**3. HAFTA:**

**KİTLE İLETİŞİMİ VE PROPAGANDA**

Kitle iletişimi kavramında, kitle sözcüğünün anlamı, yalnızca kitlesel bir dağılım olması değildir. Dikkate alınması gereken ikinci olgu, kitle iletişim araçlarının kitlesel bir toplumda çalışmakta olduğu gerçeğidir.

Başka bir deyişle hem kitle vardır hem de bu kitle içinde kitlesel olarak yayılan mesajlar.

Siyaset bilim açısından kitleye baktığımızda, burada anlamın farklı olduğunu görürüz. Burada kitlenin bir siyasi eylem karşısındaki konumu ve davranış özellikleri ön plana çıkar. İletişim açısından ise kitlenin anlamı, kitle iletişim kavramına niteleyici bir özellik vermesindendir. Bu yönüyle toplumsal ve siyasal özellikler içerir (Özkök, 1985: 25).

20.yüzyılın propaganda açısından belki de en anlamlı özelliği aynı mesajın, aynı anda milyonlarca kişiye iletilebilmesidir. Propaganda bir mesajlar bütünüdür ve kitlelere aktarılması için bir aracın üzerine bindirilmesi gerekmektedir. Bu nedenle propaganda mesajlarının yayılmasında en önemli işlevi kitle iletişim araçlarının yerine getirdiği ortadadır.

Kitle iletişim araçları güçlü etkiler yaratmışlardır. Fakat bu gücün kaynağını nereden aldıkları ve kitleleri nasıl böylesine etkiledikleri çok sayıda düşünürün bu konuda cevap aramasına neden olmuştur. Kitle iletişim araçlarının bu gücünün, toplumların kitlesel özellik kazanması ve propagandaya açık insan tipinin oluşması ile ilgisi şüphesiz son yıllarda kabul edilebilir bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Aslında bu soruya verilecek yanıt 20.yy. başlarında ortaya çıkan büyük diktatörlüklerin dayandığı toplumsal temellerin ne olduğunun kavranması ile de yakından ilgilidir. Bu siyaset bilimi açısından da büyük önem taşımaktadır.

Kitle iletişim araçlarındaki gelişme, doğaldır ki propagandanın tarihsel işlevini değiştirmemiştir. Değiştirmemiştir ama ideoloji aktarıcıları ve ikna ustaları, bu tarihsel işleve koşut olarak yeni tekniklerin özelliklerini kavramada ve kendilerini buna uyumlaştırmada son derecede başarılı olmuşlardır.

Goebbels bu açıdan bakıldığında propagandaya 20.yüzyıldaki kitlesel boyutu ile günlük gereksinimlere cevap üretme yeteneğini kazandırmıştır.

Hitler “Radyolarınızın düğmelerini sonuna kadar çevirin ve pencerelerinizi ardına kadar açın” derken, aslında Goebbels’in propagandaya getirdiği kitlesel boyutu eylem alanına çekiyordu.

Çok geçmeden Faşizm ideolojisi, kitle iletişim araçlarından ve özellikle radyodan yayılarak önce Almanya’ya giderek te diğer ülkelere egemen olmaya başlayacaktı. Hitler, Goebbels’in yöntemleri ile radyoyu gerek 2.D.S.’dan önce ve gerekse savaş sırasında çok etkili kullanarak kitleleri etkilemeye devam etti. Çünkü yaygın bir kitle iletişim aracı olarak radyo 20. yy. da okuma yazma bilmeyen, az eğitim görmüş kişilerin de yararlanabileceği yeni bir araç olarak kitlelere süratle ve yaygın olarak ulaşma özelliğine sahipti.

Oysa yazının bulunduğu dönemden bu yana, iletişim egemen sınıfların kontrolünde kalmış, gazetelerin yayınlanması bile durumu değiştirememişti. Gerek gazeteler, gerekse radyolar çoğu kez egemen çevrelerin etkisinde geniş kitleleri koşullandıran, yabancılaştıran birer araç olarak kullanılmaya devam edildi. Daha sonra gelen televizyonda bu süreçten nasibini aldı.

Kitlelere bu araçlar aracılığı ile neleri yapmaları ya da yapmamaları, neleri satın alıp almamaları hatta nelere inanıp inanmamaları söylendi. Halkı bilinçlendirmek ve ona doğruyu bulmak adına seçenekler sunmak yerine tam tersi istenen yönde koşullandıran mesajlar gönderilmeye başlandı (Kocabaşoğlu, 1980: 76).

Her teknolojik değişim yeni toplumsal ilişkiler ve yeni kültür biçimleri ortaya çıkarmaktadır. 19.yy. bu açıdan ilginç özellikler taşımaktadır. Siyaset bilimi açısından bu dönemin önemli bir özelliği kitle eleştirisinin bu zaman diliminde sistematik bir görünüm almaya başlamasıdır.

Kitle kavramı 20.yy.da süratle yeni bir alana kaymaya başlamıştır. Kitle iletişim araçlarında o zamana kadar olmayan hızlı gelişme ve kitle kavramı, kitleleşme olgusuna daha geniş ama aynı oranda da soyut bir anlam vermektedir.

Kitle iletişim araçlarının, kitle ortamında çalıştığı gerçeğinden hareketle toplum bilim açısından kitle kavramını tartışmak gerekmektedir.

Kitle, en yalın tanımı ile belli bir coğrafi mekana yayılmış, toplumsal atomlar ya da bireyler bütününü nitelemektedir.

Kitle toplumunun toplumsal özelliklerinin aşağı yukarı belirgin olmasına karşın, kitle toplumu ile kitle iletişim arasındaki ilişki bu kadar açık değildir.

Çalışmanın konusu açısından ele alınacak olan kitle iletişim araçları kitlesel boyutta mesaj dağıtırken buradaki kitleden anlamamız gerekenin kitle toplumu olduğu gerçeğidir.

Kitle iletişim araçlarının çalıştığı alan olarak baktığımızda, kitlenin kitle iletişimi çerçevesindeki özelliklerini şöyle tanımlayabiliriz (Mc. Duail, 1969: 93-94). Kitle, ortak çıkar çevresinde birleşmiş bireylerin oluşturduğu bir bütündür ve bu ortak çıkar bireyleri özdeşleşmiş bir davranışa ve amaca yöneltir. Bununla birlikte kitleyi oluşturanlar birbirlerini tanımazlar, aralarında son derece sınırlı bir ilişki vardır ve eylemleri birbirlerine yönelik değildir. Ayrıca bu bireylerin örgütlenme düzeyleri son derece düşüktür ya da örgütlü değillerdir. Sürekli değillerdir ve ne bir öndere ne de bir kimli duygusuna sahiptirler.

Burada dikkat edilmesi gereken özellik, anılan dönemde kitle iletişime konu olan kitlenin yapısal bir özellik kazanmaması ve örgütlü bir durumda bulunmamasıdır. Bu kitlenin iletişim araçları karşısındaki önemli başka bir yönü de belirli uyarılara ortak tepkiler vermeleridir.

Kitle iletişim araçlarının toplumun kitleleşmesi üzerindeki etkisi ve bu konudaki işlevi konusundaki tartışma bu araçların kitle içindeki kişilerin bilincini ve eylemlerini yönlendirmedeki etkileri noktasında sürmektedir. İletişim araçlarının bu işlevi yerine getirirken toplumsal çerçeveleri zayıflattığı, bireylerin toplumsal gurup üyeliklerini çözdüğü ve her türlü etkiye ve özellikle propagandaya uygun ortam oluşturarak kişilikleri yitirilen bağımlı insan tipini ortaya çıkardığı noktasında görüşler bulunmaktadır (Mills, 1974: 48).

Bu görüşe katılanlar olduğu kadar farklı açıdan düşünenler de var. Klasik anlamda bir kitle tanımına karşı çıkanlar, bu araçların ilettiği mesajların kişilere, soyut bir kitle olgusu içinde değil, içinde yer aldıkları toplumsal guruplar içinde ulaştığını söylemektedirler. Burada bir kitle insanı değil, aile, meslek, dernek, siyasi parti gibi bir guruba ait insandan söz etmek daha doğru olacağını ileri sürmektedirler.

19. yy. Avrupa’sında toplumsal ve kültürel sarsıntıların gözle görülür hale gelmesi ile birlikte kitle eleştirisi de çeşitlenmeye başlamıştır.

Aslında 18.yy. da başlayan değişimlerin sanayi devrimi ile büyük ölçekli sorunlar yarattığı ve 20.yy. da ise kitlesel tabana dayalı Nazi ve Faşist hareketlere zemin oluşturduğunu söylemek yanlış olmaz.

Değerlerin değişimi toplumsal seviyede gerçekleşirken, bu değişim kendini siyasal planda totaliter eğilimli kitle hareketleri olarak göstermiştir.

Kitle iletişim araçlarının toplumun kitleleşmesi üzerindeki etkisi ve bu konudaki işlevi konusundaki tartışma bu araçların kitle içindeki kişilerin bilincini ve eylemlerini yönlendirmedeki etkileri noktasında sürmektedir. İletişim araçlarının bu işlevi yerine getirirken toplumsal çerçeveleri zayıflattığı, bireylerin toplumsal gurup üyeliklerini çözdüğü ve her türlü etkiye ve özellikle propagandaya uygun ortam oluşturarak kişilikleri yitirilen bağımlı insan tipini ortaya çıkardığı noktasında görüşler bulunmaktadır (Mills, 1974: 48).

Bu görüşe katılanlar olduğu kadar farklı açıdan düşünenler de var. Klasik anlamda bir kitle tanımına karşı çıkanlar, bu araçların ilettiği mesajların kişilere, soyut bir kitle olgusu içinde değil, içinde yer aldıkları toplumsal guruplar içinde ulaştığını söylemektedirler. Burada bir kitle insanı değil, aile, meslek, dernek, siyasi parti gibi bir guruba ait insandan söz etmek daha doğru olacağını ileri sürmektedirler.

Bu noktaya gelinceye kadar kitle konusunda geçmişten günümüze gelen tartışmalara kısaca bakmak yerinde olacaktır.

19. yy. Avrupa’sında toplumsal ve kültürel sarsıntıların gözle görülür hale gelmesi ile birlikte kitle eleştirisi de çeşitlenmeye başlamıştır.

Aslında 18.yy. da başlayan değişimlerin sanayi devrimi ile büyük ölçekli sorunlar yarattığı ve 20.yy. da ise kitlesel tabana dayalı Nazi ve Faşist hareketlere zemin oluşturduğunu söylemek yanlış olmaz.

Değerlerin değişimi toplumsal seviyede gerçekleşirken, bu değişim kendini siyasal planda totaliter eğilimli kitle hareketleri olarak göstermiştir.

Kitle toplumu olarak nitelenen bu yeni toplumun insanı dış etkilere açık ve savunmasız bir durumda bulunmaktadır (Özkök, 1978: 1-5). 1900’lü yıllarda bütün Avrupa’da kendini hissettiren olgu, o sıralarda etkisini gösteren kitle hareketlerinin sosyal ve siyasal alanda oluşturduğu durumdu. Endüstride toplanan binlerce işçi, siyasal parti üye sayılarının milyonlarla ifade edilmesi, toplu halde yapılan hareketler kitle psikolojisi alanındaki çalışmaları yoğunlaştırdı.

Bu durumun psikolojik eksenlerini Gustave Le Bon ele alırken, bürokratik sonuçlarını Roberto Michels inceliyordu (Mardin: 1969).

Çünkü yerleşik değerler süratle değişmekteydi. Yeni bir kültürel doku, kentlere göç etmek zorunda kalanlar, burjuvazinin yükselişi, aristokrasinin kültürel değerlerinin giderek maziye karışması o tarihe kadar insanlığın yaşamadığı bir değişim haritası sunmaktaydı.

Geleceğin çekiciliği ve geçmişin nostaljik duyguları arasında kalan 19.yy. insanı Nietzsche’de keskin bir eleştirel bilince dönüşmüştü.

Nietzsche’ye göre toplumsal içgüdü bir sürü iç güdüsü olup, bu sürü dış dünya ile ilişkilerinde bencil, acımasız ve kuşkuludur. Çoğunluğun nerede olduğu önemlidir ve çoğunluğun yaptıklarının dışında davranmak yani sıra dışı olmak hiç te arzu edilmeyen bir durumdur. Sürüye mensup olanlar birbirlerini anlayabildikleri için, bir araya gelmeleri çok kolay olmaktadır. Ancak kendilerini yönetme yetenekleri yoktur ve onlara bir çoban gerekmektedir (Özkök, 1981: 29-70).

Nietzsche’ nin kitleye bu açıdan yaklaşımı, kendisinden sonra gelen kitle çalışmalarında önemli, yankılar uyandırmıştır. Ancak kitle olgusunu gündeme ilk kez etkili bir biçimde getiren Gustave Le Bon olmuştur. Le Bon’un amacı, kitleleri oluşturan kişilerin tek başlarına yapamadıkları eylemleri, nasıl olup ta kitle içinde yapabildiklerinin cevabını bulmaktır.

Le Bon 19.yy. Avrupasındaki değişimleri yaşayan ve yakından gözleyen bir bilim adamı olarak bireylerin kitle içinde, yalnızken olduklarından farklı olduklarını bunun da nedeninin bireylerin kalabalık içinde etkilere açık olmasından kaynaklandığını ileri sürdü. Ona göre özgün bir niteliğe sahip olan kalabalık, kendilerini oluşturan bireylerin nitelikleri değiştirmektedir. Kişilerin kalabalığı oluşturması ile adeta yeni bir varlık ortaya çıkar.

Bu yeni varlık kişilik üstüdür ve ortak bir ruha sahiptir. Bu ortak ruh, kişileri kitle içinde farklı düşünmeye ve davranmaya zorlar.

Kitleleri homojen bir yapı olarak düşünen Le Bon için bu homojen yapıya sahip olan kitle, kişisel duyguları ve inançları tek bir potada eriterek yeni bir yapı meydana çıkartır. Bu kitledeki heyecanlar ani ve gönüllü bir biçimde dışa vurur. Bu özelliği ile kitle akılcı olmaktan çok duygusal bir yapı içermektedir. Bu nedenle de kitlelerde dışa vurumlar sloganlarla gerçekleşir, mantık alt düzeyde kalır.

Le Bon burada önemli bir saptama yaparak, kitleselleşen bireyler düşünme yeteneklerini büyük ölçüde yitirdiği için iç güdüsel bir şekilde irade sahibi birisine yönelmektedir görüşünü getirir. Bu yöneldikleri kişiyi ise sürünün çobanına benzeterek, kitlelerin değişmesinde liderin önemini vurgular.Bu kitle ruhunu anlayan liderin, propaganda tekniklerinin önemli unsurlarından olan sav, tekrarlama, bulaştırma yöntemini kullanarak kitleye bazı düşünce ve inançları benimsetmesinin çok ta zor olmayacağı görüşünü taşımaktadır (Le Bon, 1979: 22-39).

Le Bon bireyin kalabalık içindeki davranışını farklı bulurken, Gordon W. Allport değişik bir yaklaşım getirmektedir.

Allport’a göre kişinin kalabalık içindeki davranışı aslında tek başına olduğundan daha farklı değildir. Ama davranışlar kalabalık içinde daha belirgin duruma gelir. Burada heyecan ve etkilere açık olma durumu söz konusudur. Ama bunlar Allport’a göre kişinin kalabalık içinde tamamen farklı davranışlarda bulunduğu anlamına gelmemektedir (Allport, 1971: 39).