı çözümlenin temel katkısı, iletinin içeriğinin ideolojik boyutunu vurgulaması olmuştur (Curran ve diğerleri 1988:25).

İletişimde metnin/iletinin baş role çıkması, belli tarihsel ve toplumsal koşullarla ilişkilendirilebilir mi? Dilbilimden başlayarak birçok bilim dalını etkileyen, göstergebilimsel çalışmalara kaynaklık eden yapısalcılığın Fransa'da belli bir toplumsal değişimin felsefi görünümü olarak önem kazandığı gözlemi yapılmıştır. Cezayir Savaşı'nın bitimine kadar aydın kesimde etkin olan varoluşçuluk felsefesi, 2. Dünya Savaşı'ndan beri sürekli krizin içindeki bir kapitalist toplumun bunalımına uygun düşerken, «... yapısalcılık, 60'lı yıllara doğru, sistemin görece olarak dengelendiği zamanda ortaya çıkar» (Nair 1972 aktaran Mattelart A. ve M. 1986:89). Bu gözlem değerlendirilirse tarihi soyutlayan yapısalcılığın etkinlik kazanması bir açıdan acı ve sıkıntı dolu bir yakın geçmişin yükünden kurtuluş gibi düşünülebilir. Bir başka açıdan bakıldığında da teknolojik yenileşmede A.B.D.'nin gerisinde kalan Batı Avrupa'nın söylemin evreninde kendini araştırması sayılabilir.

(*) Aynı dönemde Baudrillard, kitle iletişiminin tek yönlü işleyiş biçiminin iletişimsizliğe neden olduğunu vurgular. Böylece, içeriğin alıcıya ulaşmadığını söylerken bu varsayım da karşı çıkmış olur. Ancak, bunun nedenini alıcılara değil araçların teknik özelliklerine bağlar (Bkz. Mattelart A. ve M. 1986: 108).

TOPLUMBİLİMSEL YÖNELİM VE SOSYO-POLİTİK BOYUTTA YENİ TARTIŞMALAR

1950'lerin sonunda A.B.D.'li toplumbilimciler Riley ve Riley kitle iletişimi konusunda toplumbilimsel yaklaşımın gerekliliğine işaret ederler. Onlara göre kitle iletişimi, toplumsal iletişim sürecinin ancak bir parçasıdır ve gönderici ile alıcı arasındaki iletişim, onların toplumsal konumları ve buna bağlı olarak sahip oldukları ilişkiler çerçevesinde değerlendirilebilir (Bkz. Erdoğan ve Alemdar 1990: 100-101). Aynı dönemde Wright da (1986) kitle iletişim araçlarının açık ve örtülü işlevlerini karşılaştırırken toplumbilimsel bir bakış açısını sunar.

Bu yaklaşımların ileri sürüldüğü yıllar kitle iletişim araçlarının kısa dönemdeki etkilerine ilişkin sosyal-psikolojik araştırmaların «hiç etki/çok az etki» çıkmazına girdiği yıllardır. Bireysel tutum ve davranışları temel alan «etkililik» araştırmalarının neden olduğu bu sorunun, kitle iletişim araçlarının yol açtıkları toplumsal sonuçlar anlamında «etki» araştırmalarıyla aşılabileceğini düşünenler toplumbilimsel yönelimi benimsediler. Böylece, bu araçların sundukları örnek çevrelerle toplumsal gerçekliğin ve normların tanımlanmasında, toplumsal denetimde, siyasal ilişkilerde oynadıkları role ilişkin çalışmalar gerçekleştirildi (Bkz. McQuail 1983: 45-79).

Kitle iletişim araştırmalarında toplumbilimsel yönelimin giderek ağırlık kazandığını belirten Halloran'a göre (Bkz. Erdoğan ve Alemdar 1990: 99) bu yönelim tutucu-deneysel-akımda daha eleştirel bir tavrın gelişmesine yol açmıştır. Bu akım içinde liberal bir kanadın oluşmasını Erdoğan ve Alemdar (1990:99), 1945'te kurulan yeni dünya düzeninde en güçlü konuma gelen «Amerikan İmparatorluğunun» 60'lı yılların sonunda duraklamasına, 70'li yıllarda gerilemeye başlamasına bağlarlar. Bu değerlendirme, yazımızda daha önce değinilen sanayi sonrası toplum kavramının içeriğindeki değişimi açıklayan nedenlere denk düşer. Bu gelişme ayrıca, toplum içindeki tepki gruplarının görüşlerinin kitle iletişim araçlarına yansımalarının «bütünleştirici rolleri» açısından yol açtığı kuşku, demokratik temsil açısından yapılan eleştirilerle giderilmesinde de rol oynar.

Toplumbilimsel yönelimi izleyen araştırmaların görevselci yaklaşımları nedeniyle kitle iletişim araçlarının ideolojik boyutunu iyi kavrayamadıklarını belirten Breton ve Proulx'a göre (1989:172), kitle iletişiminde sosyo-politik yaklaşımlar 1970'lerde marksist eleştirel

geleneği izleyenler tarafından geliştirilir. İletişimi sosyo-politik açıdan inceleyen bu araştırmacıların bir kısmı ideolojik yönü üzerinde dururken, bir kısmı da ekonomik boyutunu odak alırlar.

İletişimin ideolojik boyutu ile ilgili çalışmalar, Althusser'in yapısalcılıktan da etkilenerek (Erdoğan ve Alemdar 1990:205) geliştirdiği marksist felsefi görüşleri yansıtır. Buna göre, siyasal, ekonomik ve ideolojik alanlarda çatışan toplumsal ilişkilerin belirlediği bir toplumsal yapıda, ekonomik ve siyasal egemenlerin denetimde olan kitle iletişim araçları «devletin ideolojik araçları» gibi işlev görmektedir, bu nedenle de bunların ekonomik denetiminin/mülkiyetinin ele geçirilmesi sosyo-politik bir amaçtır (Proulx ve Breton 1989:179). Kısaca, Althusser'in ve onun görüşlerini izleyenlerin yaklaşımında kitle iletişimlerinin işleyiş süreci egemenlerden edilgen alıcılara doğru ideolojik bir manipülasyon biçiminde olmaktadır.

Oysa, 70'li yılların ortalarında Batı Avrupa'da, özellikle Fransa'da, devlet ve sivil toplumla ilgili tartışmalar gündeme gelir. Bu tartışma ortamında Gramsci'nin marksist görüşü güncellik kazanır (Mattelart A ve M. 1986:92). Hegemonya kavramında geliştirdiği düşünceleri iktidar/güç kavramını yeniden ve baskıcı olmayan yönleri üzerinde durarak tanımlayan Gramsci'nin (Bkz: Erdoğan ve Alemdar, 1990:221) görüşlerinin etkinlik kazanması tek bir blok halindeki «egemen» (devlet) ve onun karşısında baskı altında bulunan edilgen vatandaşlar anlayışının sorguladığı bir tarihsel döneme denk düşer. Böylece, kitle iletişim araçları egemen ideolojiyi mekanik olarak üretmemekte, kendi içinde bir uzlaşmayı taşıyan bu ideoloji lehinde «... sınıflar, gruplar ve bireyler arasında arabuluculuk...» yapmaktadır (Mattelart A ve M. 93).

Kısaca, 60'lı yılların sonunda, önce Batı dünyasına damgasını vuran sonra da yayılan karşıt eylemlerle birlikte, özellikle Avrupa'da tüm toplumsal kurumlar, değerler ve kavramlar açısından değişim ve tartışmaların yoğun olduğu bir dönem başlamıştır. 70'li yılların başında yaşanan ekonomik kriz, Batı'nın etnosantrizminde gedik açarken, sanayi üretiminde yalnızca üretim mantığına dayanan fordizm de krize girmiştir. Kadın hakları, anti militarizm, çevrecilik vb. konulardaki örgütlenmeler birey ve grupların etkin varlığını ortaya koymuş, özyönetim, Avrupa komünizmi modeli sosyo-politik boyuttaki tartışmaları geliştirmiştir.

Öte yandan, aynı yıllarda Samir Amin (1971) gibi bazı ekonomistler gelişmiş sanayi ülkelerini Üçüncü Dünya Ülkelerinin yoksulluğuna

yol açmakla suçlarken, «çevrenin» «merkeze» bağımlılığının dünya çapındaki dengesiz dağılımı ve geri bıraktırlmışlığı yeniden ürettiğini belirtirler. Geri kalmışlık olgusunun uluslararası ekonomik ilişkiler çerçevesinde gündeme getirildiği bu dönemde, kitle iletişim sorununu ulusal sınırların ötesinde irdeleyen tartışmalar da gelişir. Bir yandan, UNESCO gibi kuruluşlar -uluslararası iletişim sistemlerinin neden olduğu- gelişmiş sanayi ülkelerinden diğerlerine doğru tek yönlü ileti akışının sorunları üzerinde durur ve çalışmalarını başlatırlar. Öte yandan, örneğin A ve M. Mattelart* gibi araştırmacılar kitle iletişimi ve araçlarını sosyo-politik açıdan ele alırken uluslararası ekonomik ilişkilere ağırlık verirler.

Ekonomiye ağırlık veren bu bakış açısı Horkheimer ve Adorno'nun «kültür endüstrisi» için geliştirdikleri yaklaşımın devamıdır. Frankfurt Okulu'nun bu iki temsilcisi, kitle kültürü ürünlerinin yalnız üretiliş biçimlerinde değil, yaratılış biçimlerinde de sanayideki kâr mantığının gerektirdiği standartlaştırma ve yoğun dağıtım mekanizmalarının etkin olduğunu ileri sürerlerken, kitle iletişiminin ekonomik yönünü ön planda tutmuşlardır. Bu doğrultudaki ilk incelemeler sorunu daha çok ulusal sistem içinde değerlendirirken, yeni yönelim uluslararası çerçevede ele alır (Breton ve Prolux 1989:183). Böylece, kitle iletişiminin sosyo-politik açıdan etkilerini ulusal toplum içinde kültürlenme süreci boyutunda değerlendiren bakış açısına, ekonominin uluslararası işleyişine koşut bir üretim ve dağıtımın kültürleşme sürecindeki etkilerinin incelenmesi boyutu kazandırılmış olur.

GÖNDERENİN VE ALICININ ETKİNLİĞİ

İletişimde kaynak/gönderici ile, başka deyişle «kimin söylediği» ile ilgili ilk deneysel araştırmalar 1950'lerde yapılmıştır. Propagandanın/kampanyanın etkili olmasında kaynağın saygınlığı, güvenilirliği, sevilmesi vb. gibi etkenlerin bireylerin tutum ve davranışlarını üzerindeki etkisini inceleyen bu tür çalışmalarda konu sosyal psikolojik açıdan ele alınmıştır (Bkz. Kağıtçıbaşı 1979: 168-170).

(*) Bu konudaki görüşleri için Bkz. Ariel DORFMAN ve Armand MATTELART, **Emperyalist Kültür Sanayii ve Walt Disney**. İstanbul: Gözlem Yayınları 1977 ve Armand ve Michèle MATTELART, **De L'Usage des Medias en Temps de Crise**. Paris: Editions Alain Moreau, 1979.

60'lardan sonra deneysel geleneği izleyen araştırmacılar da ağır-
lık kazanan toplumbilimsel yönelim ve siyasal iletişimin uyandırdığı
ilgi ile birlikte kitle iletişimi yapan kurumların ve buralarda çalışan
profesyonel iletişimcilerin iletişim sürecindeki rolleri önem kazanır.
Böylece, kimin söylediği ile ilgili olarak, kitle iletişim örgütlerinin
özgür yapıları ve işleyişleri, sosyo-politik çevre ile ilişkileri ve mes-
lek ideolojisi konuları gündemi oluşturur. Curran, Gurevitch ve Wool-
lacott'a göre (1988:16), kitle iletişim araçlarının bu dönemde kurum-
sal açıdan ele alınmalarında ve sosyo-politik çevreleriyle ilişkilerinin
incelenmesinde, örgütsel yapılar ve davranışlarla ilgili toplumbilim-
sel çalışmalarda kaydedilen gelişmeler, marksist kuramın etkisiyle
bu kurumların toplumsal sistemin bir parçası olarak oynadıkları role
duyulan ilgi ve siyaset alanında bu araçlara yönelik ilginin gözlen-
mesi belirleyici nedenler olmuştur.

Bu yönelimin tutunmasında deneysel araştırmalar sonucunda be-
nimsenen etkin izleyici anlayışı ve iletişimde geri-besleme (feed-
back) sürecinin gözönüne alınması da etkili olmuştur. Çünkü, bun-
lara bağlı olarak kamuoyu kavramı yeniden güncelleşmiştir (Mis-
sko ve Wolton 1983:198). Kamuoyu ile gönderici arasındaki karşılıklı
ilişkiler bağlamında kitle iletişimde göndericinin işlevi ilgiyi çeker.
Öte yandan, kitle iletişim araçlarının gündem hazırlama tezinin ge-
liştirilmesi de (Cohen 1963, Bkz. Erdoğan ve Alemdar 1990:146-148)
iletilerin toplanması, seçilmesi, biçimlendirilmesi ve sunulmasında
görev yapan kapıcıların (gate keeper) rollerine ilişkin araştırmaları
canlandırır. Bunun yanında profesyonel etik ya da ideolojiye ilişkin
çalışmalar yapılır (Curran 1988:19).

Öte yandan, iletişimin siyasal ve ekonomik açıdan ele alındığı,
kitle iletişimi konusunda ilginin odak noktasını iletişimin toplumsal
gücün kullanımındaki etkinliğinin oluşturduğu eleştirel akımda bu ko-
nudaki görüşler yapısal görevselci yaklaşımı izleyenlerinkine karşıt-
tır. İletişim örgütleri toplumsal üretim biçimi ve ilişkilerine bağlı ola-
rak değerlendirilirler ve profesyonel iletişimcilerin nesnellliğini ve
yansızlığını gerçek dışı sayılır (Erdoğan ve Alemdar 1990:171, 224).
Bu bakımdan kitle iletişim araçlarında güç sorunu, örgüt içi hiyerar-
şinin işleyişiyle ilgili görülmez, denetim ve sahiplik kavramları çerçe-
vesinde incelenir (Curran ve diğerleri 1988:18).

Ancak, gerek kapitalizmde tekelleşme sürecinin hızlanmasının,
gerekse 70'li yıllarda ortaya çıkan ve yoğunlaşan yeni toplumsal olgu-
ların gözlemi sahiplik, denetim ve kitle iletişimde üretim aşama-

sında yer alanlar ve onların meslek ideolojisi açısından tartışmaların boyutunu genişletmiştir*. Örneğin, Fransa'da özgür radyo, militan sinema gibi alternatif çıkışlar ve denemeler geleneksel solun temel aldığı sahiplik anlayışında sorgulamalara yol açmış, el değiştirmenin anlam ve yön değiştirmeye yeterli olmadığına gözlenmesi, dikkati kitle iletişiminin üretim sürecinde yer alanların konumlarına ve etkinliklerine yöneltmiştir (Mattelart A. ve M. 1986:114).

Armand ve Michèle Mattelart (1986:97), Batı toplumlarındaki gelişme ve kriz dönemleriyle, alıcının/izleyicinin unutulması ya da ön plana çıkması arasında gözlenebilir bir ilişki olduğunu ileri sürerler. Onlara göre, gelişme dönemlerine eşlik eden ideolojiler alıcının, tüketicinin, yurttaşın rolünün gözardı edilebileceği yanılsamasına yol açarken, kriz döneminde iletişim sürecinin ancak değişik aktörlerin katılımıyla gerçekleşebileceği düşüncesi egemen olmaktadır.

Kitle iletişimi sürecinde tüketicinin katılan bir aktör gibi değerlendirilmesi alıcı/izleyici ögesiyle ilgili soruların gündeme gelmesi demektir ve bu öge ile ilgili soruların yanıtlanmasına 50'lerden sonra, özellikle 70'li yıllardan günümüze artarak önem verilmeye başlanmıştır.

Kitle iletişimi incelemelerinde, kimin, neden, nasıl dinlediği, iletileri nasıl açınıladığı ve yorumladığı ve bunlarda hangi psikolojik ya da toplumsal kültürel koşulların etkili olduğu gibi sorularla ilgilenme, edilgen değil etken bir izleyici varsayımına dayanır. Deneysel akımda bu varsayımı temel alan ilk örnekler «kullanışlar ve doyumlar» yaklaşımını benimseyen araştırmalarla 1940'larda görülürse de (Bkz. Erdoğan ve Alemdar 1990:112) 1950'lerdeki araştırmalarda edilgen izleyi anlayışı egemendir. Bu yıllarda sürdürülen etki araştırmalarının bulgularının kitle iletişim araçlarının mutlak gücüne olan inancı sarsmasıyla birlikte alıcı/izleyicinin etkinliği konusu yeniden gündeme gelir. Böylece, bir bölümü psikolojik, bir bölümü toplumbilimsel yönelimin etkisinde ama tümü de izleyicinin etkin rolünü benimseyen çalışmalar yapılır**.

Deneysel akımda izleyicinin belli bir önem kazanmaya başladığı 60'larda ,eleştirel görüşlerde az sayıda aykırı çıkış dışında henüz

(*) Bu konudaki tartışmalarda Murdock'un, Garnham'ın görüşleri için bkz. Erdoğan ve Alemdar (1990: 192, 204).

(**) Bu doğrultuda geliştirilen modeller ve yapılan araştırmalar için Bkz. Erdoğan ve Alemdar (1990: 108-164).

böyle bir eğilim söz konusu değildir. Örneğin, İngiltere’de Stuart Hall’un başlattığı kültür araştırmalarının daha başlangıcında alıcının etkin bir rol oynadığı kabul edilir. Lucien Goldman ise 1965’te çağdaş toplumlarda haberin/iletinin tanımlanmasında alıcının rolünün belirlenmesi gereğine işaret ederken eleştirel akımda hep gözardı edilen bir gerçeği vurgular. Ancak, iletiyi alan, çarpıtan kabul ya da reddeden ya da ona tümüyle kapalı kalan bir alıcı yaklaşımı, salt tüketiciler olarak tanımlanan edilgen izleyici-kitle anlayışının egemen olduğu, özellikle en parlak dönemini yaşayan yapısalcılığın ve göstergebilim izleyiciyi «... yapının buyurucu ussallığına boyun eğmiş...» kabul ettikleri yıllarda azınlıkta kalır (Mattelart A. ve M. 1986:44).

Oysa, 70’li yıllar önemli değişimleri beraberinde getirir. Bu yıllarda gelişen ve 80’lerde örgütlenmiş güçlü baskı gruplarına dönüşen toplumsal eylemler, Gramsci’nin ideoloji görüşünün yankı bulması, kitle iletişim ürünlerinin üretim ve dağıtımında gözlenen uluslararası tekelleşme ve buna bağlı olarak kültürleşme sürecinin etkilerine ilişkin tartışmaların yoğunluk kazanması iletişim sürecinde izleyicinin rolünün gözönüne alınmasında etkili olan gelişmelerdir.

Öte yandan, 1973 petrol krizinin kapitalist Batı sanayilerinde yol açtığı yeniden yapılanmanın ve yeni teknolojilerin tüketici/alıcı ile işbirliğini gerektirmesi de sanayi ile toplum arasında tasarlanan yeni ilişkilerde bireyin «özne»ye dönüşmesine katkıda bulunmuştur. Bu arada yapısalcı dilbilimin yerine geçen iletişimsel dilbiliminde metnin/iletinin toplumsal ve tarihsel boyutu incelemeye katılırken, gönderici ve alıcı da iletişim sürecindeki yerlerine yeniden oturtulur (Mattelart A. ve M. 1986:97-99).

Bu gelişmeler içinde İngiliz kültüralist okulunun çalışmaları da güncellik kazanır. Buna göre, bireysel algılar egemen ideolojiden bağımsız değildir, ancak yine de alıcı bireyin toplumsal/kültürel koşullanması içinde belirli bir etkinliği vardır. Alıcı birey üyesi olduğu toplumsal sınıf ve alt kültür ilişkilerine göre iletiyi, ya göndericinin istediği yönde «olduğu gibi» ya kendi yorumuyla biçimlendirerek ya da tam karşıtı biçimde anlamlandırabilir (Hall S. 1980:128-138).

Kısacası, 1980’lerde kitle iletişim araçlarından yayınlanan iletiler karşısında alıcı/izleyici bireyin bir «tabula rasa» olmadığı konusunda artan bir anlayış birliği görülür. Gerçi eleştirel akımda, Hall’un çalışmalarında görüldüğü gibi, ne iletinin ideolojik boyutu, ne de kodlama ve açılma sürecinde belirleyici olan sosyo-politik boyut gözardı edilmez. Ancak, temeldeki yaklaşım ve sonuçtaki değeren-

dırme açısından kesin ayrımlarına karşın tüm akımların temsilcilerinde gözlenen genel eğilim izleyiciye belli bir etkin rol tanımaktır*.

SONUÇ

Sanayi devriminden sonra hedef kitlesi yaygınlaşan ve işlevleri giderek çeşitlenen yazılı basına ek olarak sinema ve radyonun da toplumsal ekonomik ve siyasal ilişkilerde yeni yaşantılara yol açması, kitle iletişiminin ve araçlarının mutlak gücüne ilişkin bir mitosun geliştirilmesine neden olmuştur. İki dünya savaşı ortamının pekiştirdiği bu mitos, kitle iletişimi ve araçları konusunun irdelenişinde etki sorununu öncelikli kılmıştır.

Bu sorundan hareketle 1930'ların sonlarında A.B.D.'de başlatılan deneysel araştırmalar kitle iletişimi konusunda 1960'lara kadar süren yeni bir dönemin başlangıcı olmuştur. Bu dönem aynı zamanda ideolojik temelleri, yaklaşımları birbirinden ayrı iki akımın, deneysel ve eleştirel akımın geliştikleri dönemdir. Deneysel akımın temsilcileri kitle iletişim araçlarının bireysel tutum ve davranışlar üzerindeki etkisini araştırırken, eleştirel akımda kitle iletişiminin toplumsal rolü ve sonuçları üzerinde durulmuştur.

60'lı yıllardan günümüze uzanan dönemde etki sorunu değişik yönelimlerle gündemde kalırken, önce deneysel akımda olmak üzere, kitle iletişim araçlarının kesin gücüne olan inanç da giderek sarılmıştır. Kitle iletişim sürecinin teknik, simgesel, sosyo-politik ve ekonomik boyutlarında yeni yaklaşım ve görüşler geliştirilmiş, giderek profesyonel gönderinin ve özellikle alıcının bu süreçteki rolleri ve etkinliği tartışma konusu olmuştur.

Kitle iletişimi konusundaki bilimsel tartışmalarda gözlenen genel eğilim ve yönelimler, bu alandaki çalışmalardan sağlanan birikimin sonucu olduğu kadar, sanayileşmiş kapitalist toplumların karşılaştıkları toplumsal/kültürel sorunlar ve değişimlerle, uluslararası ilişkilerde ortaya çıkan gelişmelerle doğrudan ilgilidir. Günümüzde varılan aşama değerlendirildiğinde, kitle iletişiminin ve araçlarının hem toplumsal/kültürel sistem, hem de bireyler açısından rolünün ve anlamının kavranması gereği özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından bir hedef olarak belirginleşmektedir.

(*) Bu eğilimi yansıtan çalışmalardan örnekler için Bk. Breton ve Proulx (1989: 187-188).

KAYNAKÇA

- AMIN, Samir
1971 **L'Accumulation à l'Echelle Mondiale** Paris: Editions Anthropos
- BARLAS, Tolan
1983 **Toplum Bilimlerine Giriş.** 3. Baskı Ankara: Savaş Yayınları
- BENNETT, Tony
1988 «Theories of the Media, Theories of Society», **Culture, Society and the Media.** Gurevitch, Bennett, Curran, Woolacott (Eds). London: Routledge: 30-55
- BRETON, Philippe ve PROULX, Serge
1989 **L'Explosion de la Communication.** Paris: Eds. La Découverte
- BROWN, Roger
1983 «Kitle İletişim Araçlarının Tarihsel Gelişimi», **Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar.** Derleyen ve çeviren R. Kaya ve K. Alemdar. Ankara: Savaş Yayınları: 21-43.
- CASENEUVE, Jean
1970 **Les Pouvoirs de La Télévision** Paris: Eds. Gallimard.
- CURRAN, James-GUREVITCH, Micheal-WOOLLACOTT, Janet
1988 «The Study of the Media: Theoretical Approaches» **Culture, Society and the Media.** Gurevitch, Bennett, Curran Woollacott (Eds). London: Routledge: 11-29.
- DORFMAN, Ariel-MATTELART, Armand
1977 **Emperyalist Kültür Sanayi ve W. Disney.** İstanbul: Gözlem Yayınları
- ERDOĞAN, İrfan-ALEMDAR, Korkmaz
1990 **İletişim ve Toplum.** Ankara: Bilgi Yayınevi
- HALL, Stuart
1980 «Encoding/Decoding», **Culture Media, Language.** S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, P. Willis (Eds). Londres: Huchison: 128-138

- JANOWITZ, Morris
1968 «The Study of Mass Communication» **International Encyclopedia of Social Sciences** III: 41-5.
- JAY, Martin
1977 **L'Imagination Dialectique Histoire de l'Ecole de Frankfort.** Paris: Eds. Payot
- KAĞITÇIBAŞI, Çiğdem
1979 **İnsan ve İnsanlar** 3. Baskı. İstanbul: Cem Ofset Matbaacılık
- KONGAR, Emre
1979 **Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği** 2. basım. Ankara: Bilgi Yayınevi
- MATTELART Armand ve Michèle
1986 **Penser Les Médias.** Paris: Eds. La Découverte
- MCLUHAN, Marshall
1977 **Pour Comprendre Les Média.** Paris: Eds. Mame/Seuil
- McQuail, Denis
1983 «Kitle İletişim Araçlarının Etkileri», **Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar.** Der. ve çev. R. Kaya, K. Alemdar Ankara: Savaş Yayınları: 45-84
- MISSIKA Jean Louis-WOLTON Dominique
1983 **La Folle du Logis.** Paris: Eds. Gallimard
- OSKAY, Ünsal
1982 **XIX. yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri** Ankara: A.Ü. S.B.F. Yayınları No: 495
- WRIGTH, H. Charles
1986 **Mass Communication: A Sociological Perspective** 3. Baskı New York: Random House