

İLETİŞİM SOSYOLOJİSİNİN DOĞUŞ NEDENLERİ

*Gül BATUŞ

Toplumsal yaşam, tarih boyunca insanların başlıca ilgi odağı olmuş, çeşitli düşünürler kendi bilgi donanımları doğrultusunda sayısız soruna çözüm yolları aramışlardır. Örneğin, Yunan filozoflarından, Hegel'e kadar insan ve toplum sorunları felsefe ile açıklanmaya çalışılmış, 19. yüzyılda toplumsal koşulların bir zorlaması olarak ortaya çıkan Sosyoloji, felsefenin soyut bulgularının gerçek yaşamda nasıl şekillenebileceğini araştırmaya başlamıştır.

Ancak, insanın yaşamında birbirinden farklı pek çok ilişkiyi aynı anda yürütmesi, değişik rolleri üstlenmesi, toplumun sadece genel sosyoloji ile açıklanamamasını sonuçlandırmış ve bu bilim kısa sürede, Aile Sosyolojisi, Eğitim Sosyolojisi, Din Sosyolojisi vb. gibi alt başlıklara bölünmüştür.

Toplumun sürekliliğinin temel koşulu olan iletişim olgusunun da sağlıklı bir biçimde incelenebilme gereksinimi bu ayrımda İletişim Sosyolojisi'nin de yer almasının başlıca nedenidir. Tarihsel süreç içinde nicelik ve nitelik bakımından

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

birbirinden farklı olarak şekillenen, sayısız toplumda egemen olan iletişim olgusunun anlaşılması, ait olduğu sosyal gerçekliğin ekonomik, politik ve kültürel yapısı hakkında önemli ip uçları verebilir.

İletişim sorununun sosyolojik bir anlatımla açıklanmasının bir diğer nedeni de, özellikle 15. yüzyıldan itibaren yaşanan teknolojik gelişime bağlı olarak, iletişimin de teknolojinin bir ürünü olduğu ve bu doğrultuda araştırılması gerektiği yanılığının altını çizilebilir. Örneğin, uygarlık tarihini yapan ve değiştiren iletişim teknolojisidir diyen iletişim bilimci McLuhan'ın ünlü "araç mesajdır" tanımlaması, teknolojiyi her türlü gerçekliğin üstünde tutarken, dinamik birer varlık olan toplumların kültürel ve otantik özelliklerinin göz ardı edilerek, çeşitli dönemlerde bir örnek birimler olarak algılanmasını sonuçlamaktadır. Oysa bir teknik yenilik, ancak üretime yönelik yatırım için seçildiği ve bilinçli olarak bir toplumsal kullanım yolunda geliştirildiği zaman önem kazanır, aksi durumda bir teknik yeniliğin toplum için bir anlamı yoktur. Bu nedenle iletişim olgusu, ancak içinde şekillendiği toplumun sosyo-politik ve kültürel özelliklerine dayanılarak açıklanabilir.

İletişim Sosyolojisi, iletişimin kitlesel bir nitelik kazandığı 20. yüzyılın bir ürünü olduğu için, ana teması kitle iletişiminin ve bunu olanaklı kılan kitle iletişim araçlarının işleyiş süreçlerini ve etkilerini saptayabilmektir. Ancak, kitle iletişimin sosyal etkilerine yönelik kitle iletişim araçlarının kitle üzerine yarattığı duygusal sonuçları incelemeyen ya da aynı mesaja karşı, değişik sosyo-kültürel çevrelere mensup kişilerin verecekleri farklı yanıtlar göz önüne alınmadan, kesin olarak saptayabilmek mümkün değildir. Bu nedenle, Kitle İletişim

Sosyolojisi ana başlığı altında yapılan çalışmaları, iletişim ve kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki sosyo-kültürel ve psikolojik etkilerini saptamaya yönelik araştırmalar bütünü olarak tanımlamak daha doğru olacaktır. Bu alanda çalışma yapan ilk araştırmacıların pek çoğunun sosyolog değil, psikolog, sosyal psikolog ve antropolog olması da bu görüşü doğrular niteliktedir. Daha önce de belirtildiği gibi, iletişim araştırmalarının temelinde kitleleşme olgusu vardır. 16. yüzyıla kadar toplumlar, aralarında yüzyüze ve doğrudan ilişkilerin egemen olduğu az sayıda insandan oluşmakta, aile ve iş ortamının birlikteliği, babadan oğula geçen meslek ilkeleri, kurumsal alan-özel alan ayırımını ortadan kaldırmakta, özellikle sözlü olarak kulaktan kulağa aktarılan geleneklerle, değişim ancak kendi doğal ivmesi içinde yaşanmaktadır. İş yaşamı ile toplumsal yaşamın birbirinden ayrılması ancak belirli bir bürokratik örgütlenme olan Devlet'in varlığı ile mümkün olabilmiş, artan nüfus ve bilimsel ilerlemelerle, özellikle ticari amaçlı dışa açılmalar, bu toplumdaki iletişim sisteminin de büyük bir değişime uğramasına neden olmuştur.

Latince Comunicationem, komün yapmak, herkesin kullanımına sunmak anlamına gelen iletişim sözcüğünün ilk dönemlerde ticari bir nitelik kazanmasının nedeni budur. Malların değiş tokuşu için gerekli olan pazar arayışı, iletişimin yavaş yavaş kitleleşmesini, zamanla burjuva sınıfını oluşturacak olan tüccar sınıfının belirginleşmesini sonuçlamıştır. Bu bakış açısından hareketle, kitle iletişimin, özellikle 15. yüzyıldan sonra kullanıma giren matbaanın da yardımı ile güçlenen burjuva sınıfının egemenliğindeki kapitalist toplumlarda gelişen bir anlayış olduğunu söylemek mümkündür.

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ SOSYO-POLİTİK ANLAMI

Kitle iletişimi teknik olarak, en kısa sürede, birbirinden uzak mekanlarda bulunan en fazla sayıda insana ulaşmayı hedefleyen bir süreçtir. Ancak bu açıklama, iletilen mesajların geniş kitleler üzerinde yaratacağı etkileri açıklamaktan uzaktır. 20. yüzyılın tartışılmaz gerçekliği olarak ortaya çıkmış olan bu iletişim biçiminin toplumların yaşamında meydana getirdiği değişiklikler özellikle I. ve II. Dünya Savaşları sırasında hissedilmiştir; zira bu savaşlar, insanlık tarihi içinde dünyayı topyekün etkileyen, milyonlarca insanın yaşamını alt üst eden kitlesel hareketlerdir. Kitle iletişimi üzerine yapılan ilk çalışmaların global bir yaklaşımla gerçekleşmesi, farklı araçların ve toplumların varlığının göz ardı edilmesinin temel nedeni de bu gerçeklikten kaynaklanır.

Kitleselleşme ve kitle iletişiminin açıklanabilmesi için gerekli olan kitle tanımlaması, çeşitli düşünürler tarafından farklı biçimlerde yapılmıştır. Olumlu ve olumsuz yaklaşımlar olarak iki büyük kategoriye ayrılan bu görüşlerin en belirgin temsilcileri, kitleyi, anlamsız, kişiliksiz ve yabancılaşmış insanlar toplamı olarak gören ve onların oluşturduğu toplumu, tarihsel süreç içinde şekillenen en kötü, en belirsiz toplum olarak niteleyen Ortega Y. Gasset ile kitleselleşmeyi, geniş kitlelerin, tarihin hiçbir döneminde olmadığı kadar toplumsal yaşama katılmalarını ve yüzeysel de olsa pek çok konu hakkında görüş sahibi olmalarını mümkün kılan olumlu bir yaklaşım olarak gören Edward Shilds'dir. Shilds'e göre, kitle

İletişim araçları, toplumlarda var olan sınıflararası ayrımları ortadan kaldıran, geleneksel kültür kadar tatminkar olmasa da modern ve demokratik bir topluma uygun, eşit dağılımlı bir genel kültürün oluşumuna olanak tanıyan bir işlevi yerine getirmektedir. Bütün olumlu ve olumsuz görüşlerin ortak noktası, kitlenin bürokrasi, yabancılaşma ve tüketime yönelik üretimin egemen olduğu ileri sanayi toplumlarının bir gerçekliği olduğunu kabul etmeleri iken düşünülen yanılgı, kitle iletişim araçlarının, onları ellerinde bulunduranların denetimi altında olduklarını göz ardı etmeleridir. Bu eksikliği ortadan kaldırmak ve kitle iletişim araçlarının sosyo-politik etkilerini saptayabilmek için göz önüne alınması gereken gerçekleri:

a) Kitle iletişimi, kullanılış biçimine göre, toplumlarda var olan kültürel değerlerin ve bilgi biçimlerinin değişmesine ya da daha da kuvvetlenmesine neden olabilir,

b) Farklı enformasyon biçimleri, değişik eğitim ve kültür düzeyindeki kişiler tarafından farklı şekillerde algılanmakta, toplumda ekonomik zenginlik kadar, kültürel zenginlikte bir sınıfsal ayırım haline gelmektedir,

c) Kitle iletişim araçlarının güç ve önemi, Althusserin,*devletin ideolojik aygıtları* olarak tanımladığı okul, aile, kilise gibi sosyal kurumların etkisinin azalmasıyla artar. Ana başlıkları altında sıralamak mümkündür.

Yukarıda belirtilen gerçekleri de göz önünde bulundurarak yapılacak bir kitle iletişimin temel görevi; geniş halk kitlelerinin, sanayi toplumlarında hızlı bir biçimde yaşanan ahlaki, sosyal, ekonomik ve politik değişimleri de göz ardı etmeden, uyum sağlayabilecekleri bir örnek bir kültür anlayışına hazırlayabilmektir.

KİTLE İLETİŞİM SOSYOLOJİSİNDE İLK ÇALIŞMALAR

1930 ve 40'lı yıllar dünyanın her anlamda alt üst olduğu ve yeni bir yapılanmaya gidildiği dönemdir. Sanayileşmenin getirdiği kapitalizm gerçeği, öncelikle savaşlar sırasında ve sonrasında yaşanan faşizm ve komünizm ideolojileri, toplumsal yaşamın, doğrudan ve dolaylı olarak kendisini hissettiren pek çok iç ve dış faktörler doğrultusunda şekillendiğini ortaya koymuştur. Artık insanın bireyselliği ortadan kalkmakta, var olan düzenin dayattığı doğrultuda yeni davranış biçimleri ve kollektif değer yargıları, dünya toplumlarının bir örnek modeller haline dönüşmelerine neden olmaktadır.

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra bu ayırım daha net bir biçimde ortaya çıkmış ve dünya Kapitalist Batı, Sosyalist Dođu Bloku olmak üzere iki farklı kutuba bölünmüştür. Politik ve ekonomik temelli bu ayırım içinde, insanın durumu ve geleceği sorunsalı, sosyal bilimcilerin başlıca ilgi odağı haline gelmiştir.

Kitleselleşme ve kitlelerin kimlik sorununa bir çözüm getirebilecek olan kitle iletişim araçlarının analizi, kitle iletişim sosyolojisinin temelini teşkil etmektedir. Bu alandaki ilk çalışmaların, kitle iletişim araçlarının ve bunlar karşısındaki savunmasız insanın konu edinmesinin temel nedeni, araştırmacıların hemen hepsinin, savaşları yoğun biçimde hissetmiş, bireysel ve toplumsal yaşamlarının tek bir ses, tek bir güç tarafından alt üst edilmesine tanıklık etmiş olmalarından kaynaklanmaktadır. Örneğin, Lasswell'in 1948'te oluşturduğu

ünlü, kim, neyi, kime, hangi kanallarla ve ne amaçla iletiyor? formülünün çözümlenmesi, kitle iletişim araçlarının ellerinde bulunduranların yapısını, yapılacak içerik analizleri, mesajın amacını, hedef kitlenin niteliğini ve var olan ekonomik düzeyi açıklayacak ip uçları vermesi açısından son derece önemlidir. Buradaki eksiklik, düşünürün toplumsal yaşamdaki değişimleri sadece kitle iletişim araçlarına bağlayıp, hedef kitleyi edilgen bir gerçeklik olarak kabul etmesidir. Oysa Lasswell'den kısa bir süre sonra bu alanda çalışmaya başlayan Lazarsfeld, sosyolog olmasından da kaynaklanan kolaylıkla, hedef kitlenin edilgenlikten uzak, tam aksine, kitle iletişim araçlarının ve mesaj içeriklerini yönlendirme yeteneğine sahip olduğu görüşünü ileri sürmüştür. Lazarsfeld ve arkadaşları, kitle iletişimin insan davranışlarının değişimdeki rolünü, "Bireysel bir davranış ya da inancı değiştirebilme girişimi, bireyin bu görüşü başkalarıyla paylaştığı ve içinde bulunduğu grup tarafından onaylandığı ölçüde sonuçsuz kalacaktır." düşüncesinden hareketle inceleme konusu yapmıştır. Lazarsfeld'in başarısı, kitle iletişim araçlarının ancak hedef kitleyi anlayıp, ona bir kimlik verebildikleri oranda etkili olabileceklerini saptayabilmiş olmasıdır.

İnsanların, kitle iletişimi ile yüzyüze gelene kadar, önce aile ortamında sonra da okulda sosyalleşmeye başladıklarını ve bu etkilerin, bireysel ve psikolojik yapılarında kolay değişmeyecek izler bıraktığını söyleyen J.T. Klapper de, kitle iletişim araçlarının, izleyicilerin var olan fikirlerini değiştirmekten çok, ters tepki doğuracağını belirterek ve mesajların anlamsızlaşacağını belirterek, iletişimde insan ve grup faktörünü ön plana çıkarmıştır. Kitle iletişiminde insanı temel alan Davranışsal Modeller özellikle Amerika'da önem

kazanırken Kıta Avrupası'nda toplum ağırlıklı iletişim modelleri gelişmiştir. Örneğin, kitle iletişimine eleştirel bir bakış açısı ile yaklaşan Frankfurt Okulu temsilcileri, kitle iletişim araçlarının tartışılmaz etkisi altındaki kapitalist sanayi toplumlarının değer yargılarını, yaşam koşullarını irdelerken, yaşanan değişimlerin sadece bu araçlardan kaynaklanan nedenlere bağlanmasının sakıncalarını dile getirmeye çalışmışlardır. Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, Walter Benjamin, Herbert Marcuse gibi düşünürlerin temsilciliğini yaptığı Frankfurt Okulu, kapitalist sistemde insanların ekonomik açıdan iyi bir düzeye gelebilmek için özgürlüklerinden ödün verdiklerini endüstriyel sistemin totaliter bir nitelik taşıdığını ancak bu totalitarizmin baskıcı toplumlardaki gibi açık ve net biçimde değil, yaratılan yapay gereksinimler ve ilgilerle insanları yönlendirerek gerçekleştiğini belirtirler. Bu eğilimler, beklenti ve davranış biçimleri zamanla yaşam tarzına dönüşmekte ve tatmin edilmediklerinde, politik alanda ilgisizlik, sosyal alanda mutlak bağımlılık, bireysel alanda Frankfurt Okulu temsilcilerine göre, kişi çevresindekileri taklit ettiği, olayları tartışmasız özümseydiği ve kendi bireysel özelliklerini göz ardı ettiği oranda kapitalist toplum içinde var olabilir. Bu taklit sürecinde, sistemin en büyük yardımcıları kitle iletişim araçlarıdır. Bu araçlar gerçeği istenilen biçimde ortaya koyarken, tek boyutlu insanların ve toplumların oluşmasına neden olmaktadır. Avrupalı düşünürlerin kitle iletişim çalışmalarına yaptıkları en büyük katkı, iletimin kültürel boyutunu irdeleyip, kitle toplumu ve kitle kültürü gerçeğini kavramlaştırmış olmalarıdır. Örneğin, Adorno, 19. yüzyıl burjuva kültürünü, ileriye yönelik yıkıcı bir kültür olarak tanımlarken, 20. yüzyılın tekelci

kapitalist kültürünü, karşı koyma gücünü yitirmiş, düzenin bir parçası biçiminde algılamaktadır. En genel tanımıyla, insanların maddi ve manevi alanda yarattıkları tüm değerlerin toplamı olan kültür bu anlayışta manevi anlamını yitirerek tüketime dayalı ürün üreten bir endüstriye dönüşmektedir. Ancak bu endüstrinin ürettiği ve sunduğu yaşam biçimleri, insanların ekonomik güçlerini zorladıkça, toplumun değerleri etik niteliklerini kaybetmekte, sosyo-kültürel yaşamda, kitle iletişim araçlarının oluşturup, maddi gücün işlerlik kazandırdığı değerler egemen olmaktadır. Frahkfurt Okulu'nun başarısı, o dönemde yaşanan gerçekleri, sosyo-kültürel bir bakış açısı ile ortaya koyabilmiş olmasıdır. Ancak, bu olumsuzluklara nasıl bir çözüm bulunabileceği hakkında bir görüş belirtmemiştir.

Kitle, kitle iletişimi ve kitle kültürü gibi kavramlar, 1930'lu yıllardan beri sosyal bilimcilerin başlıca ilgi alanlarını oluşturmaktadır. Araştırmacıların bireysel donanım ve deneyimlerinin çalışmalarına yansımalarının kaçınılmaz sonucu olarak, ilk dönemde psikoloji ve sosyal psikoloji metodları ile yapılan araştırmalarda elde edilen bulguların, evrensel bir değer kazanamamış olması, sosyoloji yöntemleriyle gerçekleştirilen, daha bütünleştirici ve ulusal olduğu kadar uluslararası ortak sonuçları hedefleyen girişimleri başlatmış, 20. yüzyılın tartışılmaz gücü olan teknoloji karşısındaki insanın ve toplumların durumu uzun süre tüm ayrıntılarıyla incelenmiştir.

Kitle iletişim alanında 1950'li yıllardan sonra yapılan çalışmaları daha önce olduğu gibi, yöntem açısından kesin çizgilerle birbirinden ayırmak mümkün değildir. Teknolojinin gelişimi, iletişim olanaklarının artması, sosyo-politik temelli blokların ortadan kalkması, dünyanın bütünleşmesini ve sorunların globalleşmesini sonuçlamaktadır. 1960-80 arasında

yapılan araştırmaların, insan, toplum, kültür gibi kavramlardan çok, teknolojiyi konu edinmesi ve kitle iletişimin maddi yönünün ön plana çıkarmasının nedeni de yaşanan bu globalleşmenin gerçek sorumlusunun teknik donanım olduğunun düşünülmesidir. Ancak günümüzde, örneğin Baudrillard gibi düşünürler, teknoloji karşısında kültür ve evrensel kültür anlayışını irdeleyerek, bilgi çağı insanların içinde buldukları sosyo-kültürel çıkmazlara evrensel çözüm yolları aramaktadırlar.

KAYNAKÇA

- ALEMDAR Korkmaz-Erdoğan İrfan, İletişim ve Toplum, Tutucu ve Değişimci Yaklaşımlar, Bilge Yayınevi, Ankara, 1990.
- AVCI Nabi, Kitle Kültürü-Enformatik Cehalet, Rehber Yayıncılık, Ankara, 1990.
- BAUDRILLARD Jean, Amerika, Çev.Yaşar Avunç, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1996.
- BENNET Tony, "Theories of the Media, Theories of Society", içinde: Culture, Society and Media, Ed.Michael Gurvitch, Tony Bennet, James Curran, Janet Wollacott, Routledge, London and New York, 1988.
- GASSET Ortega, Y., La Ribellione delle Masse, Il Mulino, Milano, 1962.
- LIVOSI Marino, "Comunicazioni di Massa", İçinde: Politicæ Societæ 1, A cura di Paolo Farneti, La Nuova Italia, Firenze, 1979.

- STATERA Gianni, *Società e Comunicazioni di Massa*, Palumbo, Palermo, 1980.
- WOLF Mario, *Teorie delle Comunicazioni di Massa*, Strumenti Bompiani, Milano, 1979
- WOLF Mario, "Le Discrete Influenze", İçinde: *Problemi dell'Informazione* 3 aylık medya ve enformasyon dergisi, Mulino, Bologna, Aralık, 1996.

