

14 Kitle İletişimi, Teknoloji, Toplum ve Coğrafyalar

İletişim teknolojileri tüm modern toplumların ayrılmaz bir parçası durumundadır. Günümüzde bireyler çok çeşitli iletişim teknolojileri (telefonlar, faks makineleri, cep telefonları, sinemalar, diziler, kayıtlar, flash diskler, CD'ler, video, TV, bilgisayarlar ve internet) ile çevrelenmiştir. Bu teknolojiler günlük yaşamın birer parçası olarak kabul görmektedir.

İngiltere'de yakın zamanda gençler üzerinde yapılan bir grup araştırması:

Grubun %99'unun günün 2,5 saatini televizyon seyrederek; %88'inin haftada 2 veya 3 gün ikişer saat video izleyerek; %36'sının aynı süreyi kendi bilgisayarları üzerinde; %19'unun internet kullanarak zamanlarını geçirdiğini ve bu %19'un çoğunluğunun da okulda ayda bir ya da daha az internet kullandığını tespit etmiştir (Bilton vd., 2009).

14 Kitle İletişimi, Teknoloji, Toplum ve Coğrafyalar

Bu teknolojilerin her biri program, haber, finansal bilgi, metinler vb. gibi konuların geniş alandaki aktörler ile kurumlar arasındaki iletişim aracı olarak iş görmektedir.

Dolayısıyla, iletişim medyasıyla etkileşim kuran sosyal aktörler, sadece bilgi ve eğlenceye hızlı erişimi sağlamakla ve dünya genelinde daha fazla görüntü veya metinle buluşmakla kalmayıp, aynı zamanda uzaklardaki bireylerle de iletişim kurabilmektedir.

Böylece hem dünyanın küreselleşmesi, hem de zamanın ve mekânın sıkışması olarak adlandırılan süreçlerin iletişim teknolojilerinin gelişimi ve ilerleyişi üzerinden açıklıkla anlaşılması mümkündür.

14 Kitle İletişimi, Teknoloji, Toplum ve Coğrafyalar

Toplumsal kitle iletişimi analizi, yeni iletişim teknolojilerinin toplumlar üzerindeki etkisi ve toplumların bunları nasıl kullandıklarıyla ilgilenmektedir.

Örneğin bu alanda medya ürünlerinin sosyal aktörler tarafından kabulü kadar onların üretimi ve dağılımı da önemlidir. Bireylerin bu teknolojik araçlara sahip olabilmeleriyle birlikte, içeriği etkileştikleri coğrafi çevre tarafından şekillenen, sürekli büyüyen medya endüstrisindeki kuruluşlar tarafından üretilmektedir. Bireylerin izledikleri ve okudukları şeyler, giderek küresel kuruluşlar tarafından üretilmekte ve bu, aile ya da arkadaşlarla ortak biçimde ya da tek başına gerçekleşmektedir.

14 Kitle İletişimi, Teknoloji, Toplum ve Coğrafyalar

Küçülen dünya ve yeni iletişim teknolojileri

İletişim teknolojilerinin gelişimine dair araştırmalar, bu teknolojilerin sosyal aktörler arasındaki iletişimi nasıl küreselleştirdiği konusunda önemli bir açıklama getirmektedir. Çeşitli araştırmacılar tarafından bu tür teknolojilerin tarihsel etkisi üzerine gerçekleştirilmiş olan çalışmalar, bu teknolojilerin daha hızlı biçimde ve daha uzak mesafeler üzerinde siyasi, toplumsal ve ekonomik bilgi, düşünce ve tutumların dağılımını sağlamaktadır.

İlk modern toplumlarda bilgi, düşünce ve tutumlar temel olarak sosyal aktörler arasındaki yüz yüze görüşmelerle ya da kamusal toplantılar aracılığıya yayılmaktaydı. Bununla birlikte 15. yüzyılda yazılı basının geniş dağılımı, ilk kez fikirlerin bireysel bağlantıya ihtiyaç duymadan uzak mesafelere taşınabileceğini göstermişti.

14 Kitle İletişimi, Teknoloji, Toplum ve Coğrafyalar

O sıralarda kamusal toplantılardaki bilginin sözel aktarımı devam ederken basın yoluyla dağıtım da gerçekleşiyordu. Bu, okur-yazar bireylerin gazete ve dergi okuyarak olaylardan haberdar olacağı ve siyasi, ekonomik, bilgi, düşünce ve tutumların uzaktaki bireylere aktarılabilceği anlamını taşıyordu.

Buna rağmen, fiziksel bağımlılık sürmüştür. Bilginin fiziksel olarak gazete bürolarına taşınması, gazetelerin imalat yerinden satış noktasına kadar nakledilmesi gerekiyordu.

19. yüzyıl ortalarında özellikle telgraf ve Morse şifresi (alfabesi) ile birlikte elektronik iletişimin gelişmesi, bilgi dağıtımının artık fiziksel taşımacılığa bağılı olmadığı ve anında uzak mesafelere ulaştığı anlamına gelmekteydi.

14 Kitle İletişimi, Teknoloji, Toplum ve Coğrafyalar

1850'lerde sualtı kablolama teknolojisi uluslararası hızlı bilgi dağıtımını sağladı. Örneğin, 1860'larda ilk sualtı kablosu ABD ile Birleşik Krallık arasına döşendi.

Öyle ki 19. yüzyıl sonunda Manchester'da yaşayanlar, bir sonraki gün sadece Londra'daki olaylar hakkında bilgi sahibi olmakla kalmıyor, fakat telgrafın bireylere bilgiyi basılı olarak seri transferine olanak sağlamasıyla dünyanın her tarafından haberdar da oluyorlardı.

14 Kitle İletişimi, Teknoloji, Toplum ve Coğrafyalar

Elektronik ama küçülmüş bir dünyaya doğru

Yeni elektronik iletişim teknolojileri uzaklara iletilebilen bilginin doğasını değiştirmeyi sürdürdü ve zaman ve mekânın daha da küçülmesine neden oldu. Telgrafla iletişim temel olarak kodlu sistem üzerine kuruluydu ve işten işe iletişim aracıydı, ancak 1920'lerde gelişen radyo ve TV yayın teknolojisi uzak mesafelerdeki evlere anlık ses ve görüntünün ulaştırılmasına ilk kez olanak sağlamıştı. Yayının ilk günlerinden itibaren Britanyalı dinleyiciler, yüksek sanat ve klasik müzik kadar roman diline ve bölgesel kültürlere de böylece maruz kalıyorlardı.

14 Kitle İletişimi, Teknoloji, Toplum ve Coğrafyalar

Bugün, uydu ve internet, herhangi bir mahaldeki sosyal aktörlerin uzak kültürlerden, ulusal ve küresel olaylar hakkında anlık bilgiye ulaşmasını mümkün kılmaktadır. Uydular ve internet, bireylerin, bireylerin doğrudan izleyiciler olmalarını mümkün kılmıştır; gönderen ve alıcıların bir zamanlar bağlantıya engel olan coğrafi engelleri aşmalarına yardımcı etmiştir; birey veya grupların belki de hiçbir zaman yaşamadıkları bir dizi sosyal ve kültürel deneyimlere ulaşma olanağı ortaya çıkmıştır ve bu sayede bu iki iletişim aracı daha büyük küresel ilişkiselliği beraberinde getirmiştir.

14 Kitle İletişimi, Teknoloji, Toplum ve Coğrafyalar

Farklı kültür ve ülkeler arasındaki birbirine bağlanmışlık, internetin gelişmesiyle daha da güçlenmiştir. Birbirine bağlı bilgisayarların ağ bağlantısı anlamına gelen internet, 1960'larda ABD Savunma Bakanlığı ve ordu tarafından geliştirilmiştir.

1990'ların başlarında gezgin yazılımın sunumuyla internet herkesin kullanımına açık ve küresel olarak yayılmasına öncülük eden teknolojik bir gelişme olmuştur. İnternet, mesafe gözetmeksizin ortak deneyim potansiyeline güç katmış ve çok geniş çeşitlilikteki enformasyonun yayılabilmesindeki hızlılığı şaşırtıcı boyutlara taşımıştır.

14 Kitle İletişimi, Teknoloji, Toplum ve Coğrafyalar

Bugün, ses, veri ya da resim ileten tüm sinyalleri dijital formatlarda birleştirebilen ve dolayısıyla tözsel bakımdan farklı olmalarına rağmen teknik anlamda özdeş hale gelebilen pek çok teknoloji ürünü bulunmaktadır.

Sinyaller bir dizi kodlara dönüştürölerek telefon hatları, uydu ve bağlantılı bilgisayarlar arasındaki kablo yükselticili yeni nesil televizyon ve cep telefonu sistemleriyle önceki dağıtım sistemlerini küçölten bir hızla gelişmektedir.

14 Kitle İletişimi, Teknoloji, Toplum ve Coğrafyalar

İzleyici özelliklerine yönelik görüşler farklı toplumlara göre arasında değişiklik göstermektedir. Kültürel emperyalizm eleştiricileri, izleyiciyi büyük, edilgen, monolitik, çeşitliliği olsa bile bu çeşitliliğin çok az olduğu bir kitle olarak görme eğilimindedir.

Diğer yandan, izleyiciler bazı eleştirmenler tarafından kural ve değerlerle birbirine bağlanmış toplumun birer parçası olarak görülse de ampirik araştırmalar, izleyicinin pasif aldatılanlar olmadığını, aksine medyanın seçici kullanıcıları olduğuna işaret etmektedir.

14 Kitle İletişimi, Teknoloji, Toplum ve Coğrafyalar

Marksist görüş, medya içeriğinin sosyal eylemi tek biçimli olarak şekillendiren güçlü ve tanımlamaz, toplum çapında bir etkiye sahip olduğunu ileri sürmektedir.

Kültürel emperyalizm eleştirmenleri, Amerika Birleşik Devletleri'ne ait uluslararası medya şirketlerinin küresel medya hakimiyeti ve medya ürünlerinin tek yönlü akışı, gelişmekte olan toplumlarda yerli kültürün genelde Amerikan Batılı kapitalist tüketici kültürle yer değiştirmesine neden olduğu savını dile getirmektedir.

14 Kitle İletişimi, Teknoloji, Toplum ve Coğrafyalar

Kültürel anlamın taşıyıcısı olarak medya, hem kültürel hem de ideolojik bir araçtır. İthal edilmiş program ve reklamlardaki değerler, Amerikanlaşmış kapitalist tüketicilere dönüştürerek izleyicilerin beyinlerine enjekte edilmektedir.

Diğer yandan davranışçı gelenekteki toplumsal araştırmalar tekbiçimli ve toplum geneli etki fikrini katı bir biçimde reddetmektedir ve medya mesajlarının etkisinin sadece medyaya maruz kalmış kişilerdeki davranış değişikliklerini ölçerek tanımlanabileceği vurgulanmaktadır. Bu gelenekteki araştırmaların çoğu medyanın izleyici üzerinde varsa bile çok az etkisi olduğunu ve herhangi bir etkinin bir dizi değişken veya filtreleme durumlarıyla sınırlandırıldığını belirtmektedir.

14 Kitle İletişimi, Teknoloji, Toplum ve Coğrafyalar

Medya yazılım ve yeni bilgi teknolojisine erişim, tek tek toplumlar ve ulus-devletler arasında eşit değildir. Dolayısıyla enformasyon boşluğu tüm toplumların bir özelliği olarak coğrafi eşitsizliklere dahil olmaktadır. Eğitsel ve sosyo-ekonomik açıdan avantajlı olanlar, avantajlarını, dağıtım ve tüketimi, bu tür sosyal bölünmeleri gözetilen iletişim medyası aracılığıyla artırabilmektedir.

Örneğin, Birleşik Krallıkta en üst ve en alt sosyal sınıflar arasında yeni teknolojiye erişim açısından önemli farklılıklar söz konusudur. Yeni medya oyun alanına giriş zenginler için nispeten ucuzdur. Yoksullar içinse fiyat, fırsat maliyeti, itiş kakışla rahatsız edici bir biçimde iletişim ürünlerine erişim, günlük, yiyecek, konut, giyim ve yakıt ortalamalarının keskin hesaplaması anlamını taşımaktadır.

14 Kitle İletişimi, Teknoloji, Toplum ve Coğrafyalar

Kişisel bilgisayarlar, uydu alımlama, yüksek gelirli evler arasında yoğunlaşmıştır. Oysa televizyon tüm gelir grupları arasında –ucuzladığı için- evrensel bir erişime sahiptir. Benzer şekilde internet kullanımı, evleri profesyonel bir işe sahip biri tarafından idare edilen bireyler arasında en yüksek, vasıfsız bir işte çalışan biri tarafından idare edilenlerde ise en düşük düzeydedir.

Böylece, gelişmiş zengin ülkelerdeki bireyler ile gelişmekte olan yoksul ülkelerdeki bireyler arasında belirgin bir enformasyon boşluğu söz konusudur. Gelişmiş ülkelerde gelişmekte olan ülkelere göre kişi başına sekiz kat daha fazla basılı materyal üretilmektedir. Ek olarak, gelişen ülkelere kıyasla gelişmiş ülkelerde çok daha az sayıda kişi internete erişebilmektedir.

14 Kitle İletişimi, Teknoloji, Toplum ve Coğrafyalar

Televizyon sahipliği ve internet bağlantıları da gelişmiş ülkelerde gelişmekte olan ülkelere çok daha yaygındır. ABD tek başına; Malezya, Meksika, Zimbabve, Kenya, Pakistan ve Hindistan'ın toplamından daha fazla televizyona ve internet bağlantısına sahiptir.

Üçüncü dünya ülkelerinde ise medyayla düzenli bir etkileşime sahip olmayan geniş kitleler söz konusudur. Kuşkusuz, coğrafi konumlarıyla ve tarihsel faktörler nedeniyle Singapur ve Malezya gibi ülkelerin vatandaşları, iletişim teknolojilerine küresel bilgi yoksunluğuna mahkum edilmiş Afrika'daki ve Batı Asya ülkelerindeki halklardan açık biçimde daha iyi bir erişime sahiptir.

14 Kitle İletişimi, Teknoloji, Toplum ve Coğrafyalar

Seçilmiş ülkelerde bin kişi başına düşen internet bağlantılı bilgisayar sistemleri oranı (1998) ile 1000 kişi başına düşen TV sayısı (1996).

