

İletişim Araştırmalarının Tarihçesine Bakış

Overview of History of Communication Research

Erol UYANIK, Dr., E-Posta: eroluyanik@yahoo.com

Anahtar Kelimeler:

İletişim, Kültür
Endüstrisi, Meta,
Medya.

Öz

İletişim araştırmaları tarihi, pek çok yazar tarafından toplumların tarımsal yaşamdan endüstriyel yaşama geçmesine ve siyasal ve toplumsal hayatta birçok değişikliğe yol açan Sanayi Devrimi sonrasında yapılan çalışmalarla başlatılır. Kitle iletişimi üzerine yapılan çalışmalar; endüstrileşme, kentleşme, eğitimin yaygınlaşması ve okuryazarlık oranının artması, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, kitlesel hareketlerin çoğalması gibi toplumsal, kültürel ve siyasal yaşamda birbirini karşılıklı olarak etkileyen bir dizi değişim ve bunların aynı zamanda hem nedeni hem de sonucu olarak ortaya çıkan yeni toplum anlayışı çerçevesinde biçimlenmiştir.

İletişim alanındaki kuramsal yaklaşımları genel olarak değerlendirdiğimizde, her bir yaklaşımın kendinden bir öncekine yönelttiği itirazlar göze çarpmaktadır. Adorno ve Horkheimer'a göre, kültür endüstrisi, kapitalizmin tahakkümünü yaygınlaştırmak, insanları ve insanların kültürel anlatımlarını "meta" ya dönüştürmek için teknolojiyi kullanır ve bu yolla aklı araçsallaştırır. Habermas ise, Frankfurt Okulu'nun ardılı olarak değerlendirilir ve eleştirel kuramdaki eleştirinin yönünü değiştirerek, iletişim ve dilin biçimlendirici etkisine odaklanır.

20'inci yüzyılın son çeyreğinde ise haberleşme, iletişim ve yayıncılık alanında kullanılan tekniklerde hızlı ve önemli gelişmeler yaşanmıştır. Teknolojik açıdan bakıldığında gazete sektöründe de bilgisayarın egemenliğinden söz edilmektedir. Toplumsal yaşamda ortaya çıkan ihtiyaçlara bağlı olarak gelişen teknoloji ve kitle iletişim araçlarındaki çeşitlilik, medyanın kullanım biçimini, bireysel alışkanlıkları ve bunlara bağlı pek çok şeyi değiştirmektedir.

Keywords:

University Students,
Psychological Well-
Being, Stress, Internet
Usage.

Abstract

The history of communication research by many authors from the agricultural life to industrial life of the community to pass, and that led to many changes in political and social life in the aftermath of the industrial revolution with the studies starts. Mass Communication studies; industrialization, urbanization, the spread of education and literacy rates increase, the spread of mass media, mass movements such as the proliferation of social, cultural and political life that affect each other mutually and at the same time both cause and consequence of them as a series of changes that arise within the framework of the new society has been formed.

In the field of communication generally accepted theoretical approaches, each approach of the self-objections against the previous one are outstanding. According to Adorno and Horkheimer, the culture industry, uses technology; to convert people's cultural expression and people to "meta" and to promote the domination of capitalism so using this method comprehension became an instrument. Habermas, regarded as a consecutive of the Frankfurt School and by changing the direction of the criticism of critical theory, focuses on the formative influence of language and communication.

Communication in the last quarter of the 20th century, rapid and significant improvements in techniques used in the field of communication and publishing. From a technological standpoint, it is possible to mention the sovereignty of the computer on newspaper industry. Developing of technology and mass media tolls diversity depend on the need arise in social media, change the use of media, individual habits and many things tied to them. correlated with stress.

Giriş

İletişim tarihine bakıldığında, insanlığın tarihi kadar eski olduğu görülmektedir. Haberleşme için kullanılan dumanlar, atlı haberciler ve birtakım yerel kabilelerde kullanılan davullarla başlayan kitle iletişimi, matbaanın icadıyla önemli bir aşama kat etmiş, bilim ve teknolojinin gelişmesi ve buna bağlı olarak elektriğin iletişim alanında kullanılmasıyla ilk olarak telgrafla bir dönüm noktası yaşamıştır. Telgrafın geliştirilmesiyle iletişim araçlarının sayısı ve niteliği giderek artmış ve sonrasında da iletişim, elektrik tellerini de asarak uzaydan yapılabilen bir işlem haline gelmiştir.

Her dönem bir şekilde kendi toplumsal, ekonomik ve siyasal koşulları ile anılmaktadır. Nasıl ki sanayi devrimi kendinden önceki tüm yaşam tarzı ya da üretim biçimlerini değiştirip dönüştürdüyse 20. yüzyıl ikinci yarısından itibaren yaşanan gelişmeler de kendi dinamiklerini yaratmıştır. Ekonomide seri üretimden, finansal ilişkilere, teknolojide yeni icatlardan, internet ve benzeri yeni teknolojilere kadar birçok alanda yenilikler söz konusu olmuştur.

Özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrası devletlerin rekabet ve çatışma yerine işbirliğine yönelmeleri ticari faaliyetleri geliştirmiştir. Bunun yanında üretim ilişkilerinin uluslararası ticaretin yarattığı dinamizme paralel olarak değişmesi de söz konusudur. Soğuk savaş yıllarında iki kutup arasındaki ideolojik temelli her alandaki rekabet teknoloji alanında da kendisini göstermiştir. 1950’li yıllardan itibaren teknolojideki değişim iletişim ortamını da etkileyerek, televizyon, radyo gibi geleneksel iletişim araçları yanında özellikle internet ve bilgisayar teknolojileri eklenmiştir.

Günümüzde ise teknoloji hızla ilerlemektedir. Buna bağlı olarak insanlar arası iletişimde önemli yere sahip olan kitle iletişim teknolojilerinde de önemli gelişmeler yaşanmaktadır. Bilindiği üzere teknolojik gelişmeler bir şekilde insanlar arası ilişkileri ve genel anlamda toplumsal yaşamı etkilemektedir. Özellikle son yıllarda iletişim teknolojilerinin hızla ilerlediği bir ortamda, teknolojinin kitleler üzerindeki etkisi daha da fazla tartışılır olmuştur. Aslında kitle iletişim çalışmalarına ilgili konu uzun süredir tartışılıyor olsa da günümüzde önemi daha da artmıştır.

Literatür taramasına dayalı bu niteliksel çalışmada iletişim araştırmalarının tarihi ve kuramlardan bahsedilecektir. Bilimsel alandaki kuramsal değerlendirmeleri tetikleyen teknolojik gelişmeler üzerine değerlendirmeler yapılacaktır.

İletişim Araştırmalarının Tarihi ve Evreleri

Ortaya çıkış ve gelişimi çok farklı tarihsel bileşen ve bağlamlar sonucu gerçekleşen ‘modernizm’ ve ‘modern mimarlık’, özellikle 20. yüzyılın ilk yarısından 80’li yıllara kadar olan süreçte, başta Batı ülkeleri olmak üzere çok sayıda ülkenin şehir planlanması ve mimari yapılarının belirlenmesinde önemli bir rol oynamıştır. Bu çerçevede, örneğin modern mimarlığın en önemli isimlerinden olan Le Corbusier’in ilk kez 1947 yılında CIAM VI’da ortaya koyduğu gridal kent planlaması düşüncesinin uzantısı olarak çok sayıda bina ve kent bu tasarım anlayışı ile şekillenmiştir. Bir başka önemli modernist

İletişim araştırmaları tarihi Mattelart(1998) da dahil olmak üzere pek çok yazar tarafından Sanayi Devrimi sonrasında yapılan çalışmalarla başlatılır. Sanayi Devrimi, toplumların tarımsal yaşamdan endüstriyel yaşama geçmesine ve siyasal ve toplumsal yaşamda bir dizi değişikliğe yol açmıştır. Buna göre;

19. yüzyılda tek kitle iletişim aracı gazetelerdi. Baskı makinesinin kullanılmaya başlanmasıyla birlikte gazetelerin etkinliği de artmıştır. Ancak gazetelere popülerlik kazandıran, baskı makinesinin icadından sonraki dönemde ortaya çıkan birkaç yüzyıllık politik, siyasi ve ekonomik değişimdir.

19. yüzyılın sonlarına doğru Avrupa ülkelerinde ve Amerika’da yaygınlaşan sömürgecilik, sömürgeci ülkelere, sömürgelerinde kendi ideolojilerini ve politikalarını yaygınlaştırmak için medyayı kullanma ihtiyacı yaratmıştır. Bu ülkeler emperyalist yönetimlerini sürdürebilmek için, kendi medyalarının, sömürgelerindeki medya üzerinde belirleyici olmasına zemin hazırlamışlardır.

19. yüzyılın ikinci yarısından 20. yüzyılın ilk yirmi yılına kadar, kitle iletişimi üzerine yapılan çalışmalar; endüstrileşme, kentleşme, eğitimin yaygınlaşması ve okuryazarlık oranının artması, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, kitlesel hareketlerin çoğalması gibi toplumsal, kültürel ve siyasal yaşamda birbirini karşılıklı olarak etkileyen bir dizi değişim ve bunların aynı zamanda hem nedeni hem de sonucu olarak ortaya çıkan yeni toplum anlayışı çerçevesinde biçimlenmiştir. Bu dönemde yapılan çalışmaların bir kısmı gazetelerin tirajı, gazetelerde yer alan haberlerin çözümlenmesi, gazetecilerin çalışma biçimleri, kamuoyu oluşturmada gazetelerin rolleri gibi birebir basının işleyiş ve işlevine yöneliktir(Lang, 1997: 49).

Yirminci yüzyılın hemen başına kadar yapılan bu çalışmaları bir yana bırakırsak, kitle iletişim araştırmalarında üç temel dönüşümden söz etmek mümkündür.

Birinci evre, temelde faaliyet merkezi Avrupa olan ve kitle kültürü, kitle toplumu tartışmaları içinde yer almıştır. Kitle iletişim araçlarını yüksek kültürü tehdit eden; kitleler üzerinde dolaysız ve güçlü bir etkiye sahip; kitle kültürü ürünlerini savunmasız ve edilgen kitlelere dayatan kurumlar olarak değerlendirilen düşünceler hâkimdir. İkinci evre, 1940’lı yıllarda başlayan, 1950’li ve 1960’lı yıllarda alana hakim olan, anaakım(mainstream) yaklaşım çerçevesinde, Amerikan toplumsal bilimlerinin davranışçı eğiliminin alana yansımaları şeklinde nitelenen çok sayıda ampirik çalışmanın yapıldığı dönemdir. Üçüncü dönem ise, bu anaakım yaklaşımın öncüllerine ve yöntembilimsel tercihlerine yöneltilen eleştirilerle birlikte alanda toplumsal iktidar ilişkilerini ve bunların yeniden üretiminde medyanın rolünü sorgulayan eleştirel çalışmalarla başlamaktadır(Bennet, 1982: 30-55). Medyanın endüstrilerinin kitle iletişimin ana unsuru olduğu dönemden günümüz teknolojilerinin geliştirdiği sosyal medya siteleri aracılığıyla iletişimin baskın hale gelmesi karşısında rolünün değiştiği ve artık medyanın da bu yeniden üretimin izleyicisi olması gerçeğinden bahsetmek mümkündür.

Kitle İletişim Teorilerinin Gelişiminde Taraflar

İletişim çalışmaları alanındaki bu temel yaklaşımlar arasında farklı kutuplaşmalar söz konusu olmuştur. Öncelikle Kıta Avrupası ve Amerikan gelenekleri arasındaki gerilim göze çarpmaktadır. Bu iki gelenek arasındaki farklılıklar tarif edilirken birincisinin kuramsal ve spekülatif, ikincisinin ise ampirik ve bilimsel temelli olduğundan söz edilmektedir.

Avrupa kaynaklı kitle toplumu yaklaşımı, araştırma pratiklerinden çok kapsamlı toplum eleştirisine dayanan, kitle kültürüne ve kitle iletişim araçlarına eleştirel bir bakış açısına sahip ve spekülatif olarak nitelenen bir yaklaşımdır. Bu yaklaşımın öncülerinden olan, Gustave le Bon ve Ortega-Gasset; politik demokrasinin gelişmesini, basın ve popüler eğitim alanındaki gelişmeleri, geleneksel formları çözen ve seçkinlerle yığınlar arasındaki dengesi bozan bir tehlike olarak görür(Mattelart, 1998: 19).

Sighele ise, basın organlarının temsil ettiği “yeni telkin biçimleri”nden söz eder ve gazeteciyi bir “elebaşı”, okuyucuyu da “onun elinin izini bıraktığı ıslak bir alçı” olarak betimlemektedir(Mattelart, 1998: 19). Basının toplum üzerindeki etkisinin mutlak olması üzerine geliştirilen bu kuramda bireylerin tamamen basının etkisi altına girdiği varsayılır.

Amerika ve Kıta Avrupası gelenekleri arasındaki gerilim, kitle toplumu tartışmalarında da varlığını sürdürmüştür. Amerikan sosyal bilimi Darwin’in evrim teorisinden etkilenmiş, ancak bunu pragmatizmin işlevselciliği filtresinden geçirmiştir. Pragmatizm, Şikago Okulu’nun, özellikle de Charles H. Cooley’in düşüncelerinde etkili olmuştur. Cooley’e göre, kitle iletişim araçları sayesinde fikirlerin serbestçe dolaşımı mümkün olacak ve bu da siyasal karar verme sürecinde herkesin katılımını kolaylaştıracaktır(Alemdar ve Erdoğan, 1997: 24-25).

Bazı kuramcılar diğerlerine göre kitle iletişim araçlarına daha eleştirel bir teorik duruşu benimsemiştir. İletişim ve kitle iletişim araçlarının da içine alan bir toplumsal sistem eleştirisi yaparlar. Toplum ve basın arasındaki ilişkide, tüm sorumluluğu topluma yükleseler de, basının içerik ve işleyişini acımasızca eleştirirler. Robert Park, 1927 yılında yayımlanan “Göçmen Basını ve Kontrolü” ismini taşıyan kitabında, bu topluluklara yönelik gazeteler ve yabancı dillerdeki yayınların kültürel özümleme işlevini, haberin doğasını, “basının profesyonelliğini” incelemiştir(Alemdar ve Erdoğan, 1997: 25).

Şikago Okulu, çalışmalarında teori ile sosyal problemleri ve geniş araştırma evrenini birleştirmeyi başarması açısından, iletişim çalışmaları alanında önemli bir dönüm noktasını oluşturmaktadır. Şikago Okulu’nun çalışmaları sayesinde, kitle iletişim araçlarının somut analizleri yapılmış ve teknolojinin denetimini ellerinde bulunduranlar (yani basın yöneticileri) ile mesajları alanlar (yani kamu) arasındaki fark açıkça tanımlanmıştır. Şikago Okulu’nun görüşleri, iletişim alanında 1930’lu yıllara kadar etkili olmuştur(Hardt, 1994: 9).

İkinci Dünya Savaşı yaklaşırken yapılan iletişim çalışmaları ise, daha çok propaganda ve kitle iletişim araçlarının güçlü ve etkili olduğunu kanıtlamaya yöneliktir. İki dünya savaşı arasındaki dönemde, kitle iletişim araçlarının etkisi üzerine yapılan izleyici araştırmaları, propaganda ve kamuoyu çalışmaları, bu araçların güçlü ve ikna

edici bir etkisi olduğu konusunda birleşmiştir(Mattelart, 1998: 30).

Amerikan iletişim çalışmaları alanı, 1940'lı ve 1950'li yıllarda, özellikle kitle iletişiminin "sınırlı" etkileri üzerine yapılan nicel analizlere dayalı ampirik araştırmalarla tanımlanmıştır. Lazarsfeld'in iletişim alanına getirdiği yönetsel araştırma tarzı, Amerikan iletişim yaklaşımlarının da ana karakterini çizmiştir. Onun metodolojiye duyduğu ilgi, etki araştırmaları ile birleşince alanın gelişmesine katkıda bulunmuş ve kendinden sonraki çalışmaları da etkilemiştir(Hardt, 1994: 25).

Liberal çoğulcu yaklaşımda toplum; "hiçbiri her zaman için başat olamayan birbirleriyle rekabet halindeki gruplar ve çıkarlar karması olarak" tanımlanmıştır. Bu yaklaşıma göre, kitle iletişim araçları; devletten, siyasal partilerden ve çeşitli baskı gruplarından özerk kurumlardır. Aynı şekilde, izleyiciler ve kitle iletişim araçları arasındaki ilişki de, McQuail'in tanımına göre, simetrik ve gönüllülük esasına dayalı, eşit sözleşme koşulları aracılığıyla kurulan bir ilişki olarak değerlendirilmektedir(Curan, 1994: 330).

Bu döneme ilişkin değerlendirmeler; daha çok Lazarsfeld'in öncülük ettiği araştırma tavrı ile Frankfurt Okulu'nun eleştirel kuramı arasındaki gerilim üzerine yoğunlaşmaktadır. Frankfurt Okulu'nun eleştirel kuramına göre; incelenmesi gereken alanlar, "araçsal akıl" olarak adlandırdıkları ve özel olarak modern sanayi toplumunun gelişmesi sürecinde gözlemledikleri totaliter tahakküm biçimleridir. Frankfurt Okulu üyeleri, Amerika'da buldukları dönemde bu ilgiler doğrultusunda önemli ampirik çalışmalar yapmışlardır(Hardt, 1994: 25-27).

Adorno ve Horkheimer'a göre, kültür endüstrisi, kapitalizmin tahakkümünü yaygınlaştırmak, insanları ve insanların kültürel anlatımlarını "meta" ya dönüştürmek için teknolojiyi kullanır ve bu yolla akli araçsallaştırır. Kitle iletişim araçlarında ise, önemli olan ne kitleler ne de tekniktir. Önemli olan "kitleleri ve teknolojiyi şişiren ruhtur, onların efendilerinin sesidir". Bu işleyişte insanlar, kapitalist sistemi, bu sistemin değer ve normlarını içselleştirir ve kendi çıkarlarını gözetemez duruma düşerek sistemin aygıtları haline gelirler(Adorno, 1997: 95-98).

Birey kültür endüstrisinin aktif gibi gözükse ama aslında pasif olan bir unsur olmak durumundadır. Kendisine sunulan ürünleri sadece tüketmek ve bir değişim aracı olarak kullanmak zorunda bırakılır. Teknolojideki gelişim bireyin ürünlere ulaşmasını kolaylaştırır ama aynı zamanda meta haline gelen kültür endüstrisinin tahakkümüne boyun eğmesine de yol açar.

Yirminci Yüzyılda İletişim Araştırmaları

İletişim ve medya konusundaki kuramsal çalışmalar bu çalışmaların ortaya çıktığı ABD, İngiltere, Fransa ve Almanya gibi ülkelerde ve Kuzey Avrupa'da ortak bir gelişim çizgisi izlenmemiştir. Farklı kuramsal geleneklerle karşı karşıya gelinmiştir. ABD'de ortaya çıkan davranışçı ve görgücü gelenek, II. Dünya Savaşı öncesi Almanya'da ortaya çıkan Frankfurt Okulu, Fransa'da gelişen yapısalcı ve postyapısalcı yaklaşımlar ve

1970 sonrasında İngiltere’de ortaya çıkan kültürel çalışmalar farklı disiplinlerden gelen kuramların keşifleriyle oluşmuştur(Benhabib, 1996: 254).

Frankfurt Okulu’nun I. Dünya Savaşı’yla başlayan Soğuk Savaşla sona eren bir çağın ürünü olduğunu ve dünya kapitalizminin bölgesel kayıplar verdiği ancak yine de bunalımlarından deri değiştirerek çıktığı, yeniden yapılandığı bir dönemin ürünü olduğunu ifade etmektedir. Almanya’da faşizmin yükseldiği yıllarda kurulan Frankfurt Okulu, geleneksel Marksizmin üstyapı kavramları olarak göz ardı ettiği kültür ve ideoloji kavramlarını sorunsallaştırarak eleştirel medya çalışmalarının öncüllerini oluşturmuştur.

Özellikle Adorno ve Horkheimer’in çalışmalarında “kitle kültürü” ve “kültür endüstrisi” üzerine eleştirileri, kapitalizmin üretim ilişkilerinin ve iktidar ilişkilerinin toplumsal rıza ve denetim üretmeye olan katkılarını göz önüne sermiş, 1970’lerden başlayarak günümüze kadar gelişen eleştirel çalışmalara kaynaklık etmiştir. İlk tür yapısalcı medya çalışmaları ilgisini edebi ve medya metinleri üzerine yoğunlaştırırken temelde anlamlandırma ve temsiliyet sorunlarından hareket etmiştir(Demir, 1998: 234).

Habermas ise, Frankfurt Okulu’nun ardılı olarak değerlendirilir ve eleştirel kuramdaki eleştirinin yönünü değiştirerek, iletişim ve dilin biçimlendirici etkisine odaklanır. Habermas, kitle iletişiminde dilin çarpık kullanımı (engellenmiş iletişim), iletişimin yapılanma tarzı, iletişimsel eylem, ideal konuşma durumu gibi konulara odaklanır, özetle söylenecek olursa; Habermas, bu kurama yeni açılımlar sağladığı ve bir anlamda 1970 sonrasında bu kuramın yeni perspektifler karşısında görece yetersiz kalan yönlerinin ve elitist karamsarlığının aşılmasına katkıda bulunduğu için de önemli teorisyenlerden biri olarak değerlendirilmektedir(Mattelart, 1998).

Kıta Avrupası ve Amerikan iletişim alanındaki eleştirel çalışmalarda, 1960’lı yıllardan itibaren, yeni kuramsal ilgilerle birlikte araştırma perspektifleri de değişmiştir. Bu dönemde kitle iletişim araçlarını katı bir belirlenimcilikle, altyapı-üstyapı ilişkisi içinde ele alan klasik Marksist yaklaşım ve bunları kültür endüstrisinin bir parçası olarak gören Frankfurt Okulunun eleştirel kuramından görece uzaklaşmıştır(Curan J., 1994: 330-331).

Bu dönemde, eleştirel çalışmalar içinde klasik Marksist kurama dayanan araçsalcı yaklaşım ve Neo-Marksist toplum anlayışını paylaşan, yapısalcı geleneğin farklı ilgilerinin izini süren eleştirel ekonomi politik yaklaşım ve kültürel çalışmalar yaklaşımı ön plana çıkmıştır. Yapısalcı yaklaşımlar ise, doğrudan medya sahiplerinin ve kapitalistlerin niyet ve eylemleri yerine, kapitalist ekonomik sistemin kolayca görülmeyen, ama önemli olan dinamiklerinin yapılaşma yönelir. Bu nedenle de hem bu yapının işleyiş stratejilerine, hem de kitle iletişim ürünlerinin üretimine odaklanır. Özetle söylemek gerekirse, yapısalcı çalışmaların merkezi ilgisi, üretim tarzındaki sınıf, iktidar/güç ve ideoloji arasındaki ilişkidir. Yapısal Marksist düşünce biçiminin gelişiminde Poulantzas, Gramsci ve Althusser’in çalışmalarının önemli katkıları vardır(Alemdar ve Erdoğan, 1997).

Althusser’in devletin ideolojik aygıtlarından biri olarak kitle iletişim araçlarına ilişkin değerlendirmeleri, eleştirel iletişim çalışmaları açısından önemli bir açılım sağlamıştır. Althusser, kitle iletişim araçlarının ideolojinin taşıyıcısı kurumlar olarak ele

alması, diğer ideolojik aygıtlar gibi medyanın da egemen üretim ilişki ve biçimlerinin yeniden üretimini hedeflediğini vurgulaması bakımından bize önemli ipuçları verir(Fiske, 1996: 220-222).

Gramsci'nin, hegemonya anlayışı ise, "medyanın ideolojik bir aygıt olarak kavranmasından çok, iktidar sahiplerinin ideolojilerinin kültürel pratiklerin dolayımı ile toplumsal rızaya dönüştürüldüğü bir araç olarak ele alınmasına dayanmaktadır". Bu anlayış, kültürel ve ideolojik konularda, erkin çözümlenmesinde; pazarlıkların, uyuşmaların ve arabuluculukların dikkate alınması gerektiğini ön plana çıkarmıştır(Mattelart, 1998: 19).

Eleştirel ekonomi politik yaklaşım; politik, ekonomik örgütlenme ve siyasal, toplumsal ve kültürel yaşam arasındaki etkileşimle ilgilenir. Maddi ve simgesel kaynaklarının eşit-olmayan paylaşımı tarafından iletişimsel etkinliğin yapılandırılma tarzına odaklanır. Bu yaklaşımda; medyanın yapısı ve içeriğinin, politik ve ekonomik güçler ve üretim ilişkilerince belirlendiği yolundaki temel düşünceden hareket edilir.

İletişim alanındaki kuramsal yaklaşımları genel olarak değerlendirdiğimizde, her bir yaklaşımın kendinden bir öncekine yönelttiği itirazlar göze çarpmaktadır. Paul Elliott da; iletişim alanındaki tüm kaynaklar tarandığında, karşımıza devamlı bir şekilde eski yaklaşımların eleştirilip yerlerine yenilerinin arandığı bir ortam çıktığını belirtir(Yumlu, 1994: 37).

Günümüzde, yukarıda da değindiğimiz gibi, iletişim alanı gün geçtikçe genişlemekte ve sınırları belirsizleşmektedir. Araştırmacılar etkileşim, propaganda, dilde sınıf mücadelesi, kültür endüstrisi, pornografi, şiddet, izleyici profilleri, uluslararası iletişim birlikleri, yayıncılıkta yasal düzenlemeler, yeni iletişim teknolojileri, medyanın ideolojik rolü, tekelleşme, metnin farklı okumaları, iletilerin söylemsel boyutu gibi konularda çalışmalar yapmaktadır.

Liberal-çoğulcu yaklaşım içinde, 1930-1960 yılları arasındaki dönemde; kitle iletişimlerinin işleyiş süreci, kitle iletişim araçlarının gücü, iletilerin toplumsal işlevi, ileti üretim süreci, izleyicilerin iletişim sürecindeki etkinlikleri gibi kitle iletişimlerine ilişkin bir dizi unsur etki sorunu etrafında formüle edilmiştir. 1960 sonrasında ise, liberal-çoğulcu araştırmacılar içinde, kitle iletişimlerine ilişkin farklı konulara yönelenlerin sayısı artmıştır. Örneğin, kitle iletişim araçlarının gücünü etkililik sorularıyla araştıran kimi araştırmacılar, sonraları bu gücün 'nasıl ve kim tarafından kullanıldığı'na ilişkin soruların tartışmaya başlamışlardır. Ayrıca, bu sorulara kitle iletişim kurumlarının çalışma pratikleri ve bu kurumların sosyo-politik çevre ile ilişkilerine duyulan ilgiler eşlik etmiştir.

İletişim Araştırmalarının Gelişiminde Yöntem Tartışmaları

Çalışmanın bu bölümünde, iletişim çalışmaları alanında yöntembilimsel tercihlerin araştırma pratiklerinde nasıl hayat bulduğunu, hangi yaklaşımlar içinde hangi yöntemlerin daha çok kullanıldığını sergilemek adına nicel/nitel yöntembilim ayrımı gözetilecektir. Amacımız iletişim alanındaki yöntembilimsel tercihlerin felsefi ve epistemolojik dayanaklarını tartışmak değildir.

Toplumsal bilimlerde, nicel(quantitative) ve nitel(qualitative) yöntembilim ayrımı, epistemolojik konularla ilişkili tartışmalara işaret etmektedir. Nicel yöntembilim, pozitivist epistemoloji ile ilişkilidir ve daha çok sayısal verilere dayanılarak yapılan analizleri ifade etmektedir. Nitel yöntembilim ise, daha çok anlamlara yapılan vurguyla birlikte, 'anlama'ya dayanan veri toplama ve veri analizi biçimlerini kapsamaktadır(Marshall, 1999: 376).

İletişim çalışmaları alanı özelinde ise, nicel/nitel yöntembilim ayrımı, daha çok Amerikan liberal-çoğulcu ve Avrupalı eleştirel gelenekler arasındaki iki farklı yöntembilim anlayışım ve analiz türünü vurgulamak için kullanılmaktadır. Daha açık bir şekilde ifade etmek gerekirse; Amerikan iletişim araştırmalarındaki nicel yöntembilim anlayışı (siyaset bilimi, sosyoloji, sosyal psikoloji disiplininden etkilenmelerle yürütülen) ampirik ve davranışçı yöntemlerin benimsendiği liberal-çoğulcu çalışmalarla karakterize edilmektedir. Kıta Avrupası geleneğindeki iletişim çalışmalarında ise, nicel yöntembilime karşı mesafeli, toplumsal bilimlerle insani bilimlere buluşturan ve nitel yöntembilim anlayışını ön plana çıkartan eleştirel bir analiz tarzı ön plana çıkmaktadır. Nicel/nitel ayrımı, özellikle 1940'lı ve 50'li yıllarda (istisnaları göz ardı etme pahasına) iki farklı analiz tarzını tarif etmekte kullanılmış ve 1960'lı yıllardan itibaren her iki gelenek içindeki yeni yönelimlerle birlikte tanımlayıcı gücünü yitirmiştir. İletişim çalışmalarındaki 1960 sonrası farklı yöntembilimsel eğilimleri değerlendirebilmek için, öncelikle 1960 öncesinde liberal-çoğulcu ve eleştirel araştırma geleneklerindeki yöntembilimsel tercihler arasındaki farklılıkları gözden geçirmek kaçınılmaz görünmektedir(Marshall, 1999: 377-378).

Amerikan iletişim çalışmaları alanının temellerini atan Şikago Okulu araştırmacıları araştırmalarında toplumsal etkileşimleri incelerken etnografya yöntemini kullanmışlardır. Mahalle monografileri, katılımlı gözlem ve yaşam öykülerinin çözümlenmesi gibi araştırma teknikleri ile kişinin açığa vurduğu öznel yönlerinden hareket eden mikro sosyolojinin de temelini oluşturan bir araştırma tarzını benimsemişlerdir(Mattelart, 1998: 26-27).

Park ve Burgess, birlikte yürüttükleri araştırmalarda belgeci bir yaklaşımla, nüfus sayımı verilerini kullanmış, anket araştırmaları ve katılımlı gözlem tekniklerine yer vermişlerdir. Frankfurt Okulu üyelerinin gerçekleştirdiği ampirik çalışmalarda da nitel yöntemler benimsenmiştir. Frankfurt Okulu'nun ampirik çalışmalarının ünlü örneklerinden biri, Princeton Radyo Projesi kapsamında, 1938 yılında Paul Lazarsfeld ile işbirliği girişimidir. Ayrıca, Leo Lovventhal de, "Edebiyat, Popüler Kültür ve Toplum"(Literatüre, Popular Culture and Society) başlıklı denemeler dizisinde, haftalık dergileri incelemiş ve popüler kültürün yarattığı starların popüler kültürün imgesel evrenindeki yeri ve oynadıkları role dair saptamalarda bulunmuştur(Mattelart, 1998: 26-27).

Liberal-çoğulcu yaklaşım içinde, 1950'li ve 60'lı yıllarda, çoğunlukla ampirik araştırmalar yapıldığı ve istatistiksel veriler ve nicel analizlerin tercih edildiğini ve nicel olmayan yaklaşımların marj ine itildiğini biliyoruz. Amerikan kitle iletişim araştırmasının kurucusu olarak anılan Lazarsfeld'in nicel yöntembilim anlayışı, liberal-çoğulcu yaklaşım içinde özellikle etki araştırmalarında belirleyici olmuştur.

Lazarsfeld, Amerika'da yaptığı çalışmalarda tekrarlara dayalı toplu görüşmeler, anket gibi niceliksel araştırma tekniklerine ağırlık vererek, kitle iletişim araçlarının etkisi konusunda deneysel bir yöntem tasarısı geliştirmiştir. Lazarsfeld'in geliştirdiği yönetsel araştırma tavrı, toplumsal olguların matematiksel olarak biçimselleştirilmesi amacını taşıyan ve saha ve laboratuvar araştırmalarına ağırlık veren bir yöntem anlayışını içermektedir(Mattelart, 1998: 27).

Liberal-çoğulcu yaklaşımda, ampirik çalışmaların yanı sıra kitle iletişim sürecine ilişkin bir takım iletişim modelleri de geliştirilmiştir. Amerikan iletişim alanında özellikle 1940'lı ve 50'li yıllarda ilgi gören ve daha çok etki araştırmalarında kullanılan bu modeller, pozitivist yöntem bilim anlayışının bir parçası olarak değerlendirilmiş ve eleştirilmiştir(Hardt, 1994: 94).

Etki çalışmalarının dayandığı kavramsal çerçeve kadar, bu çalışmalarda kullanılan araştırma yöntemleri de (ne kadar gerçekçi oldukları ve günlük pratikleri ne kadar yansıttıkları bakımından) eleştiri konusu olmuştur. Etki ve izleyici araştırmalarında kullanılan ampirik-davranışçı araştırma yöntemleri; genel anlamıyla toplumsal bilimlerdeki uygulanabilirlikleri açısından, özel olarak da kitle iletişim sürecinde 'etki'yi bulgulama ve açıklama gücü açısından tartışılabilir (İlal, 1991: 74-75).

Anaakım yaklaşımdaki, nicel yöntem bilim yönündeki tercihler, metin analizlerinde de kendisini göstermiş, özellikle 1940'lı yıllardan sonra haber metinleri üzerine içerik çözümlemeleri yapılmaya başlanmıştır. İçerik analizi, ilk kez Berelson tarafından sistematik hale getirilmiş ve daha sonra Holsti de bu tekniğin uygulanma alanları ve ilkeleri konusunda önemli katkılarda bulunmuştur(İlal, 1991: 74-75).

Berelson'un tanımına göre içerik analizi iletişimin açık içeriğinin nesnel, sistematik ve nicel tanımlanmasına yönelik bir araştırma tekniğidir. Bu teknikte önemli olan; yinelenen mesajların, belirlenen kategorilere göre dağılımının sayısal olarak ölçülmesidir. İçerik çözümlemesi tekniğinin kullanımında ve sonuçlarına duyulan güvenin ardında, iletişimin sadece bir anlamı olduğu ve belirlenen kategoriler sayesinde, içeriğin (yani anlamın) ortaya çıkarılabileceği ön kabulü yatmaktadır(Fiske, 1996).

Özetle, iletişim araştırmaları alanında, hem eleştirel hem de liberal-çoğulcu yaklaşımlarda, 1960'lı yılların sonundan günümüze kadar olan dönemde, ağırlıklı olarak nitel yöntemlerin tercih edildiği görülmektedir. Özellikle liberal-çoğulcu gelenek içinde nicel yöntemlerden nitel yöntemlere doğru kayma dikkat çekicidir.

Bu yaklaşım içinde yer alan araştırmacıların, çalışmalarında nitel yöntemlere yönelmelerinde, davranışçı-deneysel yöntemlerin sonuçlarına duyulan güvenin zayıflaması ve yeni araştırma ilgilerinin ortaya çıkması gibi etkenlerin rol oynadığı vurgulanmaktadır. Ancak belirtmek gerekir ki, durum nicel analizlerin tümüyle terk edildiği anlamına da gelmemektedir. Sonuçta, iletişim araştırmaları alanında nitel yöntemler kadar nicel yöntemler de verimli araştırmalara olanak tanımaktadır. Nicel analizlerde önemli olan, araştırmacının bir şeyi açıklamak ve anlamak için sayısal verileri genel sorunlarda nasıl kullandığıdır(İlal, 1991: 76).

Günümüz Tartışmaları

20'inci yüzyılın son çeyreğinde haberleşme, iletişim ve yayıncılık alanında kullanılan tekniklerde hızlı ve önemli gelişmeler yaşanmıştır. Özellikle sayısal iletişim tekniği kullanılarak yapılan radyo ve televizyon yayıncılık hizmetlerinde, analog yayın sistemlerine göre ses ve resim kalitesinin üstünlüğü yanında çeşitli bilgilerin de eş zamanlı olarak ve daha ekonomik koşullarla program iletme olasılığı, ülkeleri bu konudaki araştırmalarını derinleştirmeye sevk etmiştir. Teknolojik açıdan bakıldığında gazete sektöründe de bilgisayarın hakimiyetinden söz edilmektedir. Gazete basılı materyal olarak daha uzun yıllar hakimiyetini sürdüreceği gibi, gelişen teknoloji karşısında da gazete endüstrisinin elektronik yayıncılığa da yöneldiği görülmektedir.

1920'lerden 1960'lara değin evlerimizin başköşelerinde duran radyo önceleri arabalarımızdaki ve ceplerimizdeki yerini alırken, dijital yayıncılıkla birlikte artık yine mobil olmaktan çıkıp ev ve ofislerde sabit konumlarını aldılar. Daha yüksek kalitede ses ve frekans çeşitliliği anlamına gelen dijital yayıncılık ister internet üzerinden ister uydu üzerinden erişilsin henüz mobil duruma uygun bulunmamaktadır.

Düşük band uydularından (Low Band Satellite) yapılan dijital radyo yayınları, mobil kullanıma olanak veren bir yenilik olarak hayatımıza girmiştir(Atabek, 1996). Doğrudan yayıncılık uydularındaki sayıca artışa paralel olarak dijital radyo yayınlarında da bir patlama yaşanmaktadır(Castells, 2002: 212).

Dijital uydu alıcılarının fiyatlarındaki hızlı düşüş, giderek daha fazla hanede bu tür sistemlerin yaygınlaşmasına neden olmaktadır. Özellikle kırsal bölgelerde kablo tv olanağına belki de hiçbir zaman sahip olamayacaklar için uydu yayınları tek çözüm olmaktadır. Gelişen teknoloji doğru eksiksiz ve taze habere çok çeşitli nedenlerle ihtiyaç duyan insanoğluna cevap verebilmek için çalışmaktadır. 21. yüzyıl insanı bir olay hakkındaki bilgiye neredeyse anında ulaşabilmektedir.

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren gelişen teknolojilerle birlikte özellikle 1990 lı yıllar savaşlar canlı yayınlanmakta, muhabirler askerlerle birlikte katıldıkları operasyonları küçük kameralarla uydu teknolojisi aracılığı ile anında aktarabilmektedirler. Bin yıllar öncesinin koşarak bilgi taşıyan habercileri ile günümüz gazetecilerinin arasındaki fark insanoğlunun yaşamındaki değişimin kaçınılmazlığının bir göstergesi olduğu kadar kitle iletişiminin ne kadar büyük bir gereksinim olduğuna da işaret etmiştir. Geçmişte de kitle iletişim teknolojileri önemli bir yere sahip iken artık 1980'li yıllarda gelişen teknolojiyle birlikte daha da önemli hale gelmiştir(Atabek, 1996: 67-68).

Elbette ki teknolojik gelişmelerin baş döndürücü hızı bir biçimde toplumları da etkilemiş ve zaman içinde kitle iletişim araçlarının gelişimi belli bir kültürel alanı yaratmış ya da bu sürece katkıda bulunmuştur. Günümüzde kitle kültürü ve popüler kültür olarak tanımlanan bu olgu birçok teoriyi etkilemiştir.

Kitle iletişimi kapsamında kitlenin özelliklerini Denis Mc Quail, şu şekilde ifade etmektedir: "Ortak bir çıkar çerçevesinde oluşmuş bireylerin oluşturduğu bütündür. Bu ortak çıkar, bireyleri özdeşleşmiş bir davranışa ve aynı amaca yöneliktir. Bununla birlikte kitleyi oluşturan bireyler birbirlerini tanımazlar ve aralarında çok sınırlı bir ilişki vardır.

Eylemleri birbirlerine yönelik değildir. Bu bireylerin örgütlenme düzeyleri çok düşüktür ya da hiç örgütlü değildirler. İzleyicilerin düzeni süreklilik kazanmamıştır. Ne bir öndere nede bir kimlik duygusuna sahiptirler(McQuail ve Windahl, 2006).

Kültürler, iletişim süreçlerinden oluşur. Ve bütün iletişim biçimleri, Roland Barthes ile Jean Baudrillard'ın yıllar önce ortaya koyduğu gibi, göstergelerin üretimine ve tüketimine dayanır. Bu yüzden, “gerçeklik” ile simgesel sunum birbirinden ayrı tutulamaz. Bütün toplumlarda insanlar simgesel bir çevre içinde var olur ve bu çevre aracılığıyla hareket ederler. Dolayısıyla, basılı iletiden görsel-işitsel iletiye bütün iletişim tarzlarının elektronik bütünleşme çerçevesinde örgütlendiği yeni iletişim düzeninin tarihsel açıdan özgül yönü, sanal gerçekliği devreye sokması değil, sanal gerçekliği kurgulamasıdır(Castells, 2002: 212).

Dünya nüfusunun büyük bir bölümü CNN’i izleyebilmektedir. On milyonlarca Çinli, Hintli, Fransız ve Malezyalı, bir bakıma egemen otorite için CNN’den bile daha etkin kitle ve iletişim aracı olan “Dallas” ve “Honeymooners”ı seyretmektedir. Bu evrensel görüşme sürecine girmiş olan insanlar Madonna ve Benetton, Pepsi ve Prince için oy kullanırken, demokrasi, özgür ifade, serbest pazarlar ve para ile insanların serbest dolaşımı için de oy vermektedirler. Indira Gandhi Üçüncü Dünya’da devrimin bir köylünün bir televizyon oyununda modern bir buzdolabı görmesiyle başlayacağını söylemiştir. Bu ifade, evrensel kültür pazarının gücünü tam olarak özetlemektedir. Bu milyarlarca “kültür tüccarı”, şimdi dünyanın en güçlü toplumsal ve siyasal kuvvetidir. Komünizmin yıkılmasının ve Avrupa’nın birleşmesinin temelinde bu yatmaktadır. İslami söylemlerin artması ve hareketlenmesinin ortaya çıkmasında ve bunların -ümitsizce- halklarını modernlikten uzak tutma çabalarının gerisindeki en büyük etkenlerden biri de evrensel kültür pazarı karşısında duyulan korku olduğu söylenebilir.

Günümüzde en fazla tartışılan konulardan biri de medyada egemenliğin kullanımınıdır. Özellikle 20. yüzyıl ikinci yarısından itibaren gelişen teori ya da görüşler kitle iletişim araçlarının teknoloji sayesinde ulaştığı güce odaklanmışlardır. Bir tür egemenlik aracı olarak kullanılan medyanın gücünde kitle kültürü ve popüler kültür önemli hale gelmiştir.

Popüler kültür gündelik yaşamın kültürü olarak düşünülenlere göre, gerçekliğin olumsuz yanlarından kurtulmaya yarayan ve yapay mutluluklar üreten bir kültürdür. Popüler kültür ürünlerinde dile getirilen fantazyalar, egemen sınıfların karşısında yer alan sınıfların içinde üretilmiş olsalar bile, günümüzün teknolojikleşen toplumlarında aldatici bir karakter taşıdıkları ve dile getirdikleri toplumsal/bireysel beklentiler halk kesimlerinin gündelik pratikleri içinde ve büyük ölçüde iktidar bloğunun hegemonik kültürü bağlamında, onun tarafından biçimlendirilerek üretildiği için, gerçekliğin görülmesini engellerler.

Dar anlamıyla, emeğin gündelik olarak yeniden üretilmesinin bir girdisi olan eğlenceyi içerirken, geniş anlamıyla, belirli bir yaşam tarzının ideolojik olarak yeniden üretilmesinin ön koşullarını sağlar. Gündelik ideolojinin yaygınlaşma ve onaylanma ortamını yaratır. Aynı zamanda gündelik olandan daha yoğun olan ama onun ritmiyle iç içe geçen rutinleşmiş hazlar sağlar ve çöşkusal doyumuyla disiplin oyununu da meşrulaştırır(Mutlu, 1991: 17-19).

Popüler kültürü geniş bir nüfus tarafından paylaşılabilen inançlar, pratikler ve bunların içerdikleri normların, örgütlenmesi olarak değerlendirildiğinde; kaynağını yerel geleneklerden alan inançlar, pratikler ve nesnelere, bir yandan “halk” ve “popüler” olanı kapsarken diğer yandan da siyasal ve ticari merkezlerden doğan inançları, pratikleri ve nesnelere paylaşılan kitleyi kapsar(Schudson, 1999: 169-170).

Benzer olarak, egemen kültürlere karşı direnme, her zaman karşıt kültür öğeleri oluşturan ve tamamen yapılanmış bir kültüre karşı olmayabilir – bu kültür her zaman vardır, ama bazen kendi kendini durdurma gereksinimi içindedir. Karşıt kültür değerleri, yalnızca egemen kültür mücadelesi bağlamında oluşup yapılabilmektedirler. Bu mücadelede, kaynaklardan bazıları, sözü edilen kültürden alınabilir ve eğer olanaklı ise birtakım uzlaşma noktaları aranabilir böyle yaparak, çelişen değerlerin yinelenmesi, yankılandığı ve kolayca duyulabilir oldukları bir alan yaratılır(Bennet, 1982: 70-71).

Günümüzde Kitle İletişim Teorilerine İlişkin Genel Değerlendirmeler

McLuhan ve Baudrillard’ın Medya Kuramları

McLuhan ve Baudrillard’ın medya kuramlarını, bu iki düşünürün kitle iletişim araçlarının işlevi, etkisi, tarihteki rolü ve kitle iletişim süreçlerinin anlamı hakkında yaptıkları çözümler bağlamında karşılaştırmakta fayda vardır. Böylelikle hem bu iki düşünürün medya kuramlarının temel unsurlarını ortaya koymuş, hem de onları birbirleriyle ilişkisi çerçevesinde çözümlenmiş olacaktır.

Öncelikle ifade edilmesi gereken, ne McLuhan’ın ne de Baudrillard’ın sistematik birer medya kuramı ortaya koyduklarıdır. Her şeyden önce bu iki düşünür medyanın rolü ve etkisi hakkında yaptıkları çözümlerinin sonuçlarını birer “akademisyen” olarak değil, birer “retorik ustası” olarak ortaya koymuşlardır. Bu durum onların fikirlerinin kimi zaman anlaşılmasız bulunmasına, kimi zaman da görmezden gelinmesine yol açmışsa da, 1960 sonrasında batı kültürü ve toplumu dünyasını medya bağlamından hareketle köklü bir eleştiriye tabi tutan bu iki düşünürün geliştirdikleri düşünceler, iletişim çalışmalarının kuramsal zemininin ve eleştiri geleneğinin güçlendirilmesi noktasındaki önemini korumaktadır(Baudrillard, 1991).

Öncelikle Baudrillard’ın, McLuhan kadar ayrıntılı bir medya kuramı ortaya koymadığını tespit etmek gerekir. McLuhan, özellikle 1950’lerden itibaren entelektüel uğraşlarının temelini iletişim teknolojilerinin yarattığı dönüşümleri almış, bu doğrultuda hem tarihi hem de çağdaş toplumsal ve kültürel yapıyı açıklayacak kuramlar geliştirmiştir. İnsan yapımı olan bütün teknolojilere birer medya formu olarak bakan McLuhan, her yeni iletişim teknolojisinin yeni bir toplumsal çevre yarattığı tezini öne sürdükten sonra iletişim teknolojileri üzerine ayrıntılı çözümler yapma gereksinimi duymuş, böylelikle de karşımıza detaylı bir iletişim kuramı çıkmıştır(Marshall, 1999).

Buna karşın Baudrillard, iletişim teknolojilerine, çağdaş anlamlandırma sistemleri hakkındaki daha genel ilgisinin bir parçası olarak yönelmiş, bu nedenle kitle iletişim ortamları arasında çoğu zaman bir ayrıma gitmemiştir. Örneğin Baudrillard gazete ve

televizyonun birer iletişim ortamı olarak ne tür özellikler gösterdiği ile fazla ilgilenmez.

Baudrillard, daha ziyade medyanın rolü ve etkisi hakkında yaptığı çözümlenmelerde kitle iletişim ortamlarını bir bütün olarak ele almayı tercih eder. Bununla birlikte, Baudrillard'ın düşünce dünyasında medya çözümlenmelerinin özel bir yeri vardır. Baudrillard'ın medya kuramı ilk olarak tüketim toplumu analizlerinde ve daha sonra da simülasyon çağı çözümlenmelerinde şekillenir. Baudrillard, başlangıçta modern dünyadaki iletişimsizlik süreçlerini, daha sonrasında ise yeni toplum u ve sistemi keşfetmek amacıyla eserlerinde kitle iletişim araçlarının anlamı, işlevi ve etkileri üzerinde yoğun bir biçimde durmuştur(Marshall, 1999: 345-347).

McLuhan ve Baudrillard'ın medya kuramlarının birbirlerine en yaklaştıkları nokta, “iletişim ortamı” ve “mesaj” arasındaki ilişkiyi yorumlama tarzlarıdır. McLuhan'ın meşhur formülünde ifadesini bulan, iletişim ortamı mesajın ta kendisidir yaklaşımı, Baudrillard'ın anlam ve enformasyon arasındaki ilişkiyi tartışırken başvurduğu öncüllerden bir tanesidir. Mc Luhan, kitle iletişim süreçlerinin içerik merkezli geleneksel yorumuna karşı çıkar ve iletişim sürecinde esas olanın mesajın içeriği değil, mesajın yapılandırıldığı iletişim ortamı olduğunu öne sürer.

McLuhan'a göre böylesi bir tespit yapmak ve iletişim aracının mesajın ta kendisi olduğunu hatırlatmak yüzyıllardır bir denetim aracı olarak her şeyi ayırıp böldüğünü düşündüğü Batı kültüründe “sarsıntı yaratıcı” bir faaliyette bulunmak anlamına gelmektedir.

McLuhan için bir medyanın içeriği, hırsızın bekçi köpeğinin aklını çelmek için ona uzattığı kanlı et parçasından başka bir şey değildir. İçerik, dönüştürücü ve etki edici bir güç olmayıp, yüzeysel bir unsurdur ve kendi basına kitle iletişim süreçlerini açıklamaktan acizdir. Ona göre bir iletişim ortamının içeriği ancak bir başka iletişim ortamı, bir başka çevre olabilir. Örneğin elektronik çevrenin içeriği endüstri çağının mekanik çevresidir ya da televizyonun içeriği film, kitabın içeriği kelime, kelimenin içeriği harftir(Marshall, 1999: 345-347).

Aynı şekilde, önemli olan televizyonun verdiği içerik değil, bir iletişim teknolojisi olarak yarattığı görünmez çevredir. Bu nedenle televizyonun mozayiki, içerikten tamamen bağımsız olarak Amerikan cehaletini derin bir sofistikasyona dönüştürmeyi başarabilmekte, gazetede ki içerik televizyonda sunulduğunda tarihte esi benzeri görülmeyen bir çevre yaratılmakta, bu çevrede insanların algıları, duyuş biçimleri, düşünceleri ve kültürleri yeniden şekillenmektedir. İletişim ortamı mesajın ta kendisidir.

Benzer bir bakış açısı Baudrillard'ın televizyon hakkındaki çözümlenmelerinde de karşımıza çıkar. Baudrillard, “simülasyon çağı” nda televizyonun kendisinden baksa hiçbir şeye göndermede bulunmayan bir iletişim ortamı olarak çözümlenmesi gerektiğini öne sürerken, Mc Luhan'ın “dahice formülü”ne başvurmak gerektiğini ifade eder.

Göstergenin kitle iletişim ortamı dışında hiçbir varlık alanı olmadığına inanan Baudrillard, tıpkı Mc Luhan gibi iletişim aracı(nın) mesajı yuttuğunu ve “kendisi(nin) çoklu iletişim aracına dönüştüğünü ifade eder. Baudrillard ayrıca, elektronik iletişim teknolojileri ile birlikte Batı dünyasının parçalı ve mekanik teknolojiler eliyle yaşadığı

üç bin yıllık patlamanın ardından için için kaynadığının tespitini yapan Mc Luhan'ın kavramlarından hareketle simülasyon çağında mesajın iletişim ortamında için için kaynadığını onun içinde eridiğini öne sürer.

Bağımlılık Kuramı

Bu model, izleyici etkilerini medya ve izleyicilerin var oldukları daha kapsamlı toplumsal yapı bağlamında ele alır. Medya sistemleri ve daha geniş toplumsal sistem arasındaki etkileşimi açıklamaya çalışır. Toplumlar giderek daha karmaşık hale geldikçe, bireylerde daha kapsamlı toplumsal dünya hakkında enformasyon edinebilmek ve kendilerine bir yönelim kazandırabilmek için medyaya daha çok bağımlı hale gelir(Mutlu, 1991: 320).

Özellikle gelişmiş toplumların bireyleri enformasyon kaynağı olarak medyaya yüksek derecede bağlı olurlar. Bunun nedeni, toplumsal koşulların gelişmiş olmasıdır. Medya iletilerinin sayısı ve önemi arttıkça bu bağımlılık da artar. Ayrıca bu kurama göre insanların iletişim araçlarına bağımlılıklarının derecesi kültürden kültüre değişiklik gösterebilir.

Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı

Klapper, bu yaklaşım geliştirilene kadar “kitle iletişimi halka ne yapar?” sorusu üzerinde yoğunlaştıklarını, ancak kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının daha anlamlı bir soru sorarak, gönderici-ileti-alıcı modelindeki gönderici egemenliğini sonlandırarak “halk kitle iletişim ile ne yapar?” sorunu üstünde durulduğunu ifade eder (Alemdar ve Erdoğan, 1997: 187).

Katz, Gurevitch ve Haas kitle iletişim araçlarını bireylerin başkalarıyla birleştirme veya birleştirmeme için kullandıklarını söyleyerek kitlesel medyanın sosyal ve psikolojik işlevleri üzerine otuz beş gereksinimi listeleyip bunları beş kategoriye yerleştirmişlerdir. Bu kategoriler şunlardır (Alemdar ve Erdoğan, 1997: 188):

- Bilişsel gereksinimler (bilgi kazanma ve anlama);
- Duygusal gereksinimler (duygusal, haz verici, estetik deneyimler);
- Kişisel bütünleştirici gereksinimler (inanırlılık, güvenilirlik, istikrar ve statüyü güçlendirme);
- Sosyal bütünleşme gereksinimleri (Aile, arkadaşlar ve benzeri ile bağlantıları güçlendirme);
- Gerginlikten kurtulma gereksinimleri (Kaçış, kurtuluş ve oyalanma, eğlence). Bireyler gereksinimlerini gidermek için birçok araçtan yararlanırlar ve bu araçlardan bazıları da kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçları yoluyla bireyler ihtiyaçlarını giderir, bilgi kazanır ve gerginliklerden kurtulur.

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bireyleri pasif durumdan çıkartarak seçimleri olan, kendi etkilerini kendileri arayan, amaçları doğrultusunda tercihler yapan aktif izleyici yaklaşımını ortaya koymuştur. Yaklaşımına göre bireylerin toplumsal ve bireysel

gereksinimleri vardır ve bu gereksinimleri karşılamakta kullanılan kişisel ve çevresel olanaklar olmadığı veya yetersiz olduğu koşullarda, bu gereksinimlerini diğer görevsel seçeneklerle gidermeye çalışırlar. Gereksinimlerle ilişkili olan sosyal ve kişisel yapılar farklılaşmış bireysel sorunlar bileşimini ortaya çıkarır. Bu farklılık doyum aramada farklı güdüleri oluşturur. Bu farklılaşmalar da iletişim araçlarını farklı şekilde ve farklı nedenlerle kullanma ile sonuçlanır. Kitle iletişim araçları öteki gereksinim giderme kaynaklarıyla rekabet eder ve doyuma ulaştırdığı gereksinimler insan gereksinimlerinin belirli bir parçasını kapsar(Alemdar ve Erdoğan, 1997: 188-190).

Bireyler iletişim araçlarını yukarıda da bahsedildiği gibi gereksinimlerini karşılamak için kullanırlar. Elde edilen doyumlar, kullanımların sonucunda kazanılır. Kişiler, dinlenme, yalnızlığı giderme, heyecan, eğlence gibi çeşitli doyumları arar ve kullanım sonucunu elde ederler.

Lasswell'in kim, neyi, hangi kanaldan, kime, hangi etkiyle söyler biçiminde tanımladığı etkili iletişim sürecinin yerine "kim, hangi mesajları neden ve ne gibi yarar getirdiği amacıyla seçmektedir?" sorusu almıştır. Yani bu yaklaşımda gönderici egemenliğinin yerini, alıcı egemenliği almıştır. Kitle iletişim araçlarından gelen mesajlar, alıcı durumunda olan hedef kitle tarafından kabul edilmediği ve yorumlanmadığı sürece anlamsızdırlar(Gökçe, 2002: 220).

Bireylerin kitle iletişim araçlarını başka olanaklara tercih edip kullanmasının toplumsal sonuçları açıklamadığı, anahtar kavramları tanımlamada belirsiz olduğu gibi eleştiriler, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına getirilmiştir. Gereksinimler ile doyumlar ilişkisi yeterli ölçüde açıklanmamıştır. Hangi gereksinimin hangi doyuma götürdüğü ve doyumların hangi gruba dahil olacağı açıkça belirlenmemiştir. Oysa ki doyumun kişisel, toplumsal, evrensel, kültürel ve siyasal boyutları bulunmaktadır(Gökçe, 2002: 220).

Suskunluk (Sessizlik) Sarmalı

Suskunluk ya da Sessizlik sarmalı kuramı Noelle-Neumann tarafından geliştirilmiştir. Kurama göre kitle iletişim araçlarının kamuoyu üzerinde güçlü etkileri vardır. Ancak bu etkilerin araştırma kısıtlamaları nedeniyle geçmişte kestirilemediği ve sezilemediği tartışma konusudur. Noelle-Neumann kitle iletişimin üç özelliğinin; birikimliliği, her yerde hazır olması ve uyumunun kamuoyu üzerinde güçlü etkiler oluşturmada birleştiğini belirtmektedir.

Bu model gündem belirleme modelinin negatif ayna imajıdır. Kitle iletişim araçlarının belirli konuları ve sorunları ve bunların tartışmasını halkın görmesinden uzaklaştırma yeteneği üzerinde durur. Bu araçların etkilerinin çoğu kamuoyunun fikir ikliminin sekilendirilmesinden ibarettir. Toplumsal çevrede egemen olan eğilimler hakkındaki düşünceler kişilerin davranışını oy verme kararını da kapsayacak şekilde etkiler(Alemdar ve Erdoğan, 1997: 237-238).

Noelle-Neumann'ın suskunluk sarmalı insanların çevrelerini dikkatle gözlemlediklerini, diğer insanların ne düşündüğünü, eğilimlerinin ne olduğunu, hangi görüşlerin yaygınlaşıp hangilerinin kabul gördüğünü algıladıklarını ileri sürer. Kitle iletişim araçları sessizlik sarmalını üç şekilde etkileyebilir(Alemdar ve Erdoğan, 1997: 444):

1. Baskın olan düşüncelerle ilgili izlenimleri şekillendirir.
2. Çoğalmakta olan düşüncelerle ilgili izlenimleri şekillendirir.
3. Bir kimsenin düşüncelerini toplum önünde dışlanmadan söylenebileceği ile ilgili izlenimleri şekillendirir.

Gündem Belirleme Modeli

Gündem oluşturma ve kitle iletişim araçlarının kamuoyuna etkisi çok önceki dönemlere dayandırılmaktadır. Bununla birlikte Gündem Kurma Teorisi, “kitle iletişim araçlarının ülke ve dünya sorunları hakkında kamuoyuna bilgi sunmasının, bu konuların kamuoyunda da bir önceliğe sahip olması sonucunu doğurduğu” düşüncesinden hareketle 1972 yılında Maxwell E. Mc Combs ve Daniel L. Shaw tarafından ortaya atılmıştır. Teori, kitle iletişim araçlarının haberlerin şeklini, içeriğini oluştururken belli konu ve görüşlere öncelik vererek kamuoyu için gündemin oluşturulduğu üzerine kuruludur.

Gündem belirleme düşüncesinin merkezinde, medya gündeminde öne çıkan konuların, kamu gündeminde öne çıkan konuları yansıttığı düşüncesi bulunmaktadır. Teorik olarak bu gündemler, iletişim içeriğinin her yönüyle oluşabilmektedir. Gündem belirleme yaklaşımında, medyanın vurgu yaptığı konular ile izleyicilerin bu konulara ilgi göstermeleri arasında nedensel bir ilişki kurulmaktadır.

Gündem belirleme çalışmalarında önemli olan nokta, medyanın konuların nisbi önemliliğine karar verip vermediğidir. Medyanın bir konuya verdiği sıklık derecesi, haberin uzunluğu, başlığın genişliği, konumu gibi unsurlar bir konunun ne kadar önemli olduğunun algılanmasına etki etmektedir ve bu bağlamda gündem belirleme araştırmaları temel olarak iki konu üzerine odaklanmakta ve iki varsayımla temellenmektedir. Birinci varsayım; medyanın gerçeği yansıtmadığı, daha çok gerçeği filtre edip şekillendirdiği, ikinci varsayım ise; az sayıda konuya medyanın yoğunlaşmasının, bu konuları öteki konulardan daha önemli ya da daha dikkat çekici konular olarak, halkın algılamasını yönlendirdiğidir.

Gündem belirleme; aynı zamanda medyanın gerçeklik tanımlama işlevinin başka bir şekilde ifade edilmesidir. Gündem belirleme yaklaşımı, olayların gerçek yaşamdaki durumları ile medya içeriklerindeki görünümü arasındaki ilişkinin sorgulanması durumunu da gündeme getirmiştir (Gökçe, 2002: 207). Medyanın gündemi tespit ederek, bireylerin evreni algılamalarını şekillendirdiğini ve yönlendirdiğini, sonuçta bireylerin toplumsal gerçek hakkındaki tasavvurlarının inşa edildiğinin altını çizmektedir. Özellikle medya gündeminin şekillenmesinde eşik bekçileri, gerçekliğin biçimlendirilerek yeniden inşa edilme sürecinde önemli bir rol oynamaktadır.

Bu teorinin temel varsayımı, kitle iletişim araçlarının konuyu ele alış biçimleriyle halkın çeşitli konuları anlayışının açıklanabileceği üzerinde durulur. Medya gündem hazırlarken konuların seçiminde izleyici için taşıyacağı önemi göz önünde tutulur. Burada temel düşünce izleyicinin konularla ilgili tutumlarının değişme değil, anlama ve idrak etmenin gelişmesidir. Gündem belirleme iletişim araçlarındaki gündemi toplum üzerindeki etkileri ile ilgili iken, gündem kurma iletişim araçlarının ve kamunun

gündemlerinin kamusal siyaseti etkilediği daha geniş bir süreci dile getirmektedir(Mutlu, 1991: 319).

Gündem kurma teorisinin temel varsayımı kitle iletişim araçlarının her siyasal kampanya için dikkati siyasal konulara çekerek, etkide bulunduğu ve gündemi düzenlediğidir. Medyanın belirli konulara verdiği önem ve ağırlığın, izleyicilerin aynı konulara önem ve ağırlıkla karşılaştırılması yoluyla test edilir. Gündem hazırlamada en etkili yol kamuoyu araştırmasıdır. Bu model seçim kampanyaları ve reklam tekniğinin de ilk ve en önemli adımudur.

Gündem oluşturma tezinin savunucuları önceki kitle iletişim araştırmalarının üzerinde durduğu “tutum değiştirme” yerine “bilme ve farkında olma” üzerinde durmuşlardır. “Gündem belirleme (hazırlama) görüşünde, kitle iletişim araçları konular hakkında tutumlar yerine ‘farkında olmayı’ yaratır. Böylece, dikkat, görüşlerin biçimlenmesinden kitle iletişim araçlarının halkın nüfuz sahasında olan konular hakkında belli ‘idrakinin’ rolünün özelliklerine çevrilmiştir”(Alemdar ve Erdoğan, 1997: 222).

Gündem oluşturma hipotezi, kitle iletişim araçlarının toplum üzerinde bir etkisinin olduğunu söylediğinden dolayı önemlidir. Bu etkilerin anlamlı olduğuna dair göstergeler vardır. Bir seçim kampanyasında medyanın üzerinde durduğu konular, önemsetme işlevi aracılığıyla bir adayın lehine etki yaratabilir. Medya bununla birlikte birtakım kişisel özelliklerin üzerinde durup diğerlerini görmezden gelerek bir adayla ilgili belirli bir imajın yaratılmasına yardımcı olabilir. Halkla iliksiler uygulamacısı için gündem oluşturma, halkın dikkatini yakalamak için doğru bir biçimde olayın çerçevelenmesinin önemini ortaya koyar. Bunun yanında gündem oluşturma konusunda yapılan çoğu araştırmada basının toplumdaki gerçekleri yansıtmadığı görüşü hakimdir.

Bu noktaya kadar olan değerlendirmeler ışığında, iletişim kavramı tanımlanarak kitle iletişim süreçleri ve onun belirleyenleri açıklanmaya çalışılmıştır. Kitle iletişim araçlarının etkileri konusunda literatürde öne çıkan teoriler değerlendirilmiştir. Bu bağlamda, ilgili teorilerden olan gündem belirleme kuramının değerlendirilmesinde fayda bulunmaktadır.

Sonuç

Günümüz dünyasında, gelişmiş ya da gelişmekte olan tüm toplumlardaki bireyler gündelik yaşamlarında farklı amaçlarla da olsa kitle iletişim araçlarını kullanmakta, kitle iletişim araçlarının etkisine maruz kalmaktadırlar. Kitle iletişim araçlarındaki çeşitlilik teknolojinin gelişmesine bağlı olarak artmaktadır. Toplumsal yaşamda ortaya çıkan ihtiyaçlara bağlı olarak gelişen teknoloji ve kitle iletişim araçlarındaki çeşitlilik, medyanın kullanım biçimini, bireysel alışkanlıkları ve bunlara bağlı pek çok şeyi değiştirmektedir.

Kitle iletişim alanında yapılan çalışmaların büyük bir çoğunluğu, etki konusu üzerine odaklanmıştır. Medya etki araştırmaları tarihsel olarak üç dönem altında incelenmekte ve ilk dönemde; kitle iletişim araçlarının güçlü etkileri, ikinci dönemde; sınırlı etkiler, üçüncü dönemde ise; tekrar güçlü etkiler üzerine yoğunlaştığı görülmektedir.

Elbette ki tüm araştırmalara, bu çalışma bağlamında yer verilmesi çok zordur. Ancak temeldeki gelişim sürecinin özellikle sanayi devriminden başlayarak ekonomik, toplumsal ve siyasal alanda yaşanan değişimlerin iletişim araştırmalarını da Şekillendirdiği gözlenmektedir. Teknoloji ile birlikte iletişim olgusunun gelişimi günümüzde medyanın gücü, tekelleşmesi, bireyler üzerindeki etkileri, kitlelerin egemen güçlerce nasıl yönetildiği gibi birçok konuyu kapsamaktadır.

Kaynaklar

Adorno, Theodor, (1997). “*Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünmek*”, Erol Mutlu (ev.&der.), Ankara: *Kitle İletişim Kuramları Okuma Parçaları*.

Agenda-Setting Theory, http://en.wikipedia.org/wiki/Agenda-setting_theory, Erişim Tarihi: 20 Mayıs 2015.

Alemdar, Korkmaz ve Erdoğan, İrfan, (1997). *Başlangıcından Günümüze İletişim Kuram ve Araştırmaları*, Ankara: My Yayınları.

Atabek, mit, (1996). “*İletişim Teknolojileri ve İnternet: Eleştirel Bir Perspektif*”, Ankara: Telekomünikasyon Dergisi, Sayı:1.

Baudrillard, Jean, (1991). *Sessiz Yığınların Gölgesinde ya da Toplumsalın Sonu*, ev., Oğuz Adanır, İstanbul: Ayrıntı.

Benhabib, Seyla, (1996). “*Kamusal Alan Modelleri*”, Cogito: Kent ve Kültürü, İstanbul: Yapı ve Kredi Yayınları, Sayı 8.

Bennett, Tony, (1982). “*Politics, Ideology and Popular Culture*”, Nazife Güngör (Der.), Popüler Kültür ve İktidar, London : Open University Press.

Castells, Manuel, (2002). *Gerçek Sanallık Kültürü*, İstanbul: Cogito, Yapı Kredi Yayınları, Sayı:30.

Curan J., Anan, (1994). “*Kitle İletişimi Araştırmasında Yeni Revizyonizm: Bir Yeniden Değerlendirme abası*”, Mehmet Küçük (der.&ev.), *Medya, İktidar, İdeoloji*, İstanbul: Ark Yayınevi.

Demir, Songül, (1998). “*Kamusal Alanın Belirlenmesinde Ben ile öteki'nin Yeri*”, Doğu Batı Dergisi, Sayı 5 Kamusal Alan, 3.b.s. Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Fiske, John, (1996). *İletişim alışmalarına Giriş*, İstanbul: Ark Yayınları.

Hardt, Hanno, (1994). “*Eleştirelin Geri Dönüşü ve Radikal Muhalefetin Meydan Okuyuşu: Eleştirel Teori, Kültürel alışmalar ve Amerikan Kitle İletişimi Araştırması*”, Mehmet Küçük (der.&ev.), *Medya, İktidar, İdeoloji*, İstanbul: Ark Yayınevi.

İlal, Ersan, (1991). *İletişim, Yığınsal İletim Araçları ve Toplum*, İstanbul: Der Yayınları.

Lang, Kurt, (1997). *İletişim Araştırmaları: Kökenleri ve Gelişmesi*, Ankara: Kitle

İletişim Kuramları Okuma Parçaları.

Marshall, Gordon, (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*, İstanbul: Bilim ve Sanat Yayınları.

Mattelart, Armand M., (1998). *İletişim Kuramları Tarihi*, İstanbul: İletişim Yayınları.

McQuail, Denis ve Windahl, Sven, (2006). *İletişim modelleri: Kitle İletişim Çalışmalarında*, İstanbul: İmge Yayınları.

Mutlu, Erol, (1991). *Televizyonu Anlamak*, Ankara: Gündoğan Yayınları.

Gökçe, Orhan, (2002). *İletişim Bilimine Giriş: İnsanlararası İlişkilerin Sosyolojik Bir Analizi*, Ankara: Turhan Kitabevi.

Schudson, Michael, (1999). “Popüler Kültürün Yeni Gerçekliği: Akademik Bilinç ve Duyarlılık”, Nazife Güngör (Der.), Popüler Kültür ve İktidar, Ankara: Vadi Yayınları.

Yumlu, Konca, (1994). *Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları*, İzmir: E. Ü. Yayınları.