

## KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE TOPLUMSAL YAŞAM

Ceyda ILGAZ BÜYÜKBAYKAL\*

### *The Mass Media and Social Life*

*The mass media enhances the opportunities of modern individuals to express themselves as well as creates social changes and diffuses them. In this study, where social functions of the mass media are considered, it is pointed out that the mass media plays a significant role in shaping the behavior and attitudes of individuals.*

**Key words:** mass media, social life.

Günümüzde elektronik teknolojisinin, bilgisayarların iletişim alanında yaygın olarak kullanılmaya başlanması ile birlikte iletişim hız ve yaygınlık kazanmıştır. Bu hız ve yaygınlık insanoğlunun kitle iletişim araçları ile sarılmış, donatılmış bir dünyada yaşamını sürdürmesini gerektirir olmuştur.

Kitle iletişim araçları, günümüzün yaygın değişimiyle medya kullandığı sözel ve gösterge dil ve tüm gündelik pratikleri, spordan siyasete, sanattan eğlenceye bireyin içinde biçimlendiği, kendini yeniden ürettiği toplumsal olguları anlamlandırmakta ve tanımlamaktadır. (Oktay, 1995: 169) Bugün yaşadığımız dünya gittikçe medyanın yapılandığı bir dünya haline gelmektedir. Toplumsal yaşam bir bakıma televizyon kanalları, radyo, sinema, gazete ve bilgisayarlar tarafından şekillenmektedir. Medya sadece haber ve eğlence programları yoluyla

insanları beslemekte aynı zamanda, insanlara bir yaşam tarzı kazandırmaktadır.

Bilgi, düşünce ve davranışların aktarılması süreci olan iletişim olgusu insanlık tarihi kadar eski bir olgudur. İnsanların öğrenmek ve bilmek gereksinimleri ise radyo, televizyon, gazete, dergi, kitap, reklam, telefon, telgraf ve bilgisayar gibi kitle iletişim araçları sayesinde karşılanmaktadır. Bu araçlar herhangi bir bilgiyi, kısa sürede geniş kitlelere hızlı bir biçimde ulaştırabildikleri için günlük yaşamda son derece önemli bir yere sahiptir. Günümüzde çok sayıda insan ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal gelişmeler hakkında bilgi edinebilmek amacıyla kitle iletişim araçlarından faydalanmaktadır. "Her toplumdaki farklı sosyo-ekonomik ve kültürel sınıflara ait bireyler yüzyıllar boyunca iletişime önem vermişlerdir. İnsanların iletişime duydukları gereksinim nedeniyle bu alanda her geçen gün çarpıcı geliş-

\* Yrd. Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü.

meler ortaya çıkmaktadır. Gazetelerden televizyon kanallarına, telsizlerden radyo vericilerine, lap-top bilgisayarlardan görüntülü cep telefonlarına farklı iletişim araçlarındaki gelişmeler ve yenilikler insanoğlunun bu alanda ulaştığı noktayı göstermektedir." (Büyükbaykal, 2003: 185-186)

Latince kökenli communication sözcüğünün karşılığı olan iletişim sözcüğü en basit düzeyde iletiyi gönderen (kaynak), iletiyi alan (hedef-kitle) ve bu süreç sırasında gönderilen bildirim (ileti) olmak üzere 3 unsura dayanmaktadır. İletişim sürecinde seslenilmek istenen toplumsal kesimlere hedef kitle adı verilmektedir. Kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkilerini inceleyen ve elektronik iletişim araçlarının kültürü yaygınlaştırarak dünyayı global bir köye dönüştüreceği görüşünü öne süren Mc Luhan 'araç iletidir' sözüyle iletinin gönderildiği aracın önemini belirtmiştir.

"Geleneksel iletişim sürecinde yer alan öğeler kitle iletişim sürecinde de bulunmasına karşılık: kitle iletişimi, kullanılan araçlar, iletilen haber ve bilgilerin içeriği ve seslenen kişiler yönünden farklılık ve özellikler taşır. Kitle iletişim araçları kullanımı yoluyla yapılan iletişimde ise, iletişim kişiler arasında değildir. Bir topluluk içerisinde türdeş olmayan ve tek tek özellikleri kesin olarak bilinmeyen bir kitleye, bu iş için geliştirilmiş araçlar ile bir kaynaktan seslenilir. İletişim basın, radyo, televizyon gibi bu iş için özel olarak öngörülmuş kurumlar aracılığıyla gerçekleşmektedir. Haberin yayımı, kültürün yayılması, kişiler ya da gruplar arasında rastlantısal buluşmalara bağlı değildir. Aksine, sürecin işlenmesi için isteme dayanan bir yaklaşım ve bu amaçla geliştirilen kurumlar söz konusudur. Bu kurumlar, klasik iletişim şemalarındaki 'gönderici' bireyden farklı olarak bir iletişim kuruluşu ya da kurum-

laşmış kişidir. Alıcı da değişiktir. İletiyi alan ve veren arasındaki ilişki dolaylı hale gelmiştir. Alıcı birey gazete okuyan, televizyon izleyen, radyo dinleyendir." (Atabek & Dağtaş, 1998: 304-305)

Kitle iletişiminin konu kapsamı olarak çeşitlilik taşıdığı ve kitle iletişim araçlarının hedef kitlelerin özelliklerine ve gereksinimlerine göre biçimlendikleri görülmektedir. Kitle iletişimi sürecinde kaynak birden fazla kişidir. Kitle iletişim araçlarının hedef kitlesi ise global bir özellik taşımaktadır. Örneğin farklı kıtalarda yaşayan, birbirlerinden çok uzakta yaşayan insanlar aynı yayını, aynı filmi izleyebilmekte, aynı kitabı okuyabilmekte ya da aynı starı dinleyebilmektedir. Kitle iletişim araçları, toplum içinde düzenli olarak yayımlanan, dolayısıyla hedef kitleye sunulan haber ve bilgi unsurlarının, düşünce ya da konuların somutlaştırılmış biçimidir. Toplumun büyük bir bölümünün alıcı konumunda olduğu kitlelere yönelik iletişim kitle iletişimini, bunu sağlayan araçlar da kitle iletişim araçlarını oluşturmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının toplumsal işlevleri ile ilgili olarak 1980 yılında yayımlanan Mac Bride Raporu'nda şu şekilde sıralanmaktadır: Habercilik, toplumsallaştırma, motivasyon, tartışma ve diyalog, eğitim, kültürel geliştirme, eğlence ve bütünleştirme.

Kitle iletişim araçlarının, insanların bilgilendirmenin insanlara, dünyada olup bitenler hakkında haber iletmenin yanı sıra insanları eğlendirme, insanların boş zamanlarını değerlendirilmesini sağlama gibi temel işlevleri vardır. Örneğin; tiyatro, sinema, dans, müzik ve spor gibi eğlence niteliği ağır etkinliklerle bireyi rahatlatma işlevi görür. Toplumsal değişikliklerin meydana getirdiği gerilimlerden uzaklaşmak için yapılan yayınlarla

bir hayal dünyasının yaratılmasına neden olmaktadır.

Kitle iletişim araçları dünyada yaşanan gelişmeler ile ilgili haberler vermenin yanı sıra, insanların siyasal olaylar hakkında bilgi edinmelerinde de kullanılmaktadır. Bireylere içinde yaşadıkları toplumla bütünleşme olanağı sağlayacak, toplumsal birleşmeyi ve kamusal yaşama etkin bir biçimde katılmak için zorunlu olan bilinçlenmeyi kolaylaştıracak ortak bir bilgi ve düşünce fonu yaratan kitle iletişim araçları "halka yönetim ve siyaset hakkında bilgi aktarmak, yönetimin dördüncü kuvveti olmak, kriz anlarında kitleleri hızla uyarmak, bireylerin rahatlamasına ve onların boş zamanlarını değerlendirmelerine yardımcı olmak gibi çok sayıda işlevi yerine getirirler." (Girgin, 2003: 50)

Kitle iletişim araçlarının toplumsal yaşam üzerindeki etkilerini Aysel Usluata şu şekilde sıralamaktadır: "1-Toplumsal değişiklik yaratıp, bunların yayılmasını sağlayabilirler. 2-Kamuyu ilgilendiren konuların önemlerini vurgulayabilirler. 3-Niteliksiz müzik, oyun ve ortaya çıkardıkları kişiliklerle 'popüler' kültür yaratabilirler." (Usluata, -: 85)

Günümüzde artık iletişimin çok geniş bir çerçeve içinde incelenmesi gereken toplumsal bir süreç oluşturduğunu kabul etmeliyiz. Kitle iletişim araçları yalnızca görüşleri yansıtmakla kalmaz, tutumların oluşmasına katkıda bulunur. Geniş halk kitlelerini ideolojik anlamda etkilemede büyük önemi bulunan bu araçlar siyasal bilincin oluşmasında da etkili rol oynamaktadır.

"Kitle iletişim araçları, bir yandan özellikle siyasal mesajların özgür ve doğru olarak kitleye iletilmesi görevini üstlenirken, diğer yandan da kitlenin siyasal seçkinlere duy-

duğu ilgiyi artırmak, kamuoyuna fikir, kanaat ve faaliyetlerini açıklamak, dolayısıyla toplumu oluşturan bireylerin etkilenmelerini sağlamak işlevini yürütürler." (Bektaş, 1996: 118)

Kitle iletişim araçları dünyanın birçok ülkesinde özellikle haber üretiminde ve haberlerin değişik bakış açılarına dayanan düzenlemeleri açısından büyük bir güce sahiptirler. Kamuoyunun gündemini oluşturmaktan kaynaklanan güç sayesinde kitle iletişim araçları günümüzün en etkili siyasal güçlerinden biri haline gelmiştir. Bu araçların toplumsal bir işlevi de gündem oluşturmadaki başarılarıdır. Bunun en büyük örneğini seçim dönemlerinde görmekteyiz. Seçim öncesi yapılan olumlu ya da olumsuz yayınlarla kamunun görüşleri ve düşünceleri etki altına alınmaktadır. Bu bağlamda kitle iletişim araçlarının birer ikna ve eğitim aracı olduğu söylenilebilir. Yine kitle iletişim araçları ile yayılan bilginin saptırılması durumunda toplumun olaylar hakkında yanlış bilgilendirilmesi söz konusu olabilmektedir. Bir takım olumsuz etkilerine rağmen kitle iletişim araçları insanların davranış ve tutumlarında önemli rol oynamaktadır."

"Kitle iletişim araçları çağdaş insanın yaşam deneyimlerinin ufkunu daraltmamakta, tersine genişletmekte; çağdaş insanın kendini ifade etme olanaklarını arttırmaktadır." (Oskay, 1993: 15)

Kitle iletişim araçları sayesinde uluslararası işbirliği ve kültür alışverişi gerçekleşebilmektedir. Toplumlar arasında sanat ve kültür alanlarındaki karşılıklı etkileşim bu sayede daha da artmaktadır. Kültürel sürekliliği sağlayan bu araçlar toplumu değişikliğe de hazırlayabilme yetisine sahiptir. Aynı zamanda kitle iletişim araçları ait oldukları toplumun kültürel mirasının korunmasında

ve gelecek nesillere aktarılmasında da önemli bir yere sahiptir.

Medyanın insan yaşamı üzerinde merkezi bir rol üstlendiği görüşünü savunan ve televizyonun insan yaşamı üzerindeki etkilerini araştıran George Gerbner dört temel dayanak ortaya sürmektedir. "Bunlardan ilki modern toplumlarda insanlar hayali veya dış kaynaklara bağımlı hale gelmektedir. Bu da, toplum bilincinin oluşumunda kitle iletişim araçlarının etkinliğini açıkça göstermektedir. İkinci olarak izleyiciler televizyonlarda üretilen ürünlerin içerisinde gizli olan mesajları absorbe etmeye meyillidirler. Üçüncüsü, televizyon toplumun tüm sosyal katmanlarını etkilediği ve her yere girdiği için toplumun görüşlerini geniş biçimde aktarma imkanına sahiptir. Dördüncüsü, şiddet olgusu televizyonun kurduğu toplumsal düzende önemli rol oynamaktadır." (Özsoy, 1998: 176)

Çağdaş toplumların en etkin ve en yaygın kültür üretme aracı olan televizyon, içinde yaşadığımız çağa damgasını vuran kitle iletişim araçlarının başında gelmektedir. Gelişmiş ülkelerde enformasyon kaynağı olarak görülen radyo ve özellikle televizyonun enformasyon dağıtımındaki önemi gün geçtikçe daha da artmaktadır. "Televizyon sosyal değişimi gerçekleştirici ve ideolojik değerleri oluşturan hareketin bir parçasıdır." (Fiske, 1995: 45) Michelle Backes'a göre ise "Televizyon ve gelişen teknoloji günümüzde bir çok manipülasyona yol açmaktadır. Bugün izleyicilere sunulan görüntülerin birçoğu büyük şirketlerin temsil ettikleri gerçeğin görüntüleridir. Böylece izleyici kitlesi kimi zaman sahte gerçeklere inandırılmaya yönlendirilmektedir." (Backes, 2002: -)

Küreselleşme olgusunun ortaya çıkmasında, kitle iletişim araçları oldukça önemli bir işlev üstlenmiş, küreselleşmenin oluşumunda itici bir güç oluşturmuş, dünyayı saran iletişim ağları yeni değerlerin, fikirlerin tüm dünyaya yayılmasını ve tanıtılmasını sağlamıştır. Dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen bir olay, kitle iletişim araçları sayesinde dünyanın her yerine ulaştırılmaktadır. Kitle iletişim araçlarının etkinliği ve yaygınlığı teknolojik gelişmelerle inanılmaz boyutlara ulaşmıştır. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler son yıllarda ivme kazanmıştır. Teknoloji alanında inanılması güç hızdaki gelişmeler insanoğluna yazılı, sözlü ve görsel nitelikli çeşitlilik ve kolaylık sunmaktadır. İnsanlar teknolojik anlamda yaşadıkları şaşırtıcı gelişmeler karşısında mümkün olan en fazla bilgiye ve habere ulaşabilmek amacıyla çağdaş teknolojinin nimetlerinden olabildiğince yararlanmak istemektedirler.

Günümüzde kitle iletişim araçlarının gücüne ve bu araçlarla yürütülen faaliyetlerin etkinliğine duyarsız kalmak olanaksızdır. Üstelik kitle iletişim araçları birbirlerini tamamlar niteliktedir. Örneğin bir siyasal partinin kampanya çalışmasında, bir firmanın ürün ya da hizmetinin hedef kitleye sunumu ve benimsetilmesinde, sanatsal-kültürel etkinliklerin kamuoyuna ulaştırılmasında, yine sportif faaliyetlerin geniş halk kitlelerine ulaştırılmasında toplumu değişik biçimlerde etkileyen herhangi bir olayın ilgili ya da yetkili kişilere aktarılmasında daima kitle iletişim araçları büyük rol oynamaktadır. Bu noktada önemli olan ise, kitle iletişim araçlarının toplum yararı gözetilerek etkin bir biçimde doğruluk, tarafsızlık ilkeleri çerçevesinde kullanılmasıdır.

**Kaynakça**

- OKTAY Ahmet, Medya ve Hedonizm, İstanbul, Yön Yayınları, 1995
- BÜYÜKBAYKAL Güven, İletişim ve İletişim Sürecinin Yaşamımızdaki Yeri, İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı:16, İstanbul, İ.Ü. Basım ve Yayınevi, 2003
- ATABEK Nejdet & DAĞTAŞ Erdal, Kamuoyu ve İletişim, Eskişehir, Etam Baskı, 1998
- GİRGİN Atilla, Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i, İstanbul, İnkılap Yayınları, 2. Baskı, 2003
- USLUATA Ayseli, İletişim, İstanbul, İletişim Yayınları
- BEKTAŞ Arsev, Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi, İstanbul, Bağlam Yayınları, 1996
- OSKAY Ünsal, Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri, İstanbul, Der Yayınları, 1993
- ÖZSOY Osman, Kitle İletişim Araçlarının Kamuoyu Oluşumunda Kümülatif Etkisi, İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı:7, İ.Ü. Basımevi, 1998
- FİSKE John, Television Culture, London, Routledge, 1995,
- BACKES Michelle, Television and Culture, The Consumer Drug, Çevrimiçi:  
<http://www.loyola.edu>, 15.11.2002

