

PAPER DETAILS

TITLE: TELEVIZYONUN ORTAYA ÇIKISINI ETKİLEYEN GELİSMELER

AUTHORS: Volkan YÜZER

PAGES: 81-93

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1497154>

TELEVİZYONUN ORTAYA ÇIKIŞINI ETKİLEYEN GELİŞMELER

Yard. Doç. Dr. T. Volkan YÜZER*

ÖZET

Yirminci yüzyılın önemli buluşlarından biri televizyondur. Bu yüzyılla birlikte televizyon, dünya çevresinde, insanların büyük çoğunluğunun günlük yaşantılarının bir parçası haline gelmiştir. Yapılan araştırmada, bu önemli buluşun ortaya çıkışını hangi gelişmelerin etkilediği belirlenmeye çalışılmıştır. Sonuçta, televizyonun ortaya çıkışında, kapitalizm ve modern devlet anlayışları ile nüfus artışı, şehirleşme ve sanayi devriminin, dolayısıyla teknolojik gelişmenin önemli roller oynadıkları belirlenmiştir. Televizyon gibi yüksek teknolojiyi içinde barındıran bir buluşun ortaya çıkışında önemli katalizörlerden biri şüphesiz sanayi devrimidir. Ancak, diğer olayların da en az sanayi devrimi kadar bu kitle iletişim aracının ortaya çıkışında etkileri olduğu gözlenmiştir.

GİRİŞ

Yirminci yüzyılla beraber insanoğlunun hayatı içinde yer edinen araçlardan biri televizyondur. 2000'li yılların başları itibarıyla bakıldığında, gelişmekte olan ve gelişmiş ülkelerdeki evlerde bulunan televizyon alıcılarının toplam sayısının yüzbinler, hatta milyonlarla ifade edildiğini söylemek mümkündür. Yayın yapan televizyon kanallarının da birçok ülkede iki, üç rakamlı sayılara ulaştığı gözlenebilir. Bu bağlamda, insanların günlük yaşantıları içinde, zamanlarının belli bir kısmını televizyonun karşısında geçirdikleri söylenebilir. Televizyon izleme süresi ise, izleme için vakit yaratma veya istenilen ve beğenilen programların uygun olan saatte yayınlanması gibi durumlara bağlı olarak kişiden kişiye değişebilmektedir.

McQuail (1994, s. 9) televizyonun da içine dahil olduğu kitle iletişim araçlarının ortaya çıkışlarında dört temel ögenin görüldüğünü belirtmektedir.

*Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi

- Teknoloji
- Politika
- Sosyallik
- Toplumun ekonomik ve kültürel konumları.

McQuail (1994, s. 9)'a göre bu öğelerin içine bir grup aktiviteler, fonksiyonlar ve ihtiyaçlar da girmektedir. Dört temel öğenin yanına diğer öğelerin de eklenmesiyle, kitle iletişim araçlarının ortaya çıkışlarında özel bir durumun varlığından söz edilebilir. Bir kitle iletişim aracının ortaya çıkması için koşulları hızlandıran bir öğeyken, bir diğeri için başka bir öğe katalizör görevini yerine getirebilir. Bu bağlamda, her kitle iletişim aracının ortaya çıkışında, bu öğelerden bazılarının, diğerlerine göre daha başat olduğunu söylemek mümkündür.

İnsanların çoğu için günlük yaşantılarında büyük bir yer edinmiş olan televizyonun hangi şartlara bağlı olarak ortaya çıktığı konusu gündeme geldiğinde, bunu açıklayabilmek için televizyonun ortaya çıktığı döneme ve bunun öncesindeki gelişmelere bakmak gerekir. Yukarıda belirtilen başlıkların hangilerinin televizyonun ortaya çıkışında başat rolleri oynadıklarının bu sayede belirlenmesi mümkün olabilir.

TELEVİZYONUN ORTAYA ÇIKTIĞI DÖNEM

Televizyonun ortaya çıktığı dönemde dünyada bazı gelişmelerin yaşandığı gözlemlenebilir. Bu gelişmeler ise dört ana başlık altında toplanabilir:

- Kapitalizmin gelişimi
- Modern devlet anlayışının ortaya çıkışı
- Nüfus artışı ve şehirleşme
- Sanayi devrimi ve teknolojik ilerleme

Bunlar, ilerleyen zaman içinde, toplumsal anlamda yeni yapılanmalar, yeni yaşam anlayışlarının insan hayatına girmesi gibi çeşitli yeniliklerle bütün küreyi etkileyecek derecede önemli gelişmelerdi.

Kapitalizmin televizyonun gelişimine etkisi

Kapitalizm, 16. yüzyıl ile 18. yüzyıl arasında Batı Avrupa'da kendini gösteren yeni toplumsal düzen olarak tanımlanabilir. Bu toplumsal düzen yaşamın her alanında, ekonomide, politikada, düşünce anlayışlarında, bilim ve teknolojiye yepyeni oluşumları kapsamaktadır. (Şaylan, 1995, s. 18) Kapitalist anlayış ile üretim araçları özel mülkiyete geçmiş, kar anlayışı ortaya çıkmış ve sermaye önem kazanmıştır.

Kapitalist anlayışla ortaya çıkan gruplar arasında burjuvazi de önemli bir yer tutmaktadır. Burjuvazinin önderlik ettiği iktisadi gelişme beraberinde getirdiği dönüşümlerle yeni anlayışların doğmasına ve bunların çeşitli toplumsal tabakalara yayılmasına katkıda bulunmuştur (Maillet, 1983, s. 119). Burjuvazinin nüfuzunun eski toplumsal düzeni parçalayacak kadar artırmasındaki temel nedenlerden biri de, giderek daha genişleyen bir pazarın oluşmasıdır (Baechler, 1994, s. 109). Yeni ticaret yollarının keşfedilmesi, yeni icatların daha fazla üretime olanak sağlaması gibi gelişmeler pazarın büyümesine olanak sağlamıştır..

Kapitalizmle beraber, şehirlerde yaşayan kesimler, kırsal alanda yaşayan eski kuşakların geleneksel anlayışlarını terketmeye başlamışlardır. Yeni anlayış ve zihniyetler şehirlere hakim olmaya başlamıştır. Örneğin, anlayış ve kavramların parayla ifade edilmeye başlaması, zevk ve anlayışların kitle düzeyine erişmesi, 20. yüzyılda büyük bir tüketim arzusunun oluşması bu yenilikler arasında sayılabilir (Maillet, 1994, s. 120). Kapitalizmden önceki dönem insanına yabancı olan bu tarz anlayışların, 19. yüzyıl sonrası insanının çok aşına olduğu anlayışlar olduğu söylenebilir.

Kapitalizmin gelişimiyle toplumsal, ekonomik ve siyasal ilişkiler alanında ortaya çıkan değişikliklerin, iletişim alanındaki gelişmeleri besleyen ve kendilerinin de iletişim alanındaki yeni oluşumlardan beslenen bir seyir izledikleri söylenebilir (Kaya, 1985, s. 5).

Kitle iletişimin sadece kapitalist anlayış değil, bütün rejimler için önemli yer tutan özelliklerinden birinin ideolojinin yayılmasını sağlayan özelliği olduğu söylenebilir. Şüphesiz, kapitalizm de iletişimin bu özelliğinden beslenmiştir. Ancak, medyanın ideolojik yönü, hiçbir şekilde onun tek ya da biricik rolü de değildir (Hall, 1999, s. 231). Dolayısıyla, televizyonun ortaya çıkışında, sadece ideoloji ve medya ilişkisiyle sınırlı kalınmasının yanlış olacağı söylenebilir.

Kapitalizmin bir sonucu olarak gelişmeye başlayan ticaretle birlikte, sermayelerini riske edip daha fazla kar elde etme düşüncesini taşıyan kapitalistler açısından iletişim iki açıdan önemli bir olgu haline geldiği gözlenebilir.

İlk olarak bu kişiler, bu sayede üretecekleri ve tüketime sunacakları metalar için hammaddeyi daha çabuk, daha kolay bulabilme şansını elde etmişlerdir. İkinci olarak, yayılabildikleri, iletişim kurabildikleri ve bu sayede tanıtımını yapabildikleri kitlelere mallarını daha fazla oranda pazarlayabilme olanağını yakalamışlardır. Dolayısıyla, ne kadar büyük, yaygın bir iletişim ağı olursa, o oranda büyük bir pazarın oluşması sözkonusu olmaktadır. Bu bağlamda, iletişim ve kapitalizm için önemli bir olgu olan pazarın büyümesi arasında karşılıklı bir ilişkinin varlığından sözedilebilir.

Kapitalizm ile televizyonun ortaya çıkışı arasında bir ilişki kurulurken McQuail (1994, s. 9)'in belirttiği öğeler arasında özellikle ekonomi ve politika öğelerinin ön plana çıktığı söylenebilir. Pazar ekonomisi için şehirler, ülkeler ve bölgeler açısından görsel-işitsel bilgi ve haber sunan bir aracın büyük bir önem taşıyacağı öngörülebilir. Üstelik bu araç, bunu insanların evlerine kadar ulaşılarak gerçekleştirebiliyorsa önemin bir kat daha artacağı ileri sürülebilir. Bütün bunların yanına, yaymak ve yaşatmak için ideolojinin taşınması da önemli bir özellik olarak eklenebilir. Bu da politika öğesinin içine alınabilir.

Modern devletin televizyonun gelişimine etkisi

Modern devlet anlayışı, 16. ve 17. yüzyıllarda Kuzey-Batı Avrupa'da ortaya çıkan devlet tipidir. Bu devlet tipi ile beraber toplumlarda ulusçuluk anlayışı da ortaya çıktığından dolayı "Ulusal Devlet" olarak da tanımlanmaktadır (Şaylan, 1995, s. 16).

Modern devletin özellikleri içinde merkezilik önemli bir yer tutmaktadır. Bunun siyasetin denetlenme ihtiyacının bir sonucu olduğu söylenebilir. Anayasal devlet olması ise bir başka özelliğidir. Anayasa ile devletin işleyişi ve temel dayanaklarının belirtilmesi mümkün hale gelmektedir. Laikliğin devlet işleyişinde temel alınması ve yönetimin parlamenter bir işleyişe sahip olması modern devletin sayılabilecek diğer önemli özellikleri arasındadır (Pierson, 2000).

Weber, geliştirdiği devlet tanımını yaparken arazi unsuruna da değinmiştir. Ona göre modern devletin başlıca özelliklerinden birisi belli bir arazi temeline sahip olmasıdır (aktaran Coşkun, 1997, s. 75). Pierson (2000) da modern devletin açık özelliklerinden biri olarak coğrafi temelinin işaret etmektedir.

Yukarıda belirtildiği gibi modern devlet merkezi bir devlettir. Kontrolünde bulunan coğrafya içinde iletişim, haberleşme önem kazanmaktadır. İletişim ne kadar hızlı olursa bilgi ve haber aktarımı da o kadar hızlı olacaktır. Bunun da devlet açısından önemi iki ana başlık altında toplanabilir. İlk olarak, devlet, hızlı iletişim sayesinde, kendi alanı içinde gelişen olayları daha çabuk öğrenme şansına sahip olacaktır. İkinci önemli unsur ise ideoloji açısından ortaya çıkmaktadır. Olabildiğince geniş ve hızlı bir iletişim ağı sayesinde devlet halkın neredeyse tamamına bir anda ulaşabilecektir. Bu sayede ideolojisini de ulaştırabilecek ve yayabilecektir. Ayrıca olabilecek çeşitli gelişmeleri bildirerek (devlete ve toplumun belirli bir kesimine yapılan saldırılar gibi) toplumu birarada tutmayı daha kolay bir şekilde başarması mümkün olacaktır. Bu özellikleri gözönüne alınarak televizyon, radyo gibi araçların devletle halk arasında bir bağ görevi yaptıkları söylenebilir (Aziz, 1981, s. 50-51). İletişimin gelişmesiyle birlikte, devlet, kendi içinde olduğu kadar dışarıdaki olayları da daha çabuk öğrenebilecek ve dışarıya

daha çabuk haber ulaştırabilecektir. Kitlesele bir iletişim sayesinde devletin toplumsal ve kültürel bir bütünlük sağlaması da mümkün olacaktır.

Yukarıdaki bilgiler ışığında, McQuail (1994, s. 9)'in belirttiği başlıklar içinde, televizyon ve diğer kitle iletişim araçlarının ortaya çıkışlarında, modern devletle ilişkilerinin ideoloji ve kültürel, toplumsal birliği içinde barındıran öğeler arasında aranması gerektiği söylenebilir. Bunlar da politika, sosyallik ve kültürel konum öğeleridir.

Burada şu da söylenebilir ki, modern devlet anlayışından önce de büyük coğrafyalara yayılmış imparatorluklar bulunmaktaydı. Benzer şekilde bu imparatorluklarda da iletişimin hızlı bir şekilde yapılması önem kazanmıştır. Bunlar da ellerinde varolan imkanlarla yollar yapmış, yazının icadından sonra posta sistemleri kurmuş ve olabilecek en süratli şekilde iletişimi, haberleşmeyi kurmaya çalışmışlardır (Alemdar, 1981). Sanayi devriminin modern devlet düzeniyle yakın bir dönemde ortaya çıkması ise televizyon gibi daha karmaşık cihazların ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Nüfus artışı ve şehirleşmenin televizyonun gelişimine etkileri

Dünya'da, insanoğlu'nun nüfus oranları belli dönemlerde çeşitli dalgalanmalar göstermiştir. Avrupa'da 11. yüzyıldan 13. yüzyıla kadar nüfusta artış gözlenmiştir. Daha sonra ortaya çıkan veba gibi salgın hastalıklar ve kıtlıklar sonucunda büyük bir azalma olmuştur. 18. yüzyıldan sonra ise dünya çapında gittikçe yükselen bir şekilde artış, nüfus patlaması olarak nitelendirilebilecek bir şekilde gündeme gelmiştir (Güran, 1999).

Baechler (1994, s. 148), kapitalizmin giderek yayılması ve genişlemesinin, çalışanların giderek daha büyük kitleler halinde yeni sisteme katılmalarıyla destek kazandığını belirtmektedir. Buna tüketim olgusu da eklenebilir. Dolayısıyla, kapitalizmin yayılımının hız kazandığı dönemler ve bölgelerde nüfus artışları gözlemlenmek mümkündür. Bu nedenle, 18. yüzyıldan sonraki artışlarla yeni ekonomik faaliyetler arasında bir bağlantı kurulabilir.

Nüfus artışı, yeni coğrafi ve mesleki dağılımların yanında, ihtiyaç ve taleplerde büyük bir artışı beraberinde getirmiştir (Maillet, 1983, s. 85). Tüketim ve üretim, ekonomik faaliyetlerin gelişimini ve daha geniş bir pazarı olası kılmıştır.

Aynı dönemlerde şehirlere büyük bir ilgi olduğu da görülmektedir. Bu da şehirlerde büyük nüfus oranlarını ortaya çıkarmıştır. Bu oranlar daha önceleri neredeyse hiç görülmemiş kalabalıkta şehir nüfuslarının oluşmasını sağlamıştır. 1800'li yıllarda Avrupa'da yüzbinden fazla nüfuslu 20 şehir bulunurken, 1900'li

yılların başlarında Avrupa ve Kuzey Amerika'da bu büyüklükte şehir sayısı 150 dolayındaydı (Güran, 1999, s. 120). 1950'lerde bu sayı altıyüzü geçmiştir ve milyon nüfuslu şehirlerin sayısı da günden güne yükselerek artmaya başlamıştır.

Büyük şehirlerin oluşmasından ve dünya çapında giderek yaygınlık kazanmasından önceki dönemlerde insanlar çoğunlukla az nüfusa sahip köylerde yaşamaktaydılar. Şehirlerin gelişme dönemlerinde köyler geleneksel zihniyetlerin odak noktasını oluştururken, şehirler yeni zihniyetlerin oluştuğu ve yayıldığı bir merkez haline gelmiştir (Maillet, 1983, s. 89). Bu nedenle şehirlerin kapitalist anlayış gibi yeni oluşumların meydana geldiği, sosyoloji ve teknoloji gibi çok çeşitli alanlarda gelişmelerin filizlenmeye başladığı merkezler olduğu söylenebilir. Buradan yapılabilecek bir çıkarımla, televizyon gibi karmaşık teknolojiyi içerecek, ortak kültürün gelişimine katkıda bulunabilecek ve evlere kadar ulaşan görsel-işitsel iletişimle yeni bir dönemin kapısını açabilecek bir aracın gelişimi için gerekli zemini hazırlayan öğelerden birinin de, yüksek nüfuslu şehirlerin olduğu ileri sürülebilir.

18. yüzyıldan sonra ortaya çıkan nüfus artışı ve şehirleşme olgusu ile beraber insanların yaşadıkları toplumlardan haberdar olmaları da önem kazanmıştır. Şehirleşmenin önem kazanmasından önce dünya nüfusunun büyük bir kesimini oluşturan tarım toplumlarının kırlık alanlarda ve küçük gruplar halinde yaşadıkları yukarıda belirtilmişti. Bu küçük grupların üyelerinin, kendilerini ve yaşadıkları çevreyi etkileyecek olaylardan ve birbirlerinden haberdar olmaları daha kolaydı. Örneğin, olan bir olayı grubun üyelerinin kulaktan kulağa bir anda yayabilmeleri sözkonusuydu. Fakat yüzbin veya milyon nüfuslu şehirlerde iletişim o kadar kolay olmamakta ve düzenli bir iletişim sistemine ihtiyaç duyulmaktaydı. Buna cevap verebilecek araçlardan biri de hem görsel, hem işitsel olarak evlere kadar ulaşabilecek olan televizyonun olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, nüfus artışı ve şehirleşmenin televizyonun ortaya çıkışındaki etkilerinin, McQuail (1994, s. 9)'in belirttiği öğelerden biriyle çok yakın bir bağlantısı olduğu söylenebilir. Bu da sosyallik ögesidir.

Sanayi devriminin televizyonun gelişimine etkisi

18. yüzyılla beraber ortaya çıkan sanayi devrimi sürekli bir teknolojik gelişme anlamına gelmektedir. Teknoloji en genel ifadesi ile bilginin ve bilgiye dayalı yöntemlerin herhangi bir işin yapılmasına uygulanması olarak tanımlanabilir. Teknolojik gelişme ise esas olarak zaman sürecine gönderme yapılarak tanımlanabilmektedir (Şaylan, 1995, s. 98). Buna yeni kullanım imkanlarını eklemek de mümkündür. Eğer yeni bir icat yapılan işin daha önce yapılan orana daha kısa sürede yapılabilmesini olanaklı kılıyorsa veya ampulün icadında olduğu

gibi daha önce olmayan bir icat çeşitli pratik kullanım olanakları sunuyorsa teknolojik gelişmeden söz edilebilir.

Teknolojik devrim kullanılan enerjinin türüne bağlı olarak da sınıflandırılabilir. Bu şekilde bir sınıflandırmada, buhar gücü, elektrik enerjisi ve 1940'lı yıllarda transistörün icadı ile başlayıp entegre devreler ve mikroişlemciler ile devam eden süreç gözönüne alınarak üç farklı aşamadan söz edilebilir. İlk iki sınıflandırmada kullanılan enerji türü belirleyici öğeyken, son sınıflandırmada bilgi ve bilgiyi üretmek belirleyici öğe olmuştur (Şaylan, 1995, s. 108-109).

Sanayi devrimi ve teknolojik gelişme, elektrik gibi çeşitli enerji beslemelerine ihtiyaç duyan ve daha öncekilere göre daha yüksek teknolojileri bünyesinde barındıran çeşitli araçların ve iletişim araçlarının ortaya çıkışına olanak sağlamıştır. Dolayısıyla, televizyon ve sanayi devrimi arasındaki ilişki teknolojik bağlamda kendini göstermektedir. Bunun önemli bir ilişki olduğu söylenebilir. Görüldüğü gibi, diğer gelişmeler, televizyon gibi bir aracın geliştirilmesi ve toplumlar, devletler tarafından kabul görmesi için gerekli ve uygun ortamı yaratmışlardır. Ancak, bu aracın geliştirilmesi için belirli bir düzeyde teknolojik bir altyapı gerekmektedir. Bunu da sanayi devrimi sağlamıştır.

Bunun yanında, televizyonun ortaya çıkışını sadece sanayi devrimi ile ilişkilendirmenin ve diğer gelişmeleri gözardı etmenin de yanlış olacağı söylenebilir. Yukarıda değinilen bütün gelişmelerin kitle iletişim araçları, dolayısıyla televizyonun ortaya çıkışında oynadıkları önem, özellikle gazetenin ortaya çıkışıyla açıklanabilir. İletişim tarihinin en önemli sıçrama noktalarından biri şüphesiz matbaadır. Matbaa makinesi gazetenin ortaya çıkmasını sağlayan en önemli icattır. Ancak bu makine her ne kadar gazetenin ortaya çıkışı için önemli bir basamak olsa da, gazete bu icattan yaklaşık ikiyüzyıl sonra ortaya çıkmıştır. 1605 yılında Hollanda, Anvers'da düzenli yayınlanmaya başlayan "Nieuwe Tydinghen" adlı gazeteyi, Avrupa'nın değişik kentlerinde hayata geçen diğer düzenli ve sürekli haber yayınları (gazeteler) izlemişlerdir (Kaya, 1985, s. 6). Bu durum, sadece teknolojik gelişmenin bir kitle iletişim aracının ortaya çıkması için yeterli olamayacağını belirtmektedir. O halde, yukarıdaki bütün gelişmeler, televizyon ve diğer kitle iletişim araçlarının gelişimi açısından tek tek ele alınabileceği gibi, bir bütün olarak da ele alınabilir.

TELEVİZYONUN ORTAYA ÇIKIŞI VE YAYILIŞI

Görüldüğü gibi, yukarıda açıklanan gelişmelerin hepsini televizyonun ortaya çıkışıyla ilişkilendirmek mümkündür. Ancak, şüphesiz bu gelişmelerin bazılarının, diğerlerinin yanında daha başat roller oynadıkları söylenebilir. Bunların arasında sanayi devrimi ve teknolojik gelişmenin başat rollerden birini üstlendiği ileri

sürülebilir. Çünkü, diğer bütün şartlar sağlansa da, bir ülkeye, bir topluma televizyon gibi bir aracın girebilmesi için teknolojik bir düzey ve altyapının sağlanması gerekmektedir. Geçmişe bakıldığında, televizyonun bütün dünyada bir anda yayılmadığı, ülkelerin gerekli teknolojik düzeyi yakalayıp, altyapılarını oluşturduktan sonra bu aracı toplumların hizmetine sundukları görülebilir (Volti, 1988).

Sanayi devrimi sonrasında ortaya çıkan televizyonun teknolojik gelişimine bakıldığında, onun neredeyse yüz yıllık bir süreç sonunda icat edildiği görülür. Bu kitle iletişim aracının icadı ile ilgili gelişmelerin çok dolaylı da olsa 1817 yılında İsveç’li bilimadamı Berzelius’un selenyum keşfetmesiyle başladığı söylenebilir (Rigel, 1991, s. 21). Selenyum, bu araçta görüntünün oluşturulabilmesi için kullanılan temel maddedir.

1882 yılında “English Mechanic” adlı bir dergide televizyon benzeri bir cihazla ilgili ilk görüşler William Lucas tarafından ortaya atılmıştır (Rigel, 1991, s. 21). 1907 yılında ise “Scientific American” dergisinde ilk defa “television” (televizyon) kelimesi kullanılmıştır (Volti, 1988, s. 152).

Yukarıdaki örneklerin bilimsel dergilerde televizyonun ortaya çıkışını belirten ilk görüşler olduklarından önemli oldukları söylenebilir. Aslında insanlar ilk olarak 1879 yılında televizyonla ilgili fikirleri bir İngiliz magazin dergisi olan “Punch” adlı dergiden almıştır. Bu dergi, o yılda büyük bir ekran karşısında tenis oynayan bir çift insanın seyredilişinin bir illüstrasyonunu yayınlamıştı. Bundan üç yıl sonra bir Fransız ressam buna benzer bir resim yapmış ve insanların ekran karşısında gelecekteki dersleri, savaşları ve hatta erotik şovları seyredişini resmetmiştir (Volti, 1988, s. 152). Bu örneklerin de insanın hayal gücünün televizyona olan etkilerini belirten ilk örnekler olarak önemli oldukları söylenebilir.

Teknik anlamdaki gelişmeler sonucunda 19. yüzyılın sonlarında ve 20. yüzyılın başlarında Paul Nipkow, Vladimir Zworykin, John Logie Baird ve Philo Farnsworth gibi bilim adamlarının çalışmalarıyla 1931 yılında tam anlamıyla çalışan bir siyah-beyaz televizyon cihazı geliştirilmiştir (Rigel, 1991, s. 21-25; Aziz, 1981, s. 10-11). Görüntüdeki renklendirme ise 1950’li yıllardan sonra başarılmıştır.

Her ne kadar 1930’lu yılların başında icat edilse de, televizyonun dünya çapında yayılışı II. dünya savaşından, 1950’li yıllardan sonra olmuştur. Savaşın hüküm sürdüğü yıllar bu aracın gelişimini ve yayılışını olumsuz yönde etkilemiştir.

1950’li yılların başında ancak beş ülkede düzenli televizyon yayınları yapılırken, 80’li yılların başında 138 ülkede yayın yapılmakta olduğu ve dört yüz

- Bir cihaz olarak televizyon alıcısının üretimi ve satışı
- Televizyon programlarının, sunumlarının üretimi ve satışı (Bu durum mali olarak açıklanabileceği gibi, ideolojik olarak da açıklanabilir.)
- Televizyonda reklam sayesinde tanıtımı yapılan malların satışı

Reklam, kapitalist anlayışta önemli bir rol oynamaktadır. Sanayi devrimiyle beraber çok fazla olarak üretilmeye başlayan malların kitlesel tüketiminde reklamın da payı büyüktür (Alemdar ve Erdoğan, 1990, s. 198). Kitle iletişim araçlarının tekelleri kapitalist sistemin bir buluşu olduğunu düşünen Dallas Smythe'nin reklamcılık hakkındaki görüşleri şunlardır: Bu araçlar izleyicileri kitle halinde üretirler ve reklamcılara satarlar. Bu izleyiciler kendilerine kitle halinde üretilmiş tüketim malları ve hizmetlerin pazarlanmasında çalışırlar, pazarlanmasında tüketilirler (aktaran Alemdar ve Erdoğan, 1990, s. 197-198). Televizyonun, görsel-işitsel boyutta ve hareketli görüntü olanağıyla evlere kadar ulaşılabilen reklama olanak tanınmasının, kapitalist sistem açısından onun önemini ortaya çıkaran önemli öğelerden biri olduğu söylenebilir. Bunun yanında, televizyonun kendisinin de, gelişimi sırasında bu özelliğinden beslendiği durumların olduğu söylenebilir. Örneğin, ABD'de, 1950'li yıllarda televizyonun tek bölümlük diziler gibi kendine özgü ilk sunum şekilleri geliştirilirken, bunlar için gerekli finansman da, reklam sayesinde sponsor firmalardan sağlanmıştır (Mutlu, 1991). Sonuçta, reklamın, ABD gibi kapitalist rejimi benimseyen ülkelerde her zaman için önemini koruyan bir faktör olduğu gözlenebilir.

Görüldüğü gibi mal ve hizmet olarak televizyon yukarıdaki üç şekilde kapitalist anlayışla yakınlaşmıştır. Sadece mal ve hizmet olarak değil ideoloji olarak da bu sisteme hizmet ettiği durumlar da şüphesiz vardır. Örneğin, hiç durmadan tüketime teşvik etmesi ile sistemin yürütmesine bu aracın büyük bir katkısı olduğu söylenebilir. Kitle iletişim araçlarına, dolayısıyla televizyona eleştirel bir yaklaşım değişimci okul tarafından getirilmektedir. Bu okul taraftarlarının çıkış noktaları Karl Marx'ın görüşleridir. Onlara göre bu araçlar varolan sistemin yürütmesini sağlayan araçlardır ve asıl amaçları da budur. Varolan sistem ise baskın bir şekilde kapitalizm olduğundan bu araçlar onun hizmetinde işgörmektedirler. Örneğin, Murdock ve Golding'e göre kitle iletişim araçları kapitalist sahiplerin elinde toplanmıştır ve bu sayede kapitalistlerin düşünceleri ve dünya görüşlerinin sürekli tekrarlanan reklamı yapılmaktadır. Değişimci okul konuya her ne kadar olumsuz açıdan olumsuz açıdan yaklaşırsa da, özellikle ABD gibi batılı ülkeler için, kitle iletişim araçlarını kapitalizmle, varolan düzenle bağıntılı olarak açıklamaya çalıştığı söylenebilir (aktaran Alemdar ve Erdoğan, 1990, s. 186).

Rusya'daki durum ele alındığında, televizyonun farklı bir özelliğinin, bu ülkedeki gelişiminde daha başat olduğu ileri sürülebilir. Rusya, 1900'li yılların başından 1990'lı yıllara kadar, sosyalist toplum anlayışını benimsemiştir.

Dolayısıyla, bu ülkede televizyonun ortaya çıkışındaki başat gelişmeleri ararken, kapitalizm dışındaki gelişmelere bakmak gerekir.

Ulusal devletlerin varolma ve süregelme çabaları için hızlı ve etkili iletişim özelliklerinden dolayı televizyona ihtiyaç duydukları söylenebilir. Aziz (1981, s. 50), radyo ve televizyonun ortak özelliklerinden bahsederken, bunların resmi bir niteliklerinin olduğunu belirtmektedir. Radyo ve televizyonun, devletin halka uzanan eli olma özellikleri vardır. Çok geniş bir coğrafyaya yayılmış Rusya'da televizyon gelişiminde ulusal devlet anlayışının başat faktör olduğunu söylemek mümkündür.

Bunu destekleyecek bir görüş, Althusser (1994)'in devlet ve ideolojik aygıtları açıklamasında bulunabilir. Devletin ideolojik aygıtları (DİA) açıklanırken bular sekiz başlık altında toplamıştır: Dini DİA, öğretimsel DİA, aile DİA'sı, hukuki DİA, siyasal DİA, sendikal DİA, kültürel DİA, ve haberleşme DİA'larıdır (Althusser, 1994, s. 33-34).

Althusser (1994, s. 34)'e göre basın, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçları devletin haberleşme DİA'sını oluşturmaktadır. Bu araçların varolan egemen görüşü, egemen ideolojiyi yayarak, büyük coğrafyalara yayılmış ulusal devletin toplumunu birarada tutmaya da hizmet etmekte oldukları söylenebilir. Aynı zamanda bu araçlar sayesinde toplum birbirinden haberdar olmaktadır. Bu görüş, büyük coğrafyalara ve yüksek nüfusa sahip modern devletlerde televizyonun nasıl bir ihtiyaç haline geldiğini belirtmektedir.

Görüldüğü gibi televizyonun ortaya çıkışı ve yayılışında, ortaya çıktığı dönemdeki gelişmelerden bazılarının, ülkelere göre farklılıklar göstererek daha başat oldukları söylenebilir. Ancak, daha önce belirtilen bütün gelişmelerin, açıklandığı gibi, bu aracın ortaya çıkmasında çeşitli roller oynadıkları da bir gerçektir.

Son olarak, televizyon diğer kitle iletişim araçlarıyla karşılaştırılabilir. Diğer kitle iletişim araçlarının birbirlerinden farklı özellikleri olduğu gibi, televizyonun da kendine has özellikleri vardır. Onun gelişiminde bu özelliklerin de payı olduğu söylenebilir. Televizyon, radyoyla anında bilgi iletme özelliğini paylaşır. Bunun yanında, radyo karşısında kör olan dinleyicilerin gözleri televizyon karşısında açılmıştır ve dinleyicilerin, izleyici konumuna yükselmeleri mümkün olmuştur. Televizyondan önce insanların başka bir yerde olmuş bir olayı görsel ve hareketli olarak izleyebilme şansı sadece sinemaydı. Yıllar önce, eğer belli başlı bir olay-haber varsa, halk bunun görüntülerini bir ya da birkaç hafta sonra bir sinema salonunda sunulacak filmde hemen önce izleyebiliyordu (Postman ve Powers, 1996, s. 41). Bu süreç içinde izleyicilere ancak emekleme hızında gelebilen

olaylar-haberler, televizyon sayesinde koşarak gelmeye başlamışlardır. Gazetede de olaylar olduktan ancak bir veya birkaç gün sonra yayınlanmaktadır. Gazetenin televizyonla arasındaki en büyük farklarından bir tanesi de gazetenin bir okur-yazar kitlesine ihtiyaç duymasıyken, televizyonun böyle bir şarta gereksinimi olmamasıdır. Bu konu hakkında Gerbner şunları söylemektedir: “Okuryazarlığın ve hareketliliğin tarihsel engellerinin önüne geçen televizyon, nüfusun günlük kültürünün öncel ortak kaynağı olmuştur. Bu araç muhtemelen sanayi öncesi dinden beri ilk defa güçlü bir kültürel bağ sağlar” (aktaran Alemdar ve Erdoğan, 1990, s. 143).

Yukarıda sayılan bütün özelliklerinin yanında televizyonun bir kitle iletişim aracı olarak, iletişim alanında bir Unesco komisyonunca hazırlanan ve kısaca MacBride raporu olarak bilinen kapsamlı çalışmada sekiz başlık altında toplanan iletişim işlevlerine de sahip olduğu söylenebilir (aktaran Kaya, 1980, s. 15-16). Bu işlevler, haber ve bilgi sağlama, toplumsallaştırma, güdüleme, tartışma ortamı hazırlama, eğitim, kültürün gelişmesine katkı, eğlendirme ve bütünleştirme işlevleridir.

SONUÇ

Görüldüğü gibi, televizyonun ve diğer kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmasında 16. yüzyılda değişmeye başlayan zihniyet ve yaşam anlayışlarının büyük bir etkisi olduğu söylenebilir. Kapitalizm, modern devlet anlayışının ortaya çıkışı, yaşanan nüfus artışı ve şehirleşme olguları beraberinde toplum içinde ve toplumlar arasında hızlı, etkili bir iletişim kurma ihtiyacını da beraberinde getirmiştir. İnsanlık için teknolojiye önemli adımların atılmasını sağlayan sanayi devrimine ihtiyaçlar ve insanın hayalgücü de eklenince, daha önce insanların imgeleminde dahi yer alamayacak cihazların ve teknolojilerin icadı ve geliştirilmesi açısından uygun bir ortam ortaya çıkmıştır. Televizyon da bunlardan biridir.

Televizyon ortaya çıktıktan sonra da gelişimine devam etmiştir. Görüntünün renklendirilmesi ve daha kaliteli hale getirilmesi çalışmaları (HDTV-Yüksek Tanımlı TV gibi) bir cihaz olarak daha üst seviyeye çıkışını gösteren gelişmelerdir. Programların çeşitlenmesi ise içerik olarak gelişimin bir göstergesidir. 1970’lerden sonra bilgisayar teknolojisinin de dünyada geniş bir alanda kullanılmaya başlamasıyla beraber, televizyon karşısında pasif durumda bulunan izleyicilerin aktif duruma geçmeleri ve sunumları, programları yönlendirme şansına sahip olmaları gündeme gelmiştir.

Özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra, iletişim alanında, yukarıda örneği verildiği gibi, öyle büyük gelişmeler yaşanmıştır ki, bu dönemden sonrası iletişim

ve bilgi çağı olarak adlandırılmaktadır. Bu gelişmeler sayesinde dünya artık küresel bir köy olarak adlandırılmaya başlamıştır. Bu küresel köyün nüfus kalabalığı ve alan olarak büyüklüğü gözönüne alınırsa, bu özelliğini yitirmemesi, sakinleri arasında haberleşmenin kopmaması için iletişim araçlarına sahip olması gerektiği görülür. Aksi halde küresel köy özelliğinin yitirilmesi söz konusu olacaktır. Çünkü insanlar tarım toplumlarındaki küçük köylerdeki gibi kendilerini ve çevrelerini ilgilendiren olaylardan çok kısa bir süre içinde haberdar olamayacaktır. Bu köy içinde olayları görsel-ışitsel olarak ve anında iletebilen televizyon önemli bir iletişim aracı olarak yerini almaktadır. Öyle ki, 1880'li yıllarda bir Fransız ressam tarafından resmedilen, televizyon aracılığıyla savaşların seyredilebilmesi durumu (Volti, 1988, s. 152), 1990'larda gerçekten herkesi bir savaşın canlı tanığı yapmıştır. ABD ve Irak arasında yapılan bu savaş canlı olarak televizyonlardan yayınlanmıştır.

Televizyonun kapitalizm, modern devlet, nüfus artışı ve şehirleşme gibi olguların bir sonucu olduğu gözönüne alınırsa, onun en azından bu anlayışlar ve yapılanmalar varoldukça varolacağı, insanlığın yanında yer alacağı, haber ve bilgi iletme görevlerini yerine getireceği söylenebilir. Bu anlayışlardan sonra da haber ve bilgi ulaştırma önem taşıdığı sürece, televizyon ve diğer kitle iletişim araçları varlıklarını sürdüreceklerdir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- Alemdar, K. (1981). Türkiye'de çağdaş haberleşmenin tarihsel kökenleri. Ankara: Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayını.
- Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. (1990). İletişim ve toplum. Ankara: Bilgi.
- Althusser, L. (1994). İdeoloji ve devletin ideolojik aygıtları. Y. Alp ve M. Özışık (Çev.). İstanbul: İletişim.
- Aziz, A. (1981). Radyo ve televizyona giriş. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayını.
- Baechler, J. (1994) Kapitalizmin kökenleri. M. A. Kılıçbay (Çev.). (2. Baskı). Ankara: İmge.
- Coşkun, İ. (1997). Modern devletin doğuşu. İstanbul: Der.
- Güran, T. (1999). İktisat tarihi. İstanbul: Acar Matbaacılık.
- Hall, S. (1999). Medya, iktidar, ideoloji. M. Küçük (Der.). (2. Baskı). Ankara: Ark.

- Kaya, A. R. (1985). Kitle iletişim sistemleri. Ankara: Teori.
- Kılıç, L. (2000). Görüntü estetiği. İstanbul: İnkılap.
- Maillet, J. (1983). 18. Yüzyıldan bugüne iktisadi olayların evrimi. E. Tokdemir (Çev.). İstanbul: Remzi.
- McQuail, D. (1994). Kitle iletişim kuramı. A. H. Yüksel (Çev.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Mutlu, E. (1981) Televizyonu anlamak. Ankara: Gündoğan.
- Pierson, C. (2000). Modern devlet. D. Hattatoğlu (Çev.). İstanbul: Çiviyazıları.
- Postman, N. ve Powers, S. (1996). Televizyon haberlerini izlemek. A. Tunç (Çev.). İstanbul: Kavram.
- Rigel, N. (1991). Elektronik rönesans. İstanbul: Der.
- Şaylan, G. (1995). Değişim, küreselleşme ve devletin yeni işlevi. Ankara: İmge.
- Volti, R. (1988). Society and technological change. New York: St. Martin's Press.