

Kültür ve Medya

Dr. Bekir KOCADAŞ*

Özet: Türkiye, tarihi geçmişi ve jeopolitik konumu nedeniyle dünya güç odaklarının siyasal, kültürel ve sosyo-ekonomik çıkar çatışmalarının merkezinde bulunan en önemli ülkelerden biridir. Bütün bu sebeplerden dolayı, Türkiye sürekli iç ve dış tehditlere maruz kalmıştır. Böyle önemli bir noktada bulunan Türkiye'nin siyasal ve ekonomik olarak güçlü olması, dünyadaki mevcut dengelerin değişmesine sebep olacak bir özelliğe de sahip olduğu bilinen bir gerçektir. Sürekli olarak iç ve dış tehditlerle uğraşan bir Türkiye, Türkiye'den başka herkesin lehine olmuştur. Bir ülkenin güçlü olmasının üç önemli faktörü gerektirdiği bilinmelidir. Bunlar siyasal, ekonomik ve kültürel faktörlerdir. Bu faktörlerden birinin eksik olması, ülkenin bütünlüğünün gerçekleşmesine engel olmaktadır. Kültürel bütünlük siyasal ve ekonomik bütünlüğünde ön şartlarından biridir. Kültürel değerler üzerine medya vasıtasıyla yöneltilen saldırılar konunun önemini ortaya koymaktadır. İletişim, kültürler için her zaman her devirde çok önemli olmuştur. İletişim ve ulaştırma vasıtaları toplumların kan taşıyan damarları gibidir

Anahtar kelimeler: Kültür, medya, iletişim

Giriş

Çağımızda en büyük değişim iletişim alanında yaşanmaktadır. Teknoloji alanında meydana gelen gelişmeler her şeyden önce iletişim alanında kendini göstermekte ve toplumda varlığını hissettirmektedir. Medya, kültürün ulusal ve uluslar arası düzeyde bireylere ulaştırılması noktasında önemli bir görev üstlenmektedir. Diğer taraftan medya (yazılı basın, radyo, televizyon, internet vb. gibi), özellikle toplumsal hayatta bireylerin çeşitli sosyal ihtiyaçlarını gidermek için sık sık başvurdukları önemli bir kaynaktır. Bireyler bu kaynağı bilgi edinme, eğlenme, haber alma maksadıyla kullanırken, medya da topluma ve dolayısıyla bireylere karşı sorumluluklarını, doğru ve tarafsız olarak bilgilendirme, eğitim, eğlendirme ve sosyalleştirme vb. gibi fonksiyonları yerine getirerek yapar. Meseleye

*İnönü Üniv. Fen-Edeb. Fak. Sosyoloji Bölümü, / Malatya
bkocadas@inonu.edu.tr

bu açıdan bakıldığında, toplumda en önemli iki kurumdan biri kültür diğeri medya olarak görülmektedir. İki kurumun önemi ve değeri bizi bu meseleye değinmeye yöneltmiştir.

Kültür

Kültürün etimolojik açıdan kökenine inilirse, Latince’de tarım anlamına gelen Cultura kelimesinden geldiği görülmektedir. Batı dillerinde daha sonra Culture olarak kullanılan bu kelimenin zamanımıza kadar gelen Osmanlıca karşılığı hars kelimesidir (Çeçen 1994: 9). Diğer taraftan Avrupa’da kültür terimini 19.Yüzyılın sonunda İngiliz Antropologları, etnografya tarafından incelenen toplumlara özgü olan düşünce, eylem biçimleri, inançlar, değer sistemleri, simgeler ve tekniklerin tümünü anlatmak üzere kullanmışlardır. Sosyolojide kültür kavramı, etkileşimlere yön veren senaryo ve rollerin işleyişinin daha iyi anlaşılmasına yardım eden bir kavram olarak kullanılmaktadır. Kültür terimini bu anlamda ilk kez kullanan İngiliz Antropologu E.B.Taylor, kültürün ünlü ve bugün de geçerli olan bir tanımını yapmıştır; kültür, “etnografyadaki en geniş anlamında, bilgi, sanat, hukuk, ahlak, töre ve tüm diğer yetenek ve alışkanlıkları içeren karmaşık bütün”dür (Duvenger: 74). E.B.Taylor’un bu çalışmalarından sonra kültür üzerine yapılan araştırmalar hız kazanmıştır.

Kültür üzerine yapılan bu çalışmaların, günümüze kadar devam ettiğini söylemek yerinde olur. Çeçen’e göre, kültür konusuna her disiplin kendi açısından değişik yaklaşımlar getirmiştir. Kültür bir tanım içinde ortaya konamayacak kadar geniş boyutlara sahip bir kavramdır. Bu nedenle herkesin üzerinde birleşebileceği bir tanım ortaya koyabilmek oldukça zordur belki de olanaksızdır. Ne var ki, insanların yarattığı tüm değerler ve ürünlerin topluca kültürü oluşturduğu genel olarak benimsenmektedir. Kültür kavramının çok yönlü bulunması gerçeği karşısında, verilen tanımlar daha çok ortak öğelere dayanan yönlerde geliştirilmektedir. Gene de bu tür tanım denemelerinin başarılı oldukları söylenemez. Tanımı yapan kişinin içinden geldiği disiplin ve yetiştirme biçimi verilen tanımın içeriğini belirlediği gibi sınırlarını da çizmektedir. Kültür sorunu insanların varlığını ve etkinlik alanlarını içine alan bir yapıdadır. Getirilen tanımlar, geliştirilen açıklamalar bu sorunun değişik yönlerinin tanınmasını sağlamaktadır. Bu tür gelişme de, birlik ve bütünlük yerine konunun daha da karmaşık yapıya dönüşmesine yardımcı olmaktadır (Çeçen 1994: 10).

Bazı kültür tanımlarını vermek yerinde olur. İlk olarak, 1969 yılında toplanan UNESCO uzmanlarının yapmış oldukları tanıma göre kültür: “Bir insan topluluğunun kendi tarihi tekamülü hususunda sahip olduğu şuur

demektir; o surette ki, bu insan topluluğu bu tarihi tekamül şuuruna atfen varlığını devam ettirme azmini gösterir ve gelişmesini sağlar.” (Köseoğlu 1992: 147). Güngör’e göre kültür, bir cemiyette bir arada yaşayan insanların hayatın muhtelif problemlerine karşı denedikleri çözüm yollarından meydana gelmiştir. Bu çözüm tarzlarının bir kısmı zamanla sabit hale gelerek cemiyetin bütününe mal olur ve onun kültürünü teşkil eder. Diğer taraftan, sosyal ilimlerde kültürden bahsedilirken bu maddi alet ve usullerden ziyade onların arkasında mevcut bulunduğu farz edilen manevi unsurlar (inançlar, norm ve kıymet sistemleri) anlaşılır. Çeşitli cemiyetleri kültür bakımından ayırdeden şey onların kullandıkları alet ve vasitalardan ziyade bu alet ve vasıtaların gerisindeki zihniyet veya manevi kıymetler bütünüdür (Güngör 1989: 35). Kültür, insanın insan tarafından tesis edilmiş ve yaratılmış olan çevresini ifade eder. Maddi ve manevi olmak üzere iki veçhesi vardır. Bazı sosyologların aynı zamanda medeniyet ismini verdikleri maddi kültür, yapılarımız, tekniklerimiz, yollarımız, istihsal ve ulaştırma vasıtalarımız gibi gözle görülür maddi unsurlardan ibaret ve kendi eserimiz olan çevre şartlarımızdır. Buna karşılık manevi kültür, bir milleti millet yapan ve onun öz şahsiyetini belirleyen moral unsurlardan (yani örfler, adetler, kolektif davranışlar ve tutumlardan) meydana gelen kültür bütünüdür (Bilgiseven 1995: 15).

Gökalp kültüre hars der ve harsla uygarlık arasında bazı benzerlikler ve farklılıklar olduğunu ileri sürer. Kültür ile uygarlık arasındaki birleşme noktası, ikisinin de bütün toplumsal yaşayışları kapsamalarıdır. Toplumsal yaşayışlar şunlardır: Din, ahlak, hukuk, us, estetik, iktisat, dil ve fenle ilgili yaşayışlar. Bu sekiz türlü toplumsal yaşayışın toplamına kültür adı verildiği gibi, uygarlık da denilir. İşte, kültür ve uygarlık arasındaki birleşme ve benzerlik noktası budur. Farklılıklardan birincisi, kültür, ulusal olduğu halde, uygarlık uluslararasıdır. Kültür yalnız bir ulusun din, ahlak, hukuk, us, estetik, dil, iktisat ve fenle ilgili yaşayışlarının uyumlarının uyumlu bir toplamıdır. Uygarlıkta, aynı gelişmişlik düzeyinde bulunan pek çok ulusun toplumsal yaşayışlarının ortak bir toplamıdır. Örneğin, Avrupa ve Amerika gelişmişlik düzeyinde, bütün Avrupalı uluslar arasında ortak bir Batı Uygarlığı vardır. Bu uygarlığın içinde birbirinden ayrı ve bağımsız olmak üzere bir İngiliz kültürü, bir Fransız kültürü bir Alman kültürü vb. vardır. İkinci olarak uygarlık yöntem aracılığıyla ve bireysel istençlerle oluşan toplumsal olayların toplamıdır. Örneğin, dinle ilgili bilgiler ve bilimler yöntem ve istençle oluştuğu gibi, ahlakla, hukukla, güzel sanatlarla, iktisatla, usla, dille ve fenlerle ilgili bilgiler ve kuramlar da hep bireylere yöntem ve istençle oluşturulmuştur. Bu yüzden aynı gelişmişlik düzeyinde bulunan bütün bu kav-

ramların, bilgilerin ve bilimlerin toplamı uygarlık dediğimiz şeyi ortaya koyar. Kültür içine giren şeylerse yöntemle, bireylerin istenciyle oluşmamışlardır, yapay değerlerdir. Bitkilerin, hayvanların organik yaşayışı nasıl kendiliğinden ve doğal olarak geliyorsa, kültür içine giren şeylerin oluşması ve evrimi de tıpkı öyledir (Gökalp 1987: 25-26). Kültür ve uygarlık ayrımını Türkiye’de ilk defa Gökalp yapmış, ikisi arasındaki ilişkiyi ortaya koyarak tanımlar geliştirmiştir.

Kültür ve medeniyet ayrımını Thurnwald net bir şekilde yapmıştır. Thurnwald’a göre medeniyet (ya da uygarlık), teknik donanım ve bilgidir. Kültür ise, bir insan topluluğundaki sosyal ilişkilerin yapısı, zihniyet ve değerlerdir. Birlikte yaşama esnasında oluşan geleneklerin, kurumların ve fikirlerin meydana getirdiği sistem kültürdür. Kültür, toplumun yaşama ve değerlendirme tarzıdır (Özakpınar 1999: 29).

Diğer taraftan, Amerikan sosyologu R. M. MacIver de kültür ve medeniyeti ayıran tanımlar yapmıştır. Bu tanımlardaki kültür ve medeniyet içerikleri, Thurnwald’ı çağrıştıracak biçimde ayrılık göstermektedir. MacIver, medeniyet ve kültür ayrımını, onların ayrı işlevlerine dayandırır. MacIver’e göre, fayda sağlamak amacına yönelik her araç medeniyet ögesidir. Medeniyet, başta maddi ve teknik araçlar olmak üzere teşkilat sistemlerini, kanunları, okulları, seçim sandıklarını, bankaları kapsar. Kültür öğelerinin amacı ise kendileridir. Onlar kendilerinden başka bir amaç için araç olmaz. Bir toplumu oluşturan insanların yaşayış ve düşünüş tarzı, günlük ilişkileri, sanatta, edebiyatta, dinde, sevinç ve eğlencelerde insan tabiatının kendini ifade etme biçimi, kültürü oluşturur (Özakpınar 1999: 30).

Kültür tarafından kişilikleri biçimlenmiş olan bireylerin, toplumsal yaşamın her eylem alanına ilişkin ortak olarak kabul ettikleri davranış tipleri vardır. İnsanoğlunun kaderini simgeleyen doğum ve ölüm gibi olaylara karşı bireylerin nasıl bir tutum izleyeceğini dahi kültür belirlemektedir. Bunun yanısıra evlenme ritüelleri, örf-adetler, hatta iş hayatının ana hatları bile kültür tarafından tayin edilmektedir (Vergin 1980: 130). Kültürün bir toplum için en önemli özelliği, birleştirici ve uzlaştırıcı idealler çerçevesinde toplumu geleceğe taşıyacak vasıtaları sağlamaktır.

Kültürlerin devamını sağlayan bir çok vasıta vardır ve özellikle günümüzde, bu vasıtaların sayısı sürekli olarak artmaktadır. Örneğin, eğitim kurumu ve medya, kültür unsurlarının bireylere öğretilmesinde ya da benimsetilmesinde oldukça etkili biçimde kullanılan önemli iki vasıta. Günümüzde tartışmaların merkezinde yer alan medyayı tanımlamakta da fayda vardır.

Medya

Medyanın tanımına geçmeden önce, bu kavrama açıklık getirmek, anlatmak istediğimiz konunun anlaşılması yönünden önemlidir. Günümüzde yoğun olarak kullanılmasına rağmen “medya” kavramının sınırları ve kapsamı belli değildir. Örneğin, “televizyon medyası” denmekte, bunun yanında; yazılı basın, radyo ve televizyon (hatta internet) başta olmak üzere hepsini kastetmek için yine “medya” kavramı kullanılmaktadır. Bu kavram kargaşasının önüne geçmek için, “medya” yerine “kitle iletişim araçları” (KİA) ifadesinin kullanılması yerinde olur.

KİA'nın dünyada etkili olarak kullanılması yazılı basın ile başlamıştır. Daha sonra 1930'lardan 1950'lere kadar radyonun etkili bir elektronik basın aracı olduğu görülmüştür. Özellikle bu dönemde radyo, siyasi iktidarların propaganda aracı olarak kullanılmış, 1950'lerden sonra televizyon, çok hızlı bir biçimde toplum hayatı içinde yerini almaya başlamıştır (Kocadaş 1996: 3). Teknoloji alanındaki gelişmeler, iletişim araçlarına da yansımış ve hızlı bir değişim dönemine girilmiştir. Günümüzde iletişim araçları alanında yaşanan hızlı gelişmelerden dolayı, iletişim ‘toplumu kavramı’ çağımızı anlatmak için çokça kullanılır olmuştur. Diğer taraftan, iletişim alanındaki teknolojik gelişmeleri takip etmek bile artık zorlaşmıştır.

İletişim alanındaki hızlı teknolojik gelişmeden ve yapısal bazı sorunlardan dolayı yukarıda bahsedilen KİA'nın, her toplumda aynı sıralamada kullanılmaya başlandığını söylemek oldukça zordur. Zira, bu araçların her biri belli bir dönemde toplumsal iletişimin sağlanmasında ifa ettiği fonksiyonlar açısından zirveye ulaşmış, fakat aynı zamanda bir önceki iletişim aracı da tamamen güncelliğini kaybetmemiştir. Örneğin, günümüzde hiçbir zaman basının güçlü olmadığı bir üçüncü dünya ülkesinde özellikle, radyo önemli fonksiyonlara sahip olmuştur. Bu durumu okur-yazar olup olmamakla ve diğer alt yapı hizmetlerinin eksikliğinden kaynaklanan sorunların giderilememesiyle izah etmek mümkündür.

Kitle iletişimi, uygarlığımızın oldukça yeni bir olgusudur. Modern iletişimi, yazılı basının gelişmesi ve okumanın bireyselleşmesi ile başlatmak mümkündür. Okumanın bireyselleşmesi, ilginç bir biçimde bilgi, haber ve kültürün üretim ve dağıtımının birliktelik gerektiren (kolektif) bir çabayla gerçekleşmesinin de başlangıcı olmaktadır. Kitle iletişimi olgusuna kavuşmak için belirli ön koşulların oluşmuş olması da gerekmektedir. Bu koşulların birincisi, yazılı mesajları geniş kitlelere sunabilmek için basım tekniklerinin ortaya çıkmış olması gerekmektedir. İkincisi ise, kitlesel olarak üretilen basılı iletişim metinlerini tüketecek bir kitlenin bulunması

zorunludur. Böylece, yazılı iletişimin gelişmesiyle bir ölçüde kitlelere ulaşabilmek kolaylaşmıştır (Ozankaya 1980: 161). Fakat, bu yeterli olmamıştır. Gelişen teknoloji, yeni iletişim araçlarının (radyo, televizyon, bilgisayar ağları ve dolayısıyla internet vb.) kullanılmasını olanaklı kılmıştır. Bu iletişim araçları geniş kitlelere ulaşmış ve buna bağlı olarak kullanım alanları genişlemiştir.

Ayrıca, kitle iletişim araçları mekan farklılıklarını ve uzaklıklarını yok ederek öğrenmeyi herkes için mümkün kılan, yeni eğitim teknolojilerinin gelişmesine de yol açmıştır. Diğer taraftan iletişim devrimi, insanların beklentilerini ve gerilimlerini artırarak, kitle kültürünün gelişmesinin ve yaygınlaşmasının zeminini de oluşturmuştur. Toplumsal ve siyasal hareketliliğe ivme kazandıran kitle iletişim araçları, pek çok toplumda bütünlüğün gerçekleşmesine ön ayak olmuş ve gelişmiş ülkelerde enformasyon toplumunun gelişini haber vermiştir (Şenyapılı 1981: 9).

Medya İle Kültür Arasındaki İlişki

Kitle iletişim araçlarının birer kültür taşıyıcısı ve aktarıcısı oldukları artık bir çok araştırmacı ve bilim adamı tarafından kabul edilmektedir. Günümüzde, bu araçların etkileri ülkelerin sınırlarını dahi aşmıştır. Gelişen teknoloji, bu araçları daha güçlü ve daha etkili hale getirmiştir. Örneğin, uydu yayınlarıyla, Amerika'daki ya da Avrupa'daki bir futbol müsabakasını anında izleme olanağı ortaya çıkmıştır. Televizyon çağımızda kitlelere ulaşan en büyük iletişim aracıdır.

Televizyon insanın zaman ve mekan sınırlılıklarıyla çizili gündelik yaşam deneyiminin sınırlarını geliştiren, geliştirmekle de kalmayıp, bu deneyimin nitel ve nicel örüntüsünde önemli değişikliklere yol açan bir teknolojik olanaktır (Mutlu 1991: 15). Kitle iletişim araçlarının gelişme aşamaları ve bireylere ulaşılabilirlikleri göz önüne alındığında, hiç biri televizyonun gücüne özellikle, kısa bir zamanda erişememiştir.

Amerikalıların çoğunun “medya” dendiğinde, ilk olarak televizyon akıllarına gelmektedir. Amerikalıların çoğu, siyasi bilgilerinin pek çoğunu televizyondan aldıklarını ve gazetelerden ziyade televizyonlardan almış oldukları bilgiye inandıklarını belirtmektedirler. 1950’li yıllarda Amerika’da gelişen ve yaygınlaşan televizyon, kısa sürede insanların yaşamlarının önemli bir bölümünü işgal etmiştir. İnsanların haber alma, pembe dizileri izleme, spor olaylarını takip etme, eğlenceli komedileri izlemelerine, diğer taraftan bilgi ve eğitimlerini artıran yöntemlerde de önemli değişikliklerin olmasına yol açmıştır (Dorr 2000: 5, 21).

Bütün bu özellikleriyle televizyon, çağımızın en büyük “kültürel üretim” (Özkök 1982: 191). aracı olmuştur. Çünkü, televizyon kendisinden önceki iletişim ve sanat biçimlerini köktenci bir şekilde etkilemiş ve değiştirmiştir. Comstock’un belirttiği gibi, “artık hiçbir şey televizyondan önceki gibi olmayacaktır.” Comstock, televizyonun diğer iletişim araçları üzerindeki etkilerini radyo, dergicilik ve sinemadan örneklerle değerlendirir. Örneğin, eskiden tek ulusal günlük eğlence aracı olan radyo, bu işlevini televizyona bırakmak zorunda kaldıktan sonra, programcılık yaklaşımı bakımından büyük bir değişiklik yaşamıştır. Benzer eğilim ulusal dergilerde de görülmüş, olabildiğince çok konuyu kapsayan, mozaik tarzı dergilerin yerini sadece özgül konulara ve hobilere yer veren dergiler almıştır. Popüler sinema ise, televizyonun sosyal-siyasal baskısı ve denetimler nedeniyle pek ele alamadığı şiddet ve cinsellik temalarına olabildiğince kışkırtıcı biçimde yönelmiştir. (Comstock 1991: 33). Televizyonun diğer iletişim araçları üzerindeki baskıcı ve olumsuz tesirleri günümüzde de devam ederken, özellikle sinema, radyo ve sanat biçimlerinden geniş ölçüde faydalanmayı sürdürmektedir.

Televizyon, kitle iletişim araçları içinde en fazla tartışmaya konu olan araçlardan biri olmuştur. Bu tartışmaların çoğu, televizyonun bireyler üzerindeki etkileri üzerine odaklanmıştır. Televizyonun bireylere etkileri üzerine tartışmaların genel olarak iki kutupta toplanmaktadır. Bunlar, televizyonun bireyler üzerinde olumlu ve olumsuz tesirleri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Fakat, tartışmaların odağına televizyonun olumsuz etkileri üzerine yapılan görüşler oturmuştur. Türkiye’de bu tartışmalar, özellikle özel televizyon kanallarıyla birlikte oldukça alevlenmiştir (Kocadaş 2002: 25).

Televizyonun olumlu fonksiyonlarının olduğu yönünde görüş belirtenler, onu toplumun aynası olarak görürler. Bununla birlikte, bir toplumun sıkıntıları, özelemleri, beklentileri, alışkanlıkları, öncelikleri, genel beğeni düzeyi ve yaşama bakış tarzı o toplumun izlediği televizyon program yapısından anlaşılabilir (Aziz 1982: 91). Barrat’a göre, kitle iletişim araçları içinde en son teknik buluşlardan biri olan televizyon, günümüzde gerek gelişmiş, gerekse gelişmekte olan ülkelerde eğlence, haber, eğitim, kültür gibi çeşitli gereksinimlerin karşılanmasında yoğun olarak kullanılan bir araçtır (Aziz 1982: 91). Zaten televizyonu olumlayan yaklaşımlar genellikle bu aracın fiziksel ve teknik olanaklarının büyümesine kapılmışlığı şu ya da bu ölçüde dile getirmişlerdir. Mc Luhan, bu olanak sayesinde insanın kendi küçük çevresinin bir üyesi olmaktan çıkıp, iyice küçülen dünyanın etkin bir üyesi olduğunu savunurken; Daniel Lerner ve Wilbur Schramm

televizyonu, özellikle üçüncü dünya ülkelerinin “Batıya ulaşma” aracı olarak görmüşler; “modernleşme” çabalarının en etkili unsuru olarak değerlendirmişlerdir (Mutlu 1991: 16). Televizyona yönelik olumlu değerlendirmeler genellikle, bu aracın teknolojik potansiyelinin ön plana çıkarılmaya çalışıldığı görülmektedir.

Çağımız insanı, televizyon ile kendisine gidilmeyen, kendisinin bize geldiği bir dünyada yaşamaktadır. Olaylar yaşanmamakta, haber ve görüntü olarak evlerimize birer meta olarak girmekte, gerçek olaylar, yeniden üretilip belli bir söylem içinde verildiklerinden toplumsal bir işlev ve anlam kazandıkları için oluşturulan meta, gerçek olaydan daha fazla önem kazanmaktadır (Yengin 1996: 26). Televizyonun içeriklerinin düzenlenmesinde hitap ettiği izleyici kitlesinin sosyal, ekonomik ve kültürel seviyesi önemlidir. Özellikle, izleyici kitlenin cinsiyet dağılımına bakıldığında bunların çocuklardan, gençlerden ve kadınlardan oluştuğu görülmektedir.

Televizyon üzerine yapılan eleştirilerde genellikle, programlar ve içerikler ön plana çıkar. Bennett, bireylerin tüketime feda edilmesinin televizyonda yaygın olduğunu belirtir. Diğer taraftan televizyon, sadece haber kalitesindeki genel düşüşün sorumlusu olarak suçlanmakla kalmayıp, politikaya dair genel cehaletten suç ve şiddete, akşam sofrasındaki muhabbet yokluğuna varıncaya dek tüm toplumsal hastalıklardan sorumlu tutulmaktadır (Bennett 2000: 57). Toplumsal olarak konuya bakıldığında, insani ilişkileri güçlendiren değer yargıları yerini, televizyonun getirdiği yeni kültürel değerlere bıraktığı görülmektedir. Televizyon, yabancı kaynaklı diziler ve reklamlar aracılığıyla kültürler arası etkileşimi artırırken, diğer taraftan da varlıklı ülkelerin zengin bireylerinin yaşam ve estetik anlayışını ön plana çıkarmış (Koca 1993: 35), ve zaman içinde bu değerlerin benimsenmesi yönünde öğretici olduğu görülmüştür.

Kısaca, diyebiliriz ki insanlar, birçok olayı kitle iletişim araçlarından takip etmektedir. Böylelikle, kitle iletişim araçları ile önce bir dünya imajı çizilir, ardından da çizilen bu imaj hakkında ne düşünülmesi gerektiği kitlelere empoze edilir. Bir başka deyişle, üzerinde düşünülecek dünya, bu dünya hakkında düşünülebilecek düşünme biçimleri, çıkar sahibi bireyler ve gruplar tarafından tayin edilmekte ve kitleler devamlı olarak yönlendirilmektedir. Artık, yakın çevremiz ve yüz yüze iletişimde bulunduğumuz bireylerle ilgili sahip olduğumuz bilgiler dışında, dünya hakkında bütün bildiklerimiz veya bildiğimizi sandıklarımız bize, günlük gazeteler, haftalık dergiler, radyo ve televizyon vb. gibi kitle iletişim araçlarından aktarılmakta ve benimsetilmeye çalışılmaktadır (Huxley 1990: 180). Huxley'in

kitle iletişim araçları hakkındaki yargısının doğru tarafları olmasına rağmen kabul etmek, sosyolojinin olaylara objektif ve çok yönlü yaklaşmak gerektiği yönündeki ilkesiyle çelişmektedir. Toplumsal ve bireysel düzeyde düşünüldüğünde, kitle iletişim araçlarının olumsuz fonksiyonları yanında, olumlu fonksiyonlarının da olduğu bir gerçektir.

Sonuç

Bugün en yaygın kullanılan kitle iletişim araçlarından biri olan televizyonu ele alacak olursak, halka, diğer iletişim araçlarından daha fazla ulaştığı bilinen bir gerçektir. Televizyonun gücü kabul edilmesine rağmen, eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirildiğinde televizyonu en sert eleştirenlerden biri olan Cerdan'a göre, bireylerin "aptallaşmasına", "köleleşmesine", "seçimlerde şartlanmasına" ve "yeryüzünün Amerikalılaşmasına" (Cerdan 1992: 187) sebep olmuştur. Televizyon özellikle, çocukların ve gençlerin çeşitli sosyal faaliyetlere ayıracağı zamanı gasp ettiği için de sıkça eleştirilmektedir.

Oysa bütün bu eleştirilere rağmen, gerek gelişmiş, gerekse gelişmekte olan ülkelerde eğlence, haber, eğitim, kültür gibi çeşitli gereksinimlerin karşılanmasında yoğun olarak kullanılan araçlardan birisi ve hatta en önemlisi televizyondur. Ülkeden ülkeye, değişen yönetim sisteminin etkisi ile, televizyonun bu gereksinimlerden hangisine ağırlık vereceği belirlenmektedir (Aziz 1975: 227). Bu sebeple özellikle televizyon, mevcut sistemin en önemli propaganda aracıdır.

Schiller, iletişimi (ya da medyayı) kimin yönlendirdiği ve denetlediği sorusunu derinliğine incelemiş ve üçüncü dünyadaki, iletişim sistemlerinin ve bu araçların ürettiği mesajların gerçek kaynağının biçimlendiricisinin Batı ülkeleri olduğu sonucuna varmıştır. Ayrıca, hemen hemen tüm dünyadaki iletişim sanayisi, Batı'lı (genellikle Amerika'lı) dev uluslararası kitle iletişim ve telekomünikasyon şirketlerinin ellerinde bulunmakta ve bu şirketler tarafından kontrol edilmektedir. Schiller, bu durumu "kültür emperyalizmi ya da kültürel nüfuz" (Mc Phail 1991: 183) olarak tanımlamaktadır.

Özellikle televizyon için bir değerlendirmede sosyologlar tarafından yapılmıştır. Onlara göre, televizyona ayrılan zaman "ölü zaman" dır. Bize göre ise, televizyon bir "boş zaman oburu" dur. Çünkü artık bireyler, boş zamanlarının büyük bir kısmını televizyonun karşısında geçirmektedirler. Örneğin, günümüz toplumlarında akşamları televizyon seyretmek bir gelenek haline gelmiştir.

Ülkemizdeki kitle iletişim araçlarını göz önünde bulundurduğumuzda, programların çoğunun filmler, reklamlar, eğlence programları, dizi filmler, haberler, paparazi ve televole programları v.b gibi konuları içeren yayınlardan oluştuğu görülmektedir. Bu programlar arasında (bizim) kültürümüz ile ilgili programların yok denecek kadar az olduğu da bilinen bir gerçektir. Biz bu alandaki eksiklikleri hızla gidermek zorundayız. Ayrıca bu durum, sosyal barıştan, uzlaşmadan uzaktır ve yaygın kullanımıyla “medya” ya karşı hoşnutsuzluğun artmasına da zemin hazırlamaktadır.

Böyle bir durumda, mevcut kültür, yabancı kültür unsurlarına karşı mukavemet edebileceği ya da insanlara ulaşabileceği kanallardan (kitle iletişim araçlarından) mahrum kalmış olur. Bireylerin bu noktada bilinçli olması ve bu araçlara karşı, daha doğrusu kitle iletişim araçlarının yayınlarına karşı tavrını oldukça net bir şekilde belirlemesi gerekmektedir.

Kaynakça

- Aziz, Aysel (1975), *Televizyonun Yetişkin Eğitimindeki Yeri ve Önemi*, TODAİE Yay., Ankara.
- Aziz, Aysel (1982), *Toplumsallaşma ve Kitle İletişimi*, Ankara: A.Ü.B.Y.Y.O. Yay.,
- Bennet, W. Lance (2000), *Politik İllizyon ve Medya*, Çev: Seyfi Say, Nehir Yay., İst.
- Bilgiseven, A.Kurtkan (1995), *Genel Sosyoloji*, Filiz Kitabevi, İstanbul,
- Cecen, Anıl (1984), *Kültür ve Politika*, Hil Yay., İst.
- Cerdan, Nathalie Coste (1992), “İletişim ve Toplum”, *Medya Dünyası*, Der.: Jean-Marie Choron, İletişim Yay., İst.
- Comstock, George (1991), *Television in America*, Sage Publication, Beverly Hills, CA, 1980, s.34-35, Akt: Mutlu, Erol: *Televizyonu Anlamak*, Gündoğan Yay., Ank.
- Dağdeviren, Emre (1996), “Televizyonlar, Rating, RTÜK ve Toplum”, *Yeni Türkiye*, Medya Özel Sayısı, sayı:11, Eylül-Ekim.
- Dorr, Aimee-Kunkell, Dale(2000): “Children and the Media Environment”, *Communication Research*, Feb.9, Vol. 17, issue 1, p 5, 21p (<http://www.global.epnet.com>, Update:17.12.2000)

- Duverger, Maurice: *Siyaset Sosyolojisi*, (Çev.: Şirin Tekeli), Varlık Yay., İst. (tarihsiz)
- Gökalp, Ziya (1987), *Türkçülüğün Esasları*, İnkılap Kitabevi, 3. baskı, İst.
- Güngör, Erol (1989), *Türk Kültürü ve Milliyetçilik*, Ötüken Yay., 7. Baskı, İst.
- Huxley, Aldous (1990), “Ekranların Arkasında Kimler Var?”, *Enformatik Cehalet*, Der. Nabi Avcı, Rehber Yay., Ank.,
- Koca, Nuray (1993), “Görüntüden Gerçeğe Şiddet Toplumu”, *İzlenim Dergisi*, Yıl:1, Sayı; 4.
- Kocadaş, Bekir (2002), *Görsel Medya ve Şiddet Kültürü (Orta Öğretim Çağı Gençliğinin Şiddet Eğiliminde Görsel Medyanın Etkisi)-Malatya İli Uygulaması-*, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Malatya.
- Kocadaş, Bekir (1996), *Kitle İletişim Araçları ve Siyaset Kurumuna Etkisinin Analizi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Kocadaş, Bekir (2002), “Hedefteki Gençlik: Siyasi Ve İdeolojik Hareketler Açısından”, *Türkiye’nin Gevenliği Sempozyumu Bildirileri*, Elazığ,
- Köseoğlu, Nevzat (1992), *Milli Kültür ve Kimlik*, Ötüken Yay., İst.
- Mc Phail, T.L (1991), “YanlıŞ Bir Başlangıç”, *Enformasyon Devrimi Efsanesi*, Der.: Yusuf Kaplan, Rey Yay., İst.
- Mutlu, Erol (1991), *Televizyonu Anlamak*, Gündoğan Yay., Ank.
- Ozankaya, Özer (1980), “Türkiye’de Yığın İletişiminin Demokratik Siyasal Kültür Gelişimindeki Yeri ve Önemi”, A.Ü.S.B.F. Yay., Ank., cilt: XXXV.
- Özakpınar, Yılmaz (1999), *Kültür ve Medeniyet Anlayışları ve Bir Medeniyet Teorisi*, Ötüken Yay., İst.
- Özkök, Ertuğrul (1982), *Sanat. İletişim ve İktidar*, Tan Yay., Ank.
- Şenyapılı; Önder (1981), *Toplum ve İletişim*, Turhan Yay.,Ankara.
- Vergin, Nur (1980), *Siyaset Sosyolojisi*, Filiz Kitabevi, İstanbul.
- Yengin, Hülya (1996), *Medyanın Dili*, Der Yay., İst.

Culture and Media

Dr. Bekir KOCADAŞ*

Abstract: The Turkish Republic is one of the most important countries because of its historical past and lie strategical position, and has been the center of conflicts among the world's super powered countries; politically, culturally and economically. Because of all these reasons, Turkey has always been exposed to the interial and exterior threats. It's obvious that Turkey is also in capable of changing the world polls if it gets strong enough politically and economically. The country that has always been busy with interial and exterior threats-Turkey- It has been in behalf of only other countries not Turkey. It is known that a strong country need three main factors to be regarded as a strong country; of those politic, economic and culture. Of one of those factors being ebsent, it's difficult to preserve the copletion of the country. The unity of culture is the completion of the other two factors; politic and economic unity. The attacks that have been to the cultural values indicates the importance of the subject. Communication, has always been important very much everywhere and every period. Thus, communication and transportation means have been the societies vessels conveying blood.

Key words: Culture, media, communication

* İnönü University, Faculty of Science and Letters / Malatya
bkocadas@inonu.edu.tr

Культура и Медиа

Бекир КОДЖАДАШ, Др.*

Резюме: Турция в связи с историческим прошлым и геополитическим положением является одной из самых важных стран, которая находится в центре политических, культурных и социально-экономических столкновений интересов мировых сил. По этим причинам Турция постоянно находится под воздействием внутренних и внешних угроз. Политическая и экономическая мощь Турции, которая находится в такой важной точке является той истиной, что она может изменить существующее равновесие в мире. Непрерывная борьба Турции против внутренних и внешних угроз идет в пользу всех стран, кроме ее самой¹. Известно три важных фактора для могущества какой-либо страны: политический, экономический и культурный. Недостаток одного из этих факторов препятствует сохранению целостности страны. Культурная целостность-это одна из первоначальных условий экономической и политической целостности. Нападение, направленное на культурные ценности с помощью средств массовой информации доказывает важность этого вопроса. Коммуникация, всегда очень важна для культур. Коммуникационные и транспортные средства являются кровеносными сосудами общества.

Ключевые слова: культура, медиа, коммуникация.

* Университет Иноню, Факультет естественных наук и литературы, кафедра социологии-МАЛАТИЯ
bkocadas@inonu.edu.tr

