

İletişim Araçlarının Toplumsal Tarihi İçin Bir Giriş

Göksel AYMAZ

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi
Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü
İstanbul

Özet

İletişim teknolojisinde kaydedilen gelişmelerin ortaya koyduğu yeni olgulara ilgi duyan iletişim araştırmalarının önemli bir kısmı, bu olguların ekonomi politikasına yönelmiş durumda. Kitle iletişimindeki gelişmeleri ekonomi politik açıdan ele alan bu çalışmalar, kitle iletişim tarihini, ekonomik ve toplumsal tarihle bir arada ele alanın kaçınılmazlığı ve gerekliliği üzerinde durmaktalar. Bu bakış açısıyla, kitle iletişim araçları teknolojisinin kullanıma soktuğu ileri iletişim araçları, “toplumsal bir üretim aracı olarak alet” ile “toplumsal bir varlık olarak insan” arasındaki ilişki olarak sorunsallaştırılmaktadır. Basit el aletlerinden ileri teknoloji ürünü makinelere kadar bütün araçlar “toplumsal emeğin doğal kuvvetleri”dir. Bu sebeple, araç gereç ve teknoloji tarihi, toplumsal üretim sürecinden bağımsız ele alınamaz. Bilimsel ve teknik gelişmelerin temelinde toplumsal ihtiyaçlar yatar. Kitle iletişim araçlarının gelişimi de maddi hayatın üretimi ve yeniden üretiminden doğan ve buna bağlı uğraşlarla gelişen ihtiyaçların ürünüdür. İletişim medyasının enformasyon akışını hızlandıracak teknik gelişimi (telgraf, telefon, radyo), insanoğlunun mesafeye karşı verdiği mücadeleden doğan bir ihtiyaçtı. Kapitalist modernleşmenin önkoşulu ve niteliği olan “dünya pazarı”, coğrafi bilgi açısından bile henüz *tek bir dünya* haline gelememiş olan yerküreyi, *tek bir pazar* olarak, *tek bir mekân* haline getirmekteydi. Kitle iletişim teknolojisini bugüne hazırlayan elektrik/elektronik temelli medyanın gelişimi de buna eşlik etmekteydi.

Anahtar kelimeler: İletişim araçları, iletişim tarihi, teknoloji, elektrik/elektronik temelli medya, ekonomi politik.

An Introduction for Social History of Mass Media

Abstract

An important section of communication research is interested in new facts uncovered by developments in communication technology and is oriented toward the political economy of these facts. These studies address the developments in mass communication in a political economy and emphasize the inevitability and necessity of dealing with the history of communication, economics, and society. Advanced means of communications established through mass media technology are problematized as a relationship between “the instrument as a means of social production” and “humans as a social entity.” All instruments, from simple hand tools to hi-tech machines, are of “the natural powers of social labor.” Thus, instruments and the history of technology cannot be handled independently by the social production process. Social needs lie at the bottom of scientific and technical developments. Also, mass media is developed as a product of the needs that arise from the production and reproduction of material

life and that of development with relevant efforts. Technical development of communications media (telegraph, telephone, radio) that accelerates information flow is a necessity arising from the struggle of human beings against distance. “The world market,” which is the prerequisite and trait of capitalist modernization, has turned the globe into *a single space as a single market*, which has not yet become *a single world* in terms of geographical knowledge. This goes along with the development of the electricity/electronics-based media, which has paved the way to the mass communication technology of today.

Keywords: means of communications, history of communication, technology, electricity/electronics-based media, political economy

İletişim Araçlarının Toplumsal Tarihi İçin Bir Giriş

Yakın dönemde “yeni medya”, “sanal gerçeklik”, “çoklu ortam”, “sosyal ağlar”, “hiper metinsellik”, “bulut bilişim”, “yapay zekâ” vb. gibi kitle iletişimindeki teknolojik gelişmelerin ortaya koyduğu yeni olgulara ilgi duyan iletişim araştırmalarının önemli bir kısmı bu olguların ekonomi politığıne de yönelmiş durumda.(Mosco ve Fuchs, 2014; Wayne, 2009) Köken itibarıyla 1960’ların sonundan itibaren Kuzey Amerika ve Avrupa temelli çalışmalar olarak açığa çıkan ve “medya endüstrisi, uluslararası şirketler, bunların dünya çapındaki etkisinin ve iktidarının görünümü, merkez ve çevre ülkeler ve az gelişmiş ülkelere girişi” gibi sorunlara yönelmiş olan iletişimin eleştirel ekonomi politığı, 1990’lı yıllardaki neoliberal yeniden yapılanma döneminde iletişimin odağının değişmesiyle birlikte hız kesmiş olmakla birlikte, 2000’li yılların ortalarından sonra, özellikle de 2008’de yaşanan kapitalist küresel krizin yarattığı yeni koşullarda, “Marksist kavramsal seti titizlikle işe koşan, yeni bir eleştirel ekonomi politik gelenek” oluşturmaktalar. (Başaran, bkz.Mosco ve Fuchs, 2014, 12-17) Bu yeni geleneğin oluşturucuları, Marx’ın “üretim tarzı, üretim araçları” gibi kavramlarını hem “yeni medya iktisadı, kültürü ve teknolojisine değin örneklerle aydınlatmak”, hem de bu kavramları “yeni medyayı anlamakta yararlanılacak bir araç olarak sunmak” istemektedirler. (Wayne, 2009, 56)

Eleştirel iletişim çalışmaları (aslında kitle iletişiminin ekonomi politığıyla ilgilenenler arasında sayılamayacak olan kültürel çalışmalar ekolünün önemli ismi) Raymond Williams’ın “iletişim araçlarının da bir üretim aracı olduğu” önermesinden (Williams, 2013, 66-80) hareketle, kitle iletişim araçları teknolojisinin kullanıma soktuğu ileri iletişim araçlarını, “toplumsal bir üretim aracı olarak alet” ile “toplumsal bir varlık olarak insan” arasındaki ilişki olarak sorunsallaştırmaktadır. Bu yaklaşım, iletişim tarihini de yeni bir bakış açısıyla ele almayı beraberinde getirmektedir. Yeni bakış açısı ise, kitle iletişim tarihini, -mutlak surette içinde

yorumlanması gereken- ekonomik ve toplumsal tarihle bir arada el ele almanın kaçınılmazlığını vurgulamaktadır.

Şüphesiz, kitle iletişimi olgusuna “üretim araçları olarak iletişim aracı” şeklinde yapılan teorik vurgu, iletişim araçlarının tarihine yeni yaklaşımlara olanak tanımakta ve bunlara bir yol açmaktadır. Zira yaygın ve alışıldık türdeki iletişim tarihi çalışmaları, ya “iletişim araçları olarak görülen şeyin yazıdan alfabelere, matbaadan sinemaya ve radyo-televizyona kadar uzmanlarca teknik yönden incelenmesidir”, ya da “izleyici ‘kitleler’in toplumsal tarihidir”. Bu yaygın ve alışıldık türdeki tarih çalışmaları, “hem teknolojik hem de toplumsal olan özgül üretim tarzları arasındaki her zaman kayda değer ve kimi zaman belirleyici ilişkileri” ortaya koyamayan, iletişim araçlarındaki teknik gelişmeler ile toplumsal tarihi birbirinden yalıtın çalışmalardır. (Williams, 2013, 70)

Teknik gelişme ve toplumsal ihtiyaç

Araç gereç ve teknoloji tarihi, toplumsal üretim sürecinden bağımsız ele alınamaz. Marx, doğanın makine, lokomotif, demiryolu ve elektrikli telgraf gibi araçlar yapamayacağını, bunların insanın ürünü olduğunu söyler. Her türlü teknik ve teknolojik alet, doğa üzerindeki insan iradesinin ya da insan etkinliğinin araçlarıdır, insan emeğinin doğal uzantılarıdır. “Bunlar, insan eli tarafından insan beyninin yarattığı organlardır; nesneleşmiş bilgi gücüdür.”(Marx, 2003, 176) Basit el aletlerinden ileri teknoloji ürünü makinelere kadar bütün araçlar “toplumsal emeğin doğal kuvvetleri”dir. Doğal kuvvetlerin üretken biçimde kullanılabilmesi için, “insan elinde çıkma” bir şeye gerek vardır. “Su kuvvetinden yararlanmak için bir su çarkına, buharın genişlemesinden yararlanmak için bir buhar makinesine gerek vardır.”(Marx, 1986, 400) Böylece, ileri teknoloji ürünü olan araçlar, “insanın yarattığı bir mekanizmanın aleti olarak genişler ve çoğalır.”(Marx, 1986, 400) Araç gereç teknolojisindeki gelişme, “üretim sürecinin, basit bir emek sürecinden, doğa güçlerini kendi hizmetine sokan ve onları insan gereksinimlerinin hizmetinde çalıştıran bilimsel bir sürece dönüşmesi” demektir.(Marx, 2003, 170) Teknik gelişmelerin temelinde toplumsal ihtiyaçlar yatar. Friedrich Engels’in dediği gibi: “Toplumun teknik bir gereksinimi varsa, bu, bilimi on üniversiteden daha çok ilerletir. Bütün hidrostatik, 16. ve 17. yüzyıllarda, İtalya’da dağlardan inen akarsuları düzenleme zorunluluğundan doğdu.”(Engels, 1993, 36)

Bilim ve teknik, maddi hayatın üretiminden doğmuş, buna bağlı uğraşlarla gelişip serpilmiştir. Hiç unutmayalım ki, (her biri bilim alanında somut bir gelişmeyi ifade eden) kanallar yöntemiyle sulama tekniği, mayalama, metal üretimi ve kullanımı, dingilli yük araçları, yelkenli gemiler ve benzerleri, (Neolitik ve Kentsel Devrim’in de hazırlayıcısı olan) maddi hayatın yeniden üretiminin koşullandırdığı gelişmelerdi. Keza alfabe ve yazı da, büyük hayvan

sürüleri ve yüksek gelirli çiftliklerin işin içinde olduğu tapınak hesaplarının tüm Sümerli rahiplerin takip edebileceği (demek ki okuyup anlayabileceği) şekilde tutulması ihtiyacından doğmuştu. Güneşin dünya etrafında değil, dünyanın güneş etrafında döndüğünü -tüm bir Ortaçağ kozmolojisini tayin eden Ptolemyus'tan önce yaşamış olan- Sisamlı Aristark, Kopernik'ten çok daha evvel kavramıştı. Heron adındaki İskenderiye'li mühendis, James Watt'tan çok daha önce buhar gücüyle çarkı döndürmüştü. Astronom Eraros, deniz yoluyla dünya çevresinde gezilebileceğini kestirmiş, coğrafyacı Strabon da, okyanusun ötesinde bir kara parçasının bulunabileceğini tahmin etmişti. Ayrıca, Antik Çağ'da, okyanustaki Kanarya Adaları'nı keşfeden Yuba adında bir gezgin de vardı. Gezgin Yuba, Kristof Kolomb'tan bir iki yüz yıl değil, hemen hemen bin beş yüz yıl eskiydi. Heron'u Watt'tan ayıran zaman daha da fazladır. İleriye doğru hareketinden insanı böyle alıkoyan neydi? Denizlerde büyük bir cesaretle dolaşan insan, niçin okyanusun eşiğinde uzun süre duraklamıştı? Çünkü okyanus henüz aşılmak zorunda değildi! Ama 1492'de Amerika, *keşfedilmek zorundaydı*. Amerika'nın keşfine olanak tanıyan şey maceracı ruh değil, İspanya krallığının yeni zenginlik kaynaklarına duyduğu ihtiyaçtı; Heron dönemindeki İskenderiye'nin buhar gücünün yaratacağı arza ihtiyacı yoktu, ama on dokuzuncu yüzyılda “dünyanın atölyesi” olan Britanya İmparatorluğu için böyle bir arz, ucuza mal edilmiş bol miktarda kumaşın uzak diyarlardaki pazarlara taşınması söz konusu olduğunda, acil bir ihtiyaçtı. Bu sebeple, teknoloji tarihinin toplumsal tarihten ayrı kendi başına bir tarihi yoktur.

İletişim araçlarının enformasyon akışını hızlandıracak teknik gelişimi de belli bir ihtiyaçla geliştirecekti. Toplumsal ihtiyaç momenti, iletişim araçlarının teknik gelişimini toplumsal tarihe bağlayacaktı.

İletişimin nesnel koşulu olarak teknik

Genel olarak iletişim, sembolik formların (söz, resim, grafik, müzik, hareketli görüntü vb.) üretimi, çoğaltımı, aktarımı, alımlanması ve değişik türdeki kaynakların idaresini içeren toplumsal bir süreçtir.¹ Bireyler, sembolik formları üretmek ve yaymak için genellikle *teknik bir araç* kullanırlar. Bu nedenle, kitle iletişimi denilen şey, “kitle iletişim araçları”, başka bir deyimle, “iletişim medyası” üzerinden işleyen bir *toplumsal süreç*dir.

¹ Türkçede *iletişim*, Latincedeki *communis* kelimesinden türetilmiş *communication* kavramının karşılığı olarak kullanılmaktadır. “Anlaşılacağı gibi, dilimizdeki karşılığı yabancı dillerdeki anlamının en önemli kesimini dışarıda bırakmaktadır. İletişim terimi, *communication* sözünün temelindeki toplumsallaşma anlamını ifade edememektedir. Oysa Latincedeki anlamı, *communa*, *communis* gibi kelimelerden anlaşılacağı gibi, bir ortaklığı, toplumsallaşmış olmayı, birlikteliği, iştirak hâline gelmiş olmayı kapsamakta, dolayısıyla, iletişimi hem bireyler arasında bir süreç olarak, hem de bunlar aracılığıyla toplumsal düzeyde bir süreç olarak ifade edebilmektedir.” (Oskay, 1993, s.309-310)

Kitle iletişiminde kullanılan teknik araç, sembolik formların maddi zemini ve nesnel koşuldur. Çünkü hem sembolik alışverişin bütün süreçleri bir ölçüde teknik araç gerektirir (yüzyüze iletişimde bile ifadelerin değiş tokuşu için gırtlak, ses telleri, yüz kasları gibi, ses dalgaları, kulak zarı gibi bazı maddi unsurlar gereklidir), hem de iletişimin gelişkinliği, araçların teknik düzey ve kapasitelerinin olanaklarıyla sınırlıdır (dumanla felsefi bir tartışma yapılamaz, veya sembolik formların depolama ve çoğaltım olanağı açısından bir Sümer parşömeni ile DVD'nin teknik ortam kapasitelerini düşünelim vb.). Dolayısıyla, kitle iletişimi tarihi, esasen, kitle iletişim araçlarının tarihidir.

İletişim araçları, taşıyıp aktardığı mesajlar nedeniyle, bireyler için anlamlı sembolik formların *üretimi*, *depolanması*, *çoğaltımı* ve *dağıtılmasıyla* ilgilidir ve tarihin her döneminde bütün toplumlarda insanlar (ilkel dil kullanımından bilgisayar teknolojisindeki son gelişmelere kadar) bu tür bir üretim, depolama ve aktarımda bulunmuşlardır. Sembolik formların üretim, depolama, çoğaltım ve dağıtımının derecesini, teknik medyanın bu işleme yönelik olanakları belirler. Örneğin konuşmanın (ister yüz yüze, ister telefonla olsun) bu işlemler için sahip olduğu olanak derecesi çok düşük veya hiç yoktur. Buna karşılık, parşömen veya kâğıt üzerine yazma, ağaca veya taşta oyma, boyama, basma, filme alma, kaydetme gibi başka örneklerde daha yüksek derecededir. (Thompson, 2008, s.38) Üretim, depolama ve dağıtım süreçleri, on beşinci yüzyılın sonlarından günümüze kadar, iletişim medyasının teknik gelişimiyle birlikte radikal ve kesintisiz bir dönüşüm geçirdi. “Bu süreçler modern dönemin özelliklerini oluşturan bir dizi kurumsal gelişmeler içinde taşındı. Bu gelişmeler nedeniyle sembolik biçimler görülmedik boyutta (yeniden) üretildi; pazarda alınıp satılabilen metalara dönüştürüldü; zaman ve mekânda yayılmış bireylere ulaştırıldı. Medyanın gelişimi, modern dünyadaki sembolik üretim ve değişimin doğasını çok esaslı ve geri dönülmez bir şekilde dönüştürdü.” (Thompson, 2008, s.25)

Kitle iletişim araçlarının miladı kabul edilen matbaanın icadı, fikir ve kanaatlerin dolaşımının artık yüzyüze iletişimin sözcük değiş tokuşundaki bağlam ve boyutlarıyla sınırlanmadığı, olayları yaşama kapasitemizin şimdi ve burada olma koşuluna bağlı kalmadığı ve bütün bunların, kültürel, ideolojik, siyasi bir dizi toplumsal sorunu beraberinde getirdiği yeni bir dönemin habercisiydi. Ancak, iletişim araçlarının gelişimini, toplumsal ve tarihsel süreçlerden ayrı olarak yalnızca tekniklerde ve araç gereçlerdeki gelişim aşamalarının bir kronolojisi şeklinde ele almak, matbaa, telgraf, telefon, radyo ve benzerlerinin sicil kaydını tutmaktan ibaret kılmak, medyayla tek boyutlu ilgilenmek demektir. Bu türden tek boyutlu bir ilgi, kaçınılmaz biçimde, bizi teknik ilerlemeye ilişkin iki yanlış tutumdan birine götürmekle sonuçlanır: Bunlar, her şeyin kötüye gittiği ya da her şeyin iyi bir gelişim içinde olduğu düşüncesidir. Teknik yenilik denilen şeyin (iyi ya da kötü yönde) bu şekilde mitleştirilişi, medya

dünyasındaki yeniliklerin birer kopuş olarak ele alınmasını kışkırtır. Oysa, “yeni medya ortaya konduğu zaman daha eski olanlar terk edilmeyecektir, bunun yerine, birlikte var olacak ve yeni varış noktalarıyla etkileşim içinde olacaktır”.(Briggs ve Burke, 2004, s.12) Örneğin, Antik Yunan kültüründe, yazının var olmasına ve bilinmesine rağmen, sözlü kültür baskındı; matbaa çağında el yazmaları önemini hâlâ korumaktaydı; televizyon çağında radyo ve kitaplar varlığını sürdürmüştür; nihayet internet ve yeni medya çağını yaşadığımız bu dönemde televizyon hâlâ etkin bir medyadır. “Farklı kitle iletişim araçları, belli bir zamanda aynı teknolojik paradigmlar içinde yer alır.”(Barbier ve Lawenir, 2001, s.386) Ayrıca, öncüllerine ait içerik ve anlatı kalıplarını da (farklı görünümde) kullanırlar.

İletişimin teknolojik araçlarına övgü veya yergi düzmekten öte öncelikle anlamaya çalışmamız gereken şey modern toplumlarda insanların kitle iletişiminde niçin katılmak durumunda olduklarıdır. Bu çaba bizi, kitle iletişiminin iletişim araçları tarafından yönetilen bir süreç olmaktan ziyade, toplumsal yaşamın bütünlüğü içinde yaşanan diğer süreçlerin bir parçası olduğu bilgisine götürecektir. Bu bilgidenden de biz anlayacağız ki, kitle iletişiminin (benliğin ve gerçeklik algısının oluşumunu biçimlendirebilme vb. gibi) kültürel işlevleri, iletişim araçlarının tek başına kendi kudreti olmaktan ziyade, içinde yaşadığımız toplumsal sistemin yapısal özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Bunun farkına da ancak söz konusu toplumsal sistemin insanlık tarihindeki yerine bakarak varabiliriz.

Kitle iletişimi araçlarının bu bağlamlarıyla analiz edilmesi, bizi doğrudan tarihsel alana taşır; kitle iletişimi medyası orada kendisine tarihsel bir bağlam bulur. Bu nedenle, medya tarihini toplumsal kurumların geniş alanı içinde konumlandırmak ve medyanın öyküsünü de bütün insanlık tarihini kapsayacak bir zemin üzerinde değerlendirmek gerekir. Bu şekilde ele alınmış bir iletişim tarihi, kendisine sürekli olarak bir “iletişim devrimi” yaşamakta olduğu söylenen 2000’li yılların insanına “yeni medyalara yönelik övgüden ve geleneksel medyalara yönelik merhametli bir horgöründen ibaret olan bir söylemden kaçınabilme”(Barbier ve Lawenir, 2001, s.12) kabiliyeti kazandırır.

İletişim, bir sosyal ilişkiler tarihidir

İletişim araçlarının kullanımı, toplumsal alanda yeni eylem ve etkileşim biçimlerinin oluşmasını, yeni toplumsal ilişki biçimlerinin kurulmasını içerir. İletişim araçlarının kullanımı, zaman ve mekânın algılanışını, toplumsal yaşamın zamansal ve mekânsal gerçekliğine ilişkin tasavvuru dönüştürmektedir. Bu sebeple, iletişim araçlarının tarihi, esasen, bir “sosyal ilişki tarihi”dir, hatta “en gelişmiş sosyal ilişki tarihi”dir.(Barbier ve Lawenir, 2001, s.11) İletişim araçları, ilkel matbaa ve baskı tekniklerinin ilk biçimlerinden, elektronik iletişim ve bilişim teknolojisinin en son türlerine kadar modern toplumların gelişiminin asli bir parçası olmuştur.

İletişim araçlarının gelişimi derken, on beşinci, yüzyılın sonlarında henüz çok küçük boyutlarda olan baskı atölyelerinden, günümüzün dev medya holdinglerine kadar sistem içinde açık kurumsal temelleri olan bir dizi gelişimden söz etmiş oluyoruz. Ayrıca, on dokuzuncu yüzyılın ortalarından itibaren tedrici bir gelişmeyle küresel boyutlara ulaşmış iletişim ağlarının ekonomik, siyasal, askeri vb. alanlardaki otoritelerce bireysel veya kolektif düzeyde kendi amaçları doğrultusunda kullanılmış ve kullanılmakta oluşu da iyi belgelenebilecek açık seçik bir vaka olarak ortadadır. Hem iletişim araçlarının gelişiminin tarihsel sahnesi modern toplumların gelişimi ve kültürel dönüşümleridir, hem de modern toplumların gelişimi ve kültürel dönüşümlerinde iletişim medyasının gelişiminin ve dönüştürücü etkisinin önemli bir yeri vardır. Bu yüzden, iletişim araçlarının gelişimi, modern dünyaya biçim veren büyük toplumsal dönüşümlerle köklü biçimde iç içedir. Bu iç içe olma halini, iletişim araçlarının toplumun çeşitli alanları ve süreçleriyle karşılıklı bağlantılarını araştırmak ve izini sürmek, söz konusu bağlantıların anlamları üzerinde düşünmek, içinde bulunduğunuz “iletişim ve enformasyon çağı”nı, medya ile tıka basa doymuş bu dünyayı biraz olsun anlamak ve aydınlatmak demektir. Şayet bugün içinde yaşadığımız dünyayı, modern toplumların kurumsal özelliklerini ve yaşam koşullarını anlamak istiyorsak, iletişim araçlarının gelişimine ve etkisine merkezi bir rol vermek zorundayız.(Thompson, 2008, 9)

İletişim araçlarının teknik gelişimi, ilerleyen bütünlüklü bir sistemdir. “Bu, daha büyük ya da daha küçük roller oynayan farklı öğelerdeki sürekli değişim içindeki bir sistemdir. Bunu izleyen şey, özsel olarak, politika, ekonomi ve teknoloji ile toplumsal ve kültürel bir tarihtir.”(Briggs ve Burke, 2004, s.12)

İnsan, Tarih ve Medya

İletişim, insanın türsel özelliği olan toplumsallığının bir yansımasıdır. “Doğal ortamına uyumlanmayı dolaysız olarak yapma durumundaki diğer tüm canlı türlerinin tersine, insan, doğal ortamındaki fırtınalara, soğuğa, göllere, denizlere vb. uyumlanmak için ‘ayı olmak’, ‘balık olmak’ zorunda kalmamış, bunu toplumsallaşırılığı ile oluşturduğu kültürü aracılığı ile yapmıştır.”(Oskay, 1993, s.310)

Evrimin milyonlarca yılı, canlı türlerine ait oldukları doğaya uyumlu bir şekil kazandırdı. Ama biyolojik evrim, insanı belli bir özel çevreye göre donatmadı. İnsan türü²

² Yeryüzünde yaşamın başlangıcı 4.5 milyar yıl öncesine uzanır. Memeliler sınıfının 33 takımından biri sayılan primat ise, bugünkü bilgilerin ışığında, 65-70 milyon yıllık bir geçmişe sahiptir. Primatların alt takımı olan antropoidlerin ortaya çıkışı 35 milyon yıl, ailemiz olan ilk hominidlerin 5 milyon yıl, insanın doğadaki yerini kesineleyen homo cinsinin 2 milyon yıllık bir geçmişi söz konusudur. Homo cinsi içinde bugünkü sapiens türünün ortaya çıktığı tarihsel dönem ise sadece 35 bin yıl öncesidir. “Eli taş tutabilen koyu renkli yaratıktan, modern biçime, *Homo sapiens*’e gelmek insanın en az iki milyon yılını aldı. İnsanın biyolojik evrimi diğer herhangi bir hayvaninkinden çok daha hızlı olmasına rağmen, biyolojik evrimin kendi hızı, nihayet bu kadardır. Ama *Homo*

fizyolojik olarak kendini hiçbir özel çevreye uydurmuş değildir. İnsanın çevreye uyması, bedeninin bir parçası olmayan aletler, giysiler, evler ve benzeri donatımlarla sağlanır. “İnsan, kendisini canlılar arasında eşsiz kılan bir dizi yeteneğe sahiptir: diğerlerinden farklı olarak, manzarada yer alan bir figür değil, manzaranın bir şekillendiricisidir. Bedende ve zihinde doğayı keşfedendir; her kıtada yuvasını bulan değil, yuvasını yapan, her yerde yaşayabilen canlıdır.”(Bronowski, 1987, 5) Akı ve emeği insanın çevresiyle yetinmemesini ve onu değiştirip dönüştürmesini mümkün kılmıştır. İnsan, akı ve emeğiyle biyolojik doğasını aşmış, *kültür üreten varlık* haline gelmiştir. İnsan, işte burada ayrılır hayvandan. “Hayvanlar çevrelerinin bilincindedirler, ama yalnızca edilgin bir biçimde ve çevrelerinin bir parçası olarak bilincindedirler. İnsan ise, kendinden ayrı bir şey olarak, üretim çalışmasındaki etkinliğinin *nesnesi* olarak bilincindedir çevresinin. Dolayısıyla, nesne olarak doğanın bilincinde olduğundan, *özne* olarak kendinin de bilincindedir.”(Thomson, 1987, 19) İnsan, koşullarının ürünüdür. Koşulları değiştiren de yine insanın kendisidir. Yani: “İnsanı insan yapan, insandır.”(Childe, 1978, 232-233) İnsan, ne -kendiliğinden her şeyi yapabilmeye muktedir bir varlıkmişçasına- tarihin başlangıç noktasıdır, ne de -umutsuz bir vaka olarak- doğa tarafından dayatılmıştır; insan ancak tarihsel süreç içinde “insan” haline gelmiştir. İnsanın insan olma serüveni, onun biyolojik ve kültürel evrimidir.

İnsanın yarattığı maddi kültür, üretici faaliyetinin nesnesi olan çevreye gösterdiği bilinçli bir tepkidir. *Özne* olan insanın, *nesne* olan doğa karşısında var ettiği her şey *kültür*'dür. Tarihçi Fernand Braudel'e göre, sürekli çalışmanın damgasını taşımayan hiçbir “doğa manzarası” yoktur. İnsan, bu çalışma sayesinde, yani Karl Marx'ın “insanın insan tarafından üretilmesi” dediği şey sayesinde kendini dönüştürmüştür. İnsanın kendi üzerindeki çalışması ya da Marx'ın deyimiyle “kendini üretmesi”, hazır bulduğu doğal avantajlar yanında, insanın bu avantajlar üzerinde dönüştürücü bir eylemde bulunduğuna, yani, hazır bulmanın ötesinde kimi avantajları da kendi kendine fethetmiş olduğuna işaret eder. Braudel'e göre uygarlıktan söz etmek, “kazanılmış avantajlardan” ve “bunların insana yönelik tüm sonuçlarından söz etmek olacaktır.”(Braudel, 1996, 33) Çağdan çağa, insanın geçim araçlarını elde etmek için aletler, giysiler, evler ve benzeri donatımlarla kendi çevresini yeniden oluşturması, kültürel evrimin temelidir.

sapiens'in, sizin ve benim olmayı yürekten isteyeceğimiz artistler ve bilim adamları, şehirciler ve geleceğin plânlayıcıları, okuyucular ve gezginler, doğa olaylarının ve insan duygularının hırslı kâşifleri, atalarımızdan herhangi birinden çok daha cesur tasavvurlara, çok daha zengin deneyimlere sahip kişiler haline gelmesi yirmi bin yıldan daha az bir zaman aldı. Bu da işte, kültürel evrimin hızıdır; bir kez kalkışa geçti mi, biyolojik evrim hızının en az yüz katı bir hızla seyrediyor.” (Bronowski, 1987, s.19)

Hangi kültürlerin, ilk kez nerede, nasıl ve ne zaman başladığını yanıtlamak, günümüz koşullarında bile karmaşık yönler içermektedir. Üstelik çeşitli çağlarda rastlanan değişik kültür biçimleri yerkürenin her yerinde aynı zaman dilimleri içinde başlamış, sürmüş ve de bitmiş değillerdir. İnsanın kültürel evrimindeki olası tek bölümlene ilkesi, maddi yaşamın üretimidir; yani, geçim maddelerinin elde ediliş biçimi ve geçim maddelerinin elde edilmişinde kullanılan üretim araçlarının niteliği ile üretici güçlerin gelişme düzeyidir. Çünkü bütün karmaşıklığı ve kargaşası içinde tüm insan topluluklarını kapsayan bazı genel yasalar bu alanda saptanmaktadır. “İnsan topluluklarının tarihi, üretim tarzlarının değişimi ile koşullu değişiklikler içinde gelişmektedir. Bunların içinde, maddi gereksinimlerin üretimi, insanlık tarihinin temel genel geçerli yasasını oluşturmuştur. Maddi ürün elde edilmeden, ne insan ne de insan toplulukları söz konusu olabilmektedir.”(Teber, 2003, 212) İnsan, geçim araçlarını üretirken kendini de yeniden üretir. İnsanın ilk tarihsel işi, insanı hayvanlardan ayıran ilk iş, düşünmesi değil, kendi geçim araçlarını üretmeye koyulmasıdır. İnsan, kendi geçim araçlarını üretmeye başlar başlamaz, kendini hayvandan ayırt etmeye başlar. Ayrıca, üretim çalışması, ortaklaşa çalışmayı zorunlu kıldığı için, *toplumsaldır*; insanlar üretim yapabilmek için birbirleriyle belirli bağlar, ilişkiler kurmak zorundadırlar. “Alet yapmayı, avcılığı, ateş yakmayı, ev kurmayı ve toprağı işlemeyi, insan tek başına değil, öbür insanlarla birlikte, onlarla el ele vererek öğrenmişti.”(İlin ve Segal, 2001, 17) Ortaklaşa çalışma, insana konuşmayı, konuşma da düşünmeyi öğretmiştir. Bu yüzden, geçim araçlarının temini bütün bir kültürel hayatın temelidir. Bu nedenle ilk koşul, maddi gereksinimlerin üretimidir.

Tıpkı insanın yarattığı ilk kültürler gibi, içinde yaşadığımız modern dünya da, insanın doğada hazır bulduğu -var olan- koşullar üzerindeki biçimlendirici, dönüştürücü faaliyetinin ürünüdür. 8.000 yıl önce Neolitik Devrim’le adım attığımız bu uygarlığa bugünkü son biçimini veren sürece İngiliz Sanayi Devrimi’yle girildi. “Toplum”, “sınıf”, “endüstri”, “fabrika”, “mal”, “sermaye”, “ulaşım”, “pazar”, “müşteri” gibi kelimelere çağdaş anlamlarını vermiş olan bu devrim bütün dünyayı dönüştürmüş ve hâlâ da dönüştürmeye devam etmektedir. Bilindiği gibi, tarım yapabilme becerisinin kazanıldığı Neolitik Devrim, üretim tarzı ve tekniğindeki değişimle beraber insanlar arasında bir işbölümü meydana getirmiştir. İnsanlık tarihinin bu büyük işbölümü, “kafa ve kol emeği” ayrımıdır. Böyle bir işbölümü aracılığıyla insanlık ilk kez iki büyük toplumsal sınıfa ayrılmıştır. Bir tarafta “artı değer” üreten, diğer tarafta üretilmiş bu artı değerle geçinen iki farklı sınıftır burada söz konusu olan.

Modern dünya dediğimiz şeyin (son derece değişken karakterine rağmen) başlangıcından bu güne dek toplumsal ilişki düzeyinde koruduğu tek özellik, “büyük maddi ve zihinsel işbölümü”nü yaratan kentsel devrimle birlikte ortaya çıkmış olan ve sonrasında başka

hiçbir tarihsel gelişmenin ortadan kaldıramadığı, yerine başka hiçbir temel ilişki koyamadığı, en fazla değişik biçimler altında sürmesine müsaade ettiği, “kafa emeği” ve “kol emeği” ayrımı olmuştur. Modern dünyanın bütün bir ekonomik ve toplumsal tarihi, ve buna paralel bir seyir izleyen kültür tarihi, emek örgütlenmesindeki bu iki oluşuma koşullu olarak biçimlendi. Çünkü burada söz konusu olan “toplumsal sınıflar”ın ortaya çıkışıydı. Bu noktadan sonra kültür tarihi, işbölümünün yarattığı sınıfsal farklılaşmaları haklılaştırmayı ve kurumsallaştırmayı amaçlamış düşünceler, açıklamalar ve inançlarla ilerledi ve iletişim medyası da böyle bir kültürün içinde, onun bir parçası olarak gelişti. “İletişim, gündelik yaşamımızda bize nesnelere, insanları tanımlar, işbölümü içinde değişik toplumsal roller yüklenmiş insanlara bu rolleri yerine getirirken, bu rol dağılımından oluşan toplumun o tarih dönemindeki hayat tarzını öğretir, olumlatır, yeniden-üretimi için gereken değerlendirme biçimlerini aşılır. Toplumsal sistemin sürmesini, kendini yeniden-üretmesini sağlar.”(Oskay, 1992, 8)

Yirminci yüzyılın önemli düşünür ve toplumbilimcilerinin “teknoloji” için yaptıkları uyarı, elbette iletişim medyası için de geçerlidir: Bugün şaşkıncı bir gelişkinlik gösteren iletişim medyası, “bu evrende insanlığın özgürsüzlüğünün büyük rasyonelleştirmesini sağlamakta”dır; “bu özgürsüzlük ne akıldışı ne de politik olarak değil, tersine, daha çok yaşamın rahatlıklarını artıran ve çalışma verimliliğini yükselten teknik aygıtın boyunduruğu altına girme olarak görünmektedir.”(Habermas, 2001, 36) Bugün şaşkıncı bir gelişkinlik gösteren iletişim araçları, teknolojinin bu “ideolojik işlev”ini kendi alanında yerine getirmektedir.

Dünyanın tek bir mekân haline gelişi ve iletişim araçlarının rolü

İnsan toplulukları, geçim araçlarının tamamını temin etme noktasında kendine yeterli olmaktan uzaklaştıkça, maddi üretimlerine ihtiyaç duyduğu farklı kültür ve topluluklarla temasa geçti. Yazılı tarihin başlangıcıyla (M.Ö.3000) birlikte, insanlık kültürünün ana nehri, Mezopotamya ve Mısır’dan çıkıp, Yunan ve Roma, Bizans ve İslâm dünyası yoluyla Atlantik Avrupa’sına ve Amerika’ya doğru akarken, kendisine Hint, Çin, Meksika ve Peru uygarlıklarından ve sayısız barbar ve vahşi toplulukların kültürlerinden katılan kollarla durmaksızın genişledi.(Childe, 1982, 21) Dünyanın, gittikçe bu şekilde tek mekân haline gelişi, ihtiyaç maddelerinin değişik tokuşuna dayalı ticaretin eseri idi.

Tarihçi Henri Pirenne, uygarlığın ticaret ve sanayiden bağımsız olarak gelişmediğinin altını önemle çizer. Uygarlığın mekânı kentlerdir ve ticaretin yayılmasıyla, kentlerin gelişimi, çarpıcı bir biçimde birbirine denk düşer.³ Pirenne’e göre kentlerin kökeni ticari canlanmaya

³ Şehirlerin varlıklarını korumaları yolunda asal bir öge olan ticaret, şehirlerin nüfusunun karışıklığını da artırmıştır. Tarihteki ilk şehirlerin nüfusu bile, filolojinin ve arkeolojinin tanıklığına göre, farklı dillere ve farklı kültürlerle sahip grupları barındırıyordu; barbarlık düzeninin kan hısımlığı ilkesi, gitgide modası geçmiş bir masal

bağlıdır, ticaret ve sanayi olmasaydı kent yok olup giderdi, bundan kuşkulananmak olanaksızdır.(Pirenne, 1994, 104) Ticaretin kendini gösterdiği İtalya ve Hollanda'nın, aynı zamanda “kentlerin ilk belirdikleri, büyük bir hızla ve güçlü bir biçimde geliştikleri ülkeler” olduğunu hatırlatır Pirenne.

Modern hayatın hazırlayıcısı olarak o dönemde ekonomik canlanmayı ifade eden şey de uzun mesafe ticaretidir. Tarihçi Fernand Braudel'e göre, ancak mallarını uzaklara yayabilen uygarlıklar canlı kalabilmekteydiler.(Braudel, 1994, Cilt II, 132) Bu sebeple, mekân, Braudel'in deyişiyle, “bir numaralı düşman”dı (Braudel, 1994, Cilt I, 431), her koşulda aşılması gerekmektedir.⁴

Biz bugün hâlâ ticaretin önyak olduğu böyle bir dünyanın içinde yaşıyoruz ve bu dünyayı enformasyonun saniye hızıyla kat edebildiği tek bir mekân haline getirmiş olan da esas itibarıyla ticareten başkası değildir.

Modern dünyanın eşiğinde enformasyon akışı çok maliyetliydi. 16.yüzyılın ortalarında, İtalyan kent devletlerindeki tüccarlar için Suriye limanlarından ya da Orta Avrupa'daki müşterilerinden haber alabilmek çok pahalı bir işti; kısa bir mektubun maliyeti, kendi ağırlığındaki altından kat be kat pahalıydı. Çünkü uzak mesafelere ulaşım hâlâ çok yavaştı. “Denizlerdeki yolculukta gündelik ortalama hız Homeros çağından beri iki kat artabilmiş, heroik çağın küçük gemilerinden sonraki Grek ve Roma dünyasındaki hızlar ise aşılamamıştı.”(Oskay, 1992, 95) 18. yüzyıla gelindiğinde, önceki yüzyılların ölçütlerine göre, yollarda, atlı arabalarda ve posta hizmetlerinde hatırı sayılır iyileştirmeler yapılmış olmasına rağmen, kara ulaşımı koşulları hâlâ yetersizdi. Büyük İskender'in ordusunun bir günde alabildiği yol ile Napolyon ordularının bir günde hızı aynıydı.

Enformasyonun, “en büyük düşman olan” mesafeyi yenmesi de temelde ticaretin bir ihtiyacı olarak gerçekleşecekti; iletişimdeki teknik ilerlemeler bu ihtiyaçtan kaynaklanacaktı.

haline geliyordu. Ticaret, ayrıca, insan tecrübesinin birikimini hızlandırmıştır. Ticaret, kültürün yayılması bakımından bugün olduğundan daha güçlü bir aracı durumundaydı. “Köleler alınıp satılan eşyalar sayılırken, özgür zanaatçılar, sahip oldukları zanaatlarına bir pazar arama amacıyla kervanlarla birlikte seyahat etmiş olmalıdır. Bunlar, herhalde tüm kervan ya da gemi avanesi ile birlikte kervanın ya da geminin ait olduğu şehre yerleştirilmişlerdir. Yabancı bir ülkede yabancılar, tıpkı bugün Katolik ya da Müslüman bir ülkedeki İngiliz kolonilerinin her pazar Anglikan ayini yapmak istemeleri gibi, kendi dinlerince tapınma kolaylıklarını istemiş olmalıdır. Öyle ki, Diyala'daki yıkılmış bir şehirden çıkarılan bir vazo üzerine, bir yerel Sümer sanatçısı tarafından çizilen bir sahne, besbelli Akad'daki bir yerel sunakta bir Hint dinine ibadet edilmesini gösterir. Eğer dinler bir yerden diğer bir yere böyle taşınmışlarsa, insanlara somut yararlar sağlayan sanat ve beceriler de aynı şekilde kolaylıkla yayılmış olabilirler.” (Childe, 1982, s.71)

⁴9. yüzyıldan itibaren Avrupa'da hemen her yerde ortaya çıkmaya başlayan “kale-kentler” (*burg*), uzak mesafelere yapılan büyük çaplı ticaretin gereksinimlerini doğmuştu.. Ortaçağın tekinsiz ve çetin koşullarında ticaretin temel gereksinimleri olarak öne çıkan ulaşım kolaylığı ve güvenlik, kilit noktalarda kale-kentlerin meydana geliş nedenini en doğal biçimde açıklar. Ortaçağ kentlerinin temel niteliğinin açıklaması, tüccarların duydukları bu güvenlik gereksiniminde yatmaktaydı.

Hiç şüphesiz: “Telekomünikasyon sistemlerini yaratan şey hızlı iletişim talebidir, yoksa bunun tersi değildir.”(Crowley ve Heyer, 2010, 186) Dünyanın ilgili her köşesini bilmek isteyen ve bilen, tüccar kesimiydi. “18.yüzyıla kadar Çin’de olanların, Avrupa’nın (uzmanlaşmış tüccar gruplarıyla varsa da) siyasi yöneticileriyle bir ilgisi yoktur. Japonya’da olanları, 16. yüzyıl ile 19. yüzyıl ortaları arasında burada bir köprübaşı oluşturmalarına izin verilmiş bir avuç Flaman tacir dışında kimse doğrudan bilmezdi. 1848’de bile, hatta en iyi Avrupa haritalarında çeşitli kıtaların, bilhassa Afrika’nın, Orta Asya’nın ve Kuzey Amerika’nın bazı bölümleri ve Güney’in iç kesimleri ile Avustralya’daki bir dolu bölge beyaz bırakılmıştı.”(Hobsbawm, 1998b, 63) Tarihçi Eric Hobsbawm’ın deyimiyle, “Bir limana yakın olmak, dünyaya yakın olmak demektir”. Bu, ticaretin bir avantajıydı, zira askerler ve tüccarlar dışında yolculuk olağandışı bir işti: “İnsanların büyük çoğunluğu, askere alınmak gibi başlarına kötü bir şey gelmedikçe, doğdukları kontlukta hatta mahallede yaşar ve ölüdü.” Birer ticaret merkezi olmalarından ötürüydü ki, “birbirinden uzaktaki başkentleri birbirine bağlamak, kırla kenti birbirine bağlamaktan daha kolaydı. Bastille’in düştüğü haberi Madrid halkına onüç günde ulaşırken, başkente 133 kilometre uzaktaki Péronne’da halk ‘Paris’ten gelecek haberler’ için ayın 28’ine kadar beklemişti.”(Hobsbawm, 1998a, 18)

Kapitalist toplumun yaşamsal önkoşulu ve niteliği olan “dünya pazarı”, coğrafi bilgi açısından bile henüz *tek bir dünya* haline gelememiş olan yerküreyi *tek bir pazar* olarak *tek bir mekân* haline getirmekteydi. Bu konuda bilhassa son iki yüzyıl kesin bir bütünlük arz eder. Kitle iletişim araçlarının teknik gelişimi, bilhassa bu dönemde, muntazam ilerleyen bir sistemdir.

Modern dünya ve elektrik/elektronik temelli medya

19. yüzyılın son yılları bir yüzyıldan fazla süredir başlamış olan süreçlerin hem tamamlandığı hem de aşıldığı zamanlardır. Enformasyonun aktarımına ve yeniden üretimine yönelik tekniklerin performansında o denli önemli bir değişim görülür ki, bir “enformasyon devrimi”nden bahsetmek mümkündür.

Tekniklerin tarihi üzerine çalışan bir araştırmacı, teknolojideki değişimi yakından incelediğinde “devrimler”i ayırt etmekte zorlanır. Onun gözlemlediği, daha ziyade, sürekli bir ilerlemedir: 1837, telgrafın icadı; 1876, telefonun ortaya çıkışı; 1899, radyo yayınının başlaması. Bu icatlar silsilesinde kökten değişimler başka bir yerdedir: Yeni tekniklerin etrafında ortaya çıkan ve toplumun genel işleyişinde tarihçinin “devrim”den söz etmesine yetecek kadar önemli sonuçları olan “sosyo-teknik değişimler”dedir, ki bu tam da 19. yüzyılın enformasyon aktarım tekniklerindeki ilerlemeler için söz konusudur.(Barbier ve Lawenir, 2001, 132) Elektrik/elektronik temelli iletişim araçları, demiryolunu, buharlı gemi taşımacılığını ve gazetelerle dergilerin kitlesel basım tekniklerini kapsayan bir sistemde yer alır. Aksi halde bu

icatlar tek başlarına bir şey ifade etmezler. Tarihteki anlam ve konumlarının eksiksiz anlaşılması için, bu icatların, taşımacılıktaki gelişmeleri, posta şebekelerinin modernleşmesini, ekonominin (özellikle kolonyal imparatorluklardaki) yönelimlerini, baskı teknolojilerindeki değişimleri ve siyasal yaşamdaki oluşumları da kapsayan toplumsal bütünün içine yerleştirilmeleri gerekir.

Dünyanın tek bir mekâna doğru dönüşümünde buharlı gemilerle takviye edilmiş denizyolu ulaşımı önemli bir paya sahipti. Ama modern dünyanın kuruluşunda bu dönüşüm, özellikle, insanlık tarihinin neredeyse en gurur verici mühendislik başarısı ve en büyük kamu işlerinden olan demiryolları ağıyla gerçekleşiyordu. Amerika Birleşik Devletleri'nin 1865 yılında yaklaşık 35.000 mil uzunluğunda bir ray sistemi varken, 1870'lerin ortalarında bu rakam yaklaşık olarak 200.000 mile ulaşmıştır. İngiltere'de ise, 1850'de 19.000 mil olan hat uzunluğu 1900'de üç katına, 57.000 mile çıkartılmıştı.(Hobsbawm, 1998b, 67-72) İletişim medyasının teknolojik ilerlemesinde bu sürece eşlik eden en heyecan verici gelişme, mesajların elektrikli telgraf aracılığıyla iletilmesiydi. Artık kaçınılmaz bir gereksinim olan tek bir mekâna ilişkin enformasyonun hızlı akışı sorununu ansızın çözen bu gizemli alet, 1830'ların ortalarında *icat edilmek zorundaydı*. Nitekim telgraf, 1836-37'de farklı araştırmacılar tarafından neredeyse aynı anda icat edildi. Birkaç yıl içinde demiryollarında kullanılmaya başlandı. 1840'lardan itibaren deniz altından hat çekilmesi planları yapılmaya başlandı. 1850'lerin sonlarına gelindiğinde, Amerikan Telgraf şirketi saatte iki bin kelime gönderen bir sistemi uygulamaya koymuş durumdaydı.

Enformasyon devriminin ilk aşamasıydı telgraf. 1830'da bir Londralı, Hindistan'a mektup yazdığına, mektubu Ümit Burnu'nu kat eder ve alıcısına beş ila sekiz ay sonra ulaşırdı; musondan dolayı, gönderen karşı tarafın cevabını ancak iki yıl sonra alabilirdi. 1850'den sonra, tren, buharlı gemi ve deve sırtında yol alan, İskenderiye, Kahire ve Süveyş güzergâhını takip eden aynı mesaj, hedefine en fazla otuz ila kırk beş günde ulaşır; gönderen, mektubunu gönderdikten üç ay sonra cevabını almayı bekleyebilirdi. Yirmi yıl sonra, denizaltı kabloları tarafından gönderilen bir telgrafın (ilk Atlantik ötesi kablo 1858 yılında döşenmişti, 1865'e gelindiğinde büyük denizaltı kabloları döşenmişti) hedefine ulaşması en fazla beş saat tutar ve gönderen aynı gün içinde bir cevap alabilirdi. 1840'lardan başlayarak telgraf, ABD'de ve Avrupa'da kıtasal iletişimin güçlü bir aracı olarak ortaya çıkmış ve kısmen okyanus aşırı kablo teknolojisi sayesinde yüzyılın bitimine doğru küresel bir sistem haline gelmişti.

Telgraftan önce, bilginin taşınması aracın taşınmasını gerektiriyordu; mektup da tıpkı kil tabletler, el yazmaları, kitap ve gazete gibi birileri tarafından bir yerden bir yere götürülüyordu; “telgraftan itibaren mesajlar artık habercilerden daha hızlı yol

alabiliyorlardı”.(Crowley ve Heyer, 2010, 182) Telgrafla birlikte gerçek zamanlı bilgi edinmenin kapıları açılmıştı. Bu hızıyla, telgraf “19. yüzyılın insanlarına hükümetlerin ve ticari ya da mali şirketlerin gezegen üzerindeki iktisadi ya da siyasi anlamda temel niteliğe sahip noktalarına ulaşmasını sağlayacak daha önce görülmemiş bir iletişim sistemi sunar.”(Barbier ve Lawenir, 2001, 139-140)

Telgraftan sonra geliştirilen ilk temel elektronik iletişim aracı telefondur. Ses iletimine dayalı olan telefon, telgrafın birçok sınırlamasını aşabilmişti. “Ayrıca, telgraf Mors koduna hâkim olmayı ve okuryazarlığı gerektirdiği için, onun evlere kadar yayılması mümkün değildi. 1880’lerin sonunda telefonun rahatlığı ve etkililiği zenginlerin evlerinde kullanılmasını sağlamıştı.”(Crowley ve Heyer, 2010, 184) Elektrikli telgraftan ve telefondan daha da büyük bir aşama, insanlığı yakın gelecekte radyoya kavuşturacak olan telsiz telgraftı. “Telsizin olanaklı kıldığı ve (ünlü) *Titanic*’in (14 Nisan 1912’deki) batışının dramatikleştiği, uzaktaki pek çok farklı olayı aynı anda yaşama becerisi, şimdinin deneyimlenme biçiminde esaslı bir değişiklik yaratmıştı.”(Crowley ve Heyer, 2010, 308)

Telsiz haberleşme araçlarının gelişiminin ardında bilindiği gibi bir dizi bilimsel çalışma yatar ve noktayı koymuş olanın Marconi olması da iletişim araçlarındaki teknik gelişmeler ile toplumsal ihtiyaç arasındaki bağı gösteren mükemmel bir örnektir. Marconi, 1899’da Manş üzerinden ilk bağlantıyı kurmayı başarmıştı. Bu denemelerinde Marconi, İngiliz Donanması için yeni bir sistem kurma amacıyla donanma subaylarından Sir Henry Jackson’la birlikte çalışıyordu. Tam bir “buluşçu-girişimci” örneği idi Marconi (Thales, B.Francelin vs. gibi). Bilim çevrelerinde serbestçe dolaşmaya başlamış olan akademik çalışmalar bütününü, dağınık durumda olan bilimsel bilgiyi derleyip toparlayarak telsiz haberleşmeyi iletişimin hizmetine sokmuştu. Onu en iyi koşullarla karşılayıp tüm imkânları önüne seren, İngiliz denizciliği olur. Çünkü, “dünyanın atölyesi” olarak, yerkürenin her yanından hammadde alıp yerkürenin her yanına mamul madde götüren, bu sebeple de dünyanın bütün sularında gemi yüzdüren, “üzerinde güneş batmayan” 19. yüzyıl İngiltere’sinin, yerküreyi tek bir mekân olarak avcunda tutup denetleyebilmesi için böyle bir iletişim imkânına herkesten çok ihtiyacı vardı. Yani, Marconi’yi icadıyla buluşturan güç salt bilim merakı/bilimsel ilerleme değil, ihtiyaçtı.

İnsanlığı telsiz iletişime götüren aşama “hertz” dalgalarıyla insan sesinin taşınabilmesiydi. Ama hâlâ iletişimin yalnızca iki nokta arasında sağlanacağı fikri hâkimdi. İletişimin bu dar ufku radyo ile kırıldı. Yüzyıl başından itibaren önce ABD’de ve ardından İngiltere’de evlere girmeye başlayan radyo, sistemli yayın yapan radyo şebekelerinin de çoğalmasıyla, 1920’li yıllarda aşağı yukarı tüm sanayileşmiş ülkelerde yaygınlaşmıştı. “Radyoyu evrenselleştiren transistör oldu; hem küçük hem de taşınabilirdi ve resmi (yani esas

olarak kentsel) elektrik şebekesinden bağımsız olmasını sağlayan uzun ömürlü elektrik bataryasıyla çalışıyordu.” Bu öyle bir avantaj sağlıyordu ki, yirminci yüzyılda radyo yayınları, en geri ülkelerde “(asgari) bir kent altyapısının bulunduğu her yerde, yoksullara bile evrensel biçimde ve sürekli olarak ulaşabiliyordu”.(Hobsbawm, 1996, 572) Radyonun küresel yayılımı, “radyo elektrik malzemesi yapıp üretimlerini büyük ölçüde geliştirmiş olan büyük şirketlerin sivil pazarlara yönelme zorunluluğundan” doğmuştu.(Barbier ve Lawenir, 2001, 226) Radyo teknolojisi, kolayca sanayileşip sektör haline gelebilecek bir arz-talep sistemine olanak vermişti. Nitekim bu işin ilgili ülkelerdeki öncüleri, ABD’de General Electric ve Westinghouse, Almanya’da Telefunken ve Siemens gibi, elektrik ve elektronik malzeme üreticisi şirketlerdi. Zaten kitle iletişim araçlarının gelişimi, bundan böyle daima “bireysel buluş adamları değil, büyük organizasyonlar tarafından belirlenecektir.”(Briggs ve Burke, 2004, 198)

Radyo yayını, iletişim tarihinde yeni tartışma konuları ve perspektifler açarak, yerini daha sonra televizyona, sonrasında ev içi bilgisayar ve mobil telefon gibi yeni araçlarla internet ve yeni medyaya bırakacağı bambaşka bir insan, toplum ve iletişim aracı ilişkisi ortaya koyar. Günümüzde baş döndüren teknolojik gelişmelerle ilerleyen bu ilişki, kitle iletişiminin toplumsallığını aşikâr biçimde ortaya seren bir ilişki olduğundan, kitle iletişiminin ekonomi politiğine ilişkin derin soruşturmaların konusu olmayı beklemektedir. Hem araç gereç teknolojisindeki gelişme ile toplumsal tarih arasındaki ilişki, hem de teknik yönden gelişen iletişim araçlarının değişen bir sosyal ilişki tarihi ortaya koymakta olduğu gerçeği bu beklentiyi yükseltmektedir.

Kaynakça

- Barbier A. ve Lawenir C.B. (2001). *Diderot'dan İnternete Medya Tarihi*. Çev.Kerem Eksen, İstanbul: Okuyan Us.
- Başaran F. (2014). Giriş: Marx, Medya, Meta ve Sermaye Birikimi. İçinde: Mosco V. ve Fuchs C. *Marx Geri Döndü: Medya, Meta ve Sermaye Birikimi*. Çev.Funda Başaran ve diğerleri, Ankara: NotaBene.
- Braudel F. (1994). *Akdeniz ve Akdeniz Dünyası I-II*. Çev. M.Ali Kılıçbay, Ankara: İmge.
- Braudel F. (1996). *Uygurlukların Grameri*. Çev. M.Ali Kılıçbay, Ankara: İmge.
- Briggs A. ve Burke P. (2004). *Medyanın Toplumsal Tarihi*. Çev.İbrahim Şener, İstanbul: İzdüşüm.
- Bronowski J. (1987). *İnsanın Yükselişi*. Çev.Aykut Göker, Ankara: V.
- Crowley D. ve Heyer P. (2010). *İletişim Tarihi*. Çev.Berkay Ersöz, Ankara: Phoenix.
- Childe G. (1978). *Kendini Yaratan İnsan*. Çev.Filiz Ofluoğlu, İstanbul: Varlık.
- Childe G. (1982). *Tarihte Neler Oldu*. Çev.Mete Tunçay ve Alâeddin Şenel, İstanbul: Alan.
- Engels F. (1993). *Mektuplar 1890-94*. Çev.Öner Ünalın, Ankara: Bilim ve Sosyalizm.
- Habermas J. (2001). *İdeoloji Olarak Teknik ve Bilim*. Çev.Mustafa Tüzel, İstanbul: YKY.
- Headrick D.R. (2002). *Enformasyon Çağı: Akıl ve Devrim Çağında Bilgi Teknolojileri 1700-1850*. Çev.Zülal Kılıç, İstanbul: Kitap.
- Hobsbawm E.J. (1998a). *Devrim Çağı 1789-1848*. Çev. B.Sina Şener, Ankara: Dost.
- Hobsbawm E.J. (1998b). *Sermaye Çağı 1848-1875*. Çev. B.Sina Şener, Ankara: Dost.
- Hobsbawm E.J. (1999). *İmparatorluk Çağı 1875-1914*. Çev.Vedat Aslan, Ankara: Dost.
- Hobsbawm E.J. (1996). *Aşırılıklar Çağı 1914-1991*. Çev.Yavuz Alogan, İstanbul: Sarmal.
- İlin M. ve Segal E. (2001). *İnsan Nasıl İnsan Oldu*. Çev.Ahmet Zekerya, İstanbul: Say.
- Jeanneney J.N. (2009). *Başlangıcından Günümüze Medya Tarihi*. Çev.Esra Atuk, İstanbul: YKY.
- Kuhn T.S. (2006). *Bilimsel Devrimlerin Yapısı*. Çev.Nilüfer Kuyaş, İstanbul: Kırmızı.
- Marx K. (1986). *Kapital*. Cilt I. Çev.Alaattin Bilgi, Ankara: Sol.
- Marx K. (2003). *Grundrisse*. Cilt II. Çev.Arif Gelen, Ankara: Sol.
- Mosco V. ve Fuchs C. (2014) *Marx Geri Döndü: Medya, Meta ve Sermaye Birikimi*. Çev.Funda Başaran ve diğerleri, Ankara: NotaBene.
- Oskay Ü. (1992). *İletişimin ABC'si*. İstanbul: Simavi.
- Oskay Ü. (1993). *Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri*. İstanbul: Der.
- Oskay Ü. (1999). *Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım*. İstanbul: YKY.
- Pirenne H. (1994). *Ortaçağ Kentleri*. Çev.Şadan Karadeniz, İstanbul: İletişim.
- Smith P. (2001). *Rönesans ve Reform Çağı*. Çev.Serpil Çağlayan, İstanbul: İş Bankası.
- Teber S. (2003). *Doğanın İnsanlaşması*. İstanbul: Say.
- Thompson J.B. (2008). *Medya ve Modernite*. Çev.Serdar Öztürk, İstanbul: Kırmızı.
- Thomson G. (1987). *İnsanın Özü*. Çev.Celâl Üster, İstanbul: Payel.
- Wayne M. (2009). *Marksizm ve Medya Araştırmaları*. Çev.Bariş Cezar, İstanbul: Yordam.
- Williams R. (2013). *Kültür ve Materyalizm*. Çev.F.Burak Aydar, İstanbul: Sel.