

KİTLE İLETİŞİM VE KÜLTÜR

Prof. Nermin ABADAN-UNAT

A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi
Cilt XXXIX, Sayı 1-4, Ocak - Aralık 1984
den
Ayrı Baskı

A.Ü. S.B.F. VE BASIN - YAYIN YÜKSEKOKULU BASIMEVİ, ANKARA - 1984

KİTLE İLETİŞİM VE KÜLTÜR*

Prof. Nermin ABADAN-UNAT

Siyasal Bilgiler Fakültesi Öğretim Üyesi,
Ankara Üniversitesi

Kitle iletişim araçları çağımızda inanılmaz bir sürat ve hacimde toplumsal "çıktı"larını arttırıp, kültür sistemlerini etkilemektedirler. Bu süreç bütünlüğü ile kavranmıyacak ölçüde karmaşık ve giriftir. Kapsamlı bir yorum elektronik ve bilgisayar endüstrileri alanındaki son gelişmelerin ayrıntılı irdelemesi olduğu kadar fikir, basın ve haber alma/verme özgürlüklerin ne ölçüde demokratik düzenin temel ögesi olarak anayasal teminata kavuşturulmuş bir insan hakkını oluşturup oluşturmadığının tartışmasını da gerektirmektedir.

Son yirmibeş yılın bellibaşlı gelişmelerini göz önüne getirdiğimiz zaman, kitle iletişiminin yol açtığı devrimin yeni bir aşamaya yol açtığını göreceğiz. Bu yeni aşama ile dünya evrensel ,bilgisayara dayalı bir kitle iletişim düzenine geçmiş bulunuyor. İkinci dünya savaşının sonunda tartışmalarımız kamuoyunu biçimlendiren dört Büyükler, yani basın, film, radyo ve televizyon üzerine yoğunlaşırken, günümüzde olağanüstü güçlü, çeşitli ve şaşırtıcı bir kitle iletişim araçları varlığı ile karşı karşıya bulunuyoruz. Bu değişik yeni araçlar arasında belirleyici rolü göz ve kulağa hitap eden materyel oynamaktadır. Günümüzde dünya piyasası potansiyel her müşteriye renkli televizyonun son modellerini, kablolu televizyon, kaset, video teyp, video teyp alıcısı, videofon, stereofon, lazer tekniklere dayalı makineler, elektostatikler, elektroniğe dayalı yüksek süratli baskı, dizgi ve öğrenme makineleri, elektronikle işleyen mikrofilm-ler, radyo yolu ile baskı yapan makineler, zaman bölüştüren bilgisayarlar, veri bankaları, ves. sunmaktadır. Bu yeni ürünlere ayrıca telematik uygulamalar ve iki ya da daha fazla sayıda iletişim uyduları arasında kurulacak köprü ve bağlantılar eklendiği takdirde, iletişim alanında sınırsız ufukların açılmış olduğu ileri sürülebilir.

* Bu tebliğ Türkiye'nin UNESCO Milli Komisyonu ile Basın Yayın Genel Müdürlüğü'nce 26-28 Eylül 1983 tarihlerinde İstanbul'da düzenlenen "İletişim Teknolojisindeki Gelişmelerin Ulusal Kültürlere ve Basına Etkisi" konulu konferansta sunulmuştur.

Kültürel ürünlerin tecimleşmesi

İletişim alanında görülen bu köklü teknolojik ilerlemeler genel olarak kültürel yaşamı nasıl etkilemiştir? Buna kısaca tüm kültürel ürünlerin tecimleşmesi, aydınların toplumsal rollerinin farklılaşması ve iletişimden yararlanan yığınların yapısal değişmelerin olduğu yanıtı verilebilir.

Hernekadar kitle iletişimin neden olduğu değişme süreci edebiyat alanında 19 uncu yüzyılın başına kadar geri uzanıyorsa da o tarihte hemen hemen tümü ile romanlara özgü kalmıştı. Oysa bugün kitle iletişim araçlarının yaygınlaştırmakta oldukları popüler, kültür sanatsal ifadeyi içeren tüm araçları kucaklamaktadır. Günümüzde kültür ürünleri belli kalıplara göze pazarlanmakta, bu tür popüler kültürün bireyin üzerindeki etkisi ise o ölçüde artmaktadır. Popüler kültürün “çıkıtı”ları öylesine çoğaldı ki hiç kimse bunları bilmemezlikten gelemez. Kültürün tecimleştirilmiş sistemi genişlediği ölçüde geçmişten günümüze kadar uzanan “gerçek” sanatı da kendi koşullarına uydurmak suretile özümlemektedir. Dolayısıyla örneğin günümüzde piyasada Bach’tan bir plak, Rembrandt’ın bir röprodüksiyonu ya da Milo’lu Venüs’ün bir kopyası satışa sunulduğu gibi Bach’ın Brandenburg konçertolarının caza uyarlanmış bir yorumu da bulunmaktadır!

Dünkü dünyamızda tüm kültürel ürünlerin oluşturulması ve ona bağlı olarak yürütülen sanatsal faaliyetler nüfusun eğitim görmüş tabakaları, aydın denilen seçkinlere özgü bulunuyordu. Oysa bugün Kitlesel eğitimin yaygınlaşması ve kültürel ürünlerin tecimleşmesi ile “kültür endüstri”si kökleşti. “Kültür endüstri”si iki ana ögeden oluşmaktadır: “Kültürel mekanizma” ve “Kafa endüstrisi”. Birinci terimi 1959’da ilk defa ortaya atmış bulunan C.W. Mills,¹ kültürel mekanizmayı “sanatsal, fikri ve bilimsel çalışmaların süregeldiği tüm kurum ve çevreleri ve bu çalışmalarını belli odakların, toplulukların ve grupların yararlanmasına açık bulunduran araçlar” olarak tanımlamıştır. Buna göre kültürel mekanizmanın çerçevesinde sanat, bilim ve öğrenme, eğlence ve haber alma hem üretilmekte hem de dağıtılmaktadır. Bu mekanizma okullar, müzeler, kütüphaneler, radyo, vs. gibi yaygın kurumları kapsamaktadır.

Bazılarınca “Kafa endüstri”si olarak betimlenen kültür endüstrisinin ikinci ögesi kültürel ürünlerin kullanımı biçimine karar veren ve bu işlerin yönetimini üstlenen insanları kapsamaktadır. Bu grubu oluşturanlar da tarihsel bir sürecin nihaî ürünleridir. İlk aşamada karşımıza soyluların

¹ C.W. Mills, “The Cultural Apparatus” in *Power, Politics and People*, Ballantine Books, New York, 1963, sh.

yürüttükleri patronaj sistemi bulunuyordu. İkinci aşamada kültür işçileri anonim bir pazarın aracılığı ile ürünlerini pazarlıyorlardı. Günümüzde kültür bir yandan ticari kurumlar, öte yandan devlet tarafından desteklenmektedir. Böylece “kafa endüstri”si egemen bir güç haline geliyor ve bu grubun omuzlarına büyük bir sorumluluk yüklenmektedir. Kafa endüstrisinde yer alan ve kitle iletişim araçlarını denetleyen teknisyenler ise özel bir yer işgal etmektedirler. En yeni, güçlü ve pahalı iletişim araçlarını kullandıkları için son aşamada kültür mekanizmasına değer ve beğenilerini kabul ettirmektedirler. Örn. bir filmin çekiminde, bir opera veya dans gösterisinin hazırlanmasında, bir serginin düzenlenmesinde dikkatlerimizi belli bir konu veya ifade üzerine çeken olgu, teknisyenlerin tercihi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Aydınların farklılaşan rolü

“Kültür endüstri”sinin hızlı gelişimi aydınların rolünü de önemli ölçüde değiştirmiştir. Onlar bir yandan yeni fırsatlar, öte yandan yeni tehditlerle karşı karşıya bulunmaktadır. Aydınların varlık gösterebilmeleri bu endüstriye bağlıdır, fakat çoğu kez amaçları kafa endüstrisinin amaçları ile bağdaşmamaktadır. Bu durum Amerikalı toplum bilimcisi H. Gans’ın² da belirttiği üzere “kültürü yaratanlarla dağıtanlar arasında” aralıksız bir gerginliğe yol açmaktadır. Bu gerginliğin ana nedeni ise “Kafa endüstrisi”nin kültür işçileri üzerinde sürekli ekonomik ve ideolojik baskılar yapması ve onların düşünsel özerklik duygularını zedelenmesinden kaynaklanmaktadır. Bunun sonucu olarak “Kültür endüstri”si her vesile ile yalnız yığınların beğenisine hizmet etmek ve belirli standartları yozlaştırmakla suçlanmaktadır.

Gerçek halde bu tür eleştirilerin haklı bir yönü bulunmakla birlikte “Kültür endüstrisi”nin kültürel ve sosyal alanda yaptığı olumlu katkıları da vurgulamak gerek. Bu endüstri, kültürel ürünlerin tüketicilerini genişletmekten başka çok sayıda yaratıcı ve uygulayıcı sanatkâra daha fazla olanaklar ve daha yüksek kazançlar sağlamış bulunmaktadır. Bununla beraber kültür endüstrilerinin gelişmiş oldukları yüksek yatırım miktarları, benimsedikleri üretim ve pazarlama yöntemleri ve giriştikleri işlemlerin büyük çapı kültürel gelişme politikalarına ilişkin genel sorunlara yol açmaktadır. Kitle iletişim alanında endüstrileşme, tek düzelik ve klişeleşmiş fikirlerin damgasını taşıyan kültürel bir ortam yaratmaktadır. Bu endüstri aynı zamanda bazı ülkelerde önemli bir müstakbel tüketici grubunu, yani okuma yazma öğrenenleri de ihmal etmektedir.

² H. Gans, *Popular Culture and High Culture, An Analysis and evaluation of taste.* New York, Basic Books 1974.

Kültürel ürünlerin tüketiminde değişme

Modern kitle iletişime dayalı kültürün artan gücü, tüketicilerin değişen toplumsal yapısından da etkilenmektedir. Eski seçkinler yerlerini yenilere bırakmış bulunuyorlar. Daha önceleri kültürel faaliyetlerden hiç bir pay almayan kabarık nüfus grupları birdenbire “kültürel tüketici” haline geldiler. Onlar daha fazla resimli öyküler, foto romanlar isteğinde bulundular. Ayrıca bu yeni tür tüketicilerin kültürel ürünleri seçme biçimi de belli bir tutarlılığa sahip değildi. Sonsuz sayıda kültürel ürünler evrensel çapta daha çok rastlantısal biçimde yayınlandıkları için sonuçta A. Moles’in³ deyimi ile “mozaik” türden, ya da “rapsodik” denilebilen bir kültür yaygınlaşmaktadır. Ortalama bir televizyon izleyicisi için dünya ile aralarında hiç bir bağın bulunmadığı, rastgele olaylardan oluşan kaleidoskopik bir görüntüden oluşmaktadır. Örn. “Kökler” adlı televizyon dizisinde Birleşik Amerika’da kölelik ve zencilerin toplumsal konumuna ilişkin bazı noktalar aydınlatılmakla beraber bu süreçlere yol açan temel nedenlere inilmemektedir. Benzer şekilde “Shogun” adlı televizyon dizisinde feodal dönemin Japon toplumu tanıtılmakla beraber bu ülkenin tarihsel gelişimi ve sömürgeciliğin dönemlerine ilişkin bilgi verilmemektedir. Oysa bu tür programların yayınlanmasından sonra izleyicilerin bir kısmını ekran önüne davet etmek ve onlarla ana konuları tartışmak, günümüzde bazı durumlarda uygulanan bir destekçi yöntemdir.

Böylece mozaik bir temele dayalı yığın kültürü, hitap ettiği kişileri tümünden gelim ,tüme varım ya da genel soyut kavramlardan hareketle yapacakları klasik bilgilenme sürecini altüst etmektedir. Modern insan iletişim araçlarının etkisi ile olayların sahinde kalmağa mahkûmdur. Ortalama tüketici çoğu kez komşularından geri kalmamak için radyoyu ya da televizyonu açık bırakmakta ve böyle hareket etmekle gerçi zihin karıştırıcı, irtibatsız olayları günü gününe izleyebilmekte, fakat aralarındaki bağı bulamamaktadır.

Endüstri son iletişim devriminin yol açtığı gelişmeleri dikkatle değerlendirmiş olan Alvin Toffler’e⁴ göre yarının insanı, tercihlerin ek-sikliği yerine bolluğundan sıkıntıya düşebilir. “Üçüncü Dalga” adlı yapıtında seçeneklerin bolluğu da felç yapabilir demektedir. Ona göre tercihler konusunda aşırı bir bolluk bir çeşit özgürlük aleyhtarlığıdır.

Kültürel yabancılaşma ve kültürel bağımlılık

İletişim sistemlerinin hızlı gelişiminin yol açtığı genel sorunlarını böylece kısaca gözden geçirdikten sonra dikkatimizi gelişen ülkelerin özel

³ Abraham A. Moles, *Kültürün Toplumsal Dinamiği*, Çev. N. Bilgin, Ege Üniv. Edebiyat Fak. Yayınları No. 21, İzmir, 1983, sh. 259.

⁴ Alvin Toffler, *Üçüncü Dalga*, Çev. Ali Selen, İstanbul, Altın Kitap, 1981.

sorunları üzerine yoğunlaştırma sırası gelmiş bulunmaktadır. Bu sorunlar içinde iletişim akımının olağanüstü yüksek ölçüde tek yönlü olması, kültürel yabancılaşma tehdidi ve kültürel bağımlılık derecesi başta gelmektedir. Bu sorunların tümü gerçekten hayati bir önem taşımaktadır, çünkü 1980'de "İletişim ve Toplum" başlığı ile UNESCO tarafından yayınlanan ve kısaca McBride raporu⁵ olarak anılan kapsamlı araştırmada belirtildiği üzere kültür endüstrisi erkek ve kadınların yaşamlarını sürdürdükleri psikolojik ve toplumsal çerçeveye içten içe nüfuz etmektedir. Dolayısıyla her niceliksel dengesizlik aynı zamanda niteliksiz bir dengesizliğe de yol açmakta, zihinleri derinden derine etkilemektedir. Örn. milyonlarca seyircinin "Dallas", "Hanedan" ya da "Flamingo"nun başlıca karakterler ile kendilerini özleştirmeleri, ulusal özelliklerin son derece basit ve yavan biçimde yorumlanmasına yol açtığı gibi her başarılı girişimciliğin haksız rekabet, santaj ve şiddete dayanması gerektiği, her iş görüşmesinin olağanüstü fazla alkol tüketilmesine bağlı olduğu, ya da normal aile yaşamında dayanışma ve sadakat artık aranan erdemler değilmiş tarzında yanlış yargılara götürmektedir.

Bu tür eğilimler özellikle çok uluslu şirketlerin faal rolünden ötürü güçlenmektedir. Hernekadar bu kuruluşlar kültürel gelişme ve iletişimin yaygınlaşması alanında büyük kolaylıklar sağlıyorsa da, kültürel sorunların ötesinde yabancılaşmayı arttıran tutumların yerleşmesine katkıda bulunmaktadırlar. Bu tür bir gelişim ise sağlıklı bir kültür ikilemi kuvvetlendirmektedir.

Sorun özellikle tarihsel nedenlerle kültür alanında köklü reformlara girişmiş, eski ile yeni kültür arasında ahenkli bir sentez yaratmağa çalışan az gelişmiş ülkeler açısından çok ciddidir. Bu tür ülkelerde kamuoyuna aykırı gelen, gelenekleri çiğneyen, çekici bilgileri içeren yayınların aşırı ölçüde yayınlanması bir çeşit "boomerang" (geri tepen) silâh tepkisi yaratabilir. Bunun sonucu olarak çağdaş uygarlığımızın dayanmakta olan tüm hümanist kökenli, hoşgörüyü arttıran değerler toptan yadsınabilir. Bu tür toplumlarda belli koşullar altında yoğun yabancı düşmanlığı yadsınabilir. Bu tür toplumlarda belli koşullar altında yoğun yabancı düşmanlığı ve zararlı şovenizm duyguları yeşerme olanağını bulurken, yeni kültürel esinleme kaynaklarına açılan pencerelerin kapandığı gözlemlenmektedir. Bu durumlarda dengeyi kurabilmek olağanüstü güç bir takdir meselesidir.

Kısaca az gelişmiş ülkelerin kamuoyları ithal malı kültürel iletişim programları nedeni ile bellibaşlı üç alanda olumsuz biçimde etkilenmektedir:

⁵ UNESCO, *Many Voices, One World* (Sean McBride raporu), Paris, 1980, sh. 159-162.

- 1 — Yabancı yayınlar yerli kültürün değerleri ve kalitesine karşı bir tehdit oluşturabiliyorlar,
- 2 — Bu yayınlar insanları kendi kültürlerinden soğutabilirler,
- 3 — Var olan bir kültürel ikilemi güçlendirmek suretile daha yüksek sayıda kişileri iletişim açısından haber alan ve bütünleşmiş bulunan bir toplumdaki koparabilirler.

Bazı örnekler bu hususların aydınlanmasında hizmet edebilir. Anadolu günümüzde de tahmin edilmeyen ölçüde zengin bir kilim ve halı hazinesine sahiptir. Oysa kentsel ya da kırsal kesimde yeri yeri kurulan bir evin döşeme tarzı incelendiğinde, güzelim halı ve kilimlerden oluşan aile servetinin elden çıkartılmış olduğu, yerlerine makinede imal edilmiş, duvardan duvara uzanan bir yer döşemesi malzemesi ile kaplandığına tanık olabiliriz! Bu zevk değişikliğine kim önyak oldu? Kuşkusuz piyasaya çıkarılan yeni malları yaygınlaştırmaya çalışan ilân ve reklâmcılık şirketlerinin çabalarının bu alanda etkisi büyüktür. Fakat öte yandan korunması gereken ulusal bir kültürün geleneksel ürünlerine karşı yeter derece özen ve duyarlılık gösterilmediği de kesindir. Değer ve kalıcılığı vurgulandığı takdirde estetik ölçülerin evrimi, halk sanatının yaratıcı ve özgün yönlerine doğru çevrilebileceği gözardı edilmemesi gereken bir gerçektir. Kitle kuramcısı MacLuhan'ın⁶ bize yaptılarında sadece kitle iletişim araçlarını değil, onların aktardıkları mesajın önemli olduğunu anımsatmıştı.

Başarılması daha güç görünen ikinci sorun kültürel kimliği etkin biçimde korumak ve geliştirmek. Her ulusun kültürü pek çok sayıda iç ve dış kökenli esinleme kaynaklarının karmaşığdır. Yine de bunların her biri kendine özgü tek bir oluşumun niteliğini korumaktadır. Günümüzde karşı karşıya bulunduğumuz sorun bir yandan ulusal kültürün kendi toplumuna ve insanlığa yapmış olan katkıyı vurgulamak, öte yandan yeni kültürel ilham kaynaklarına kapıyı açık bulundurmadır. Bu görevi güçlüğü ve gereği örneğin sanatkârları arasında çok az ya da hiç temas ve işbirliğinin bulunmadığı, 42 ulustan oluşan İslâm dünyasının durumu düşünüldüğünde daha iyi anlaşılacaktır.

İstanbul 1983 yazı boyunca ve son yılların en görkemli sanat olayları dizisine sahne olmuştur. Yüzyıllar boyunca Anadolu uygarlıkları çerçevesinde meydana gelmiş olan kültürel birikim şaşılacak bir zenginliği sergilemektedir. Bu sergiler demeti dünyaya bir kez daha Doğu ve Batı âleminin düşünce ve estetiği açısından ne kadar parlak bir sentez oluşturabildiğini kanıtlamış bulunmaktadır. Gerçi kamuoyuna sunu-

⁶ Marshall McLuhan, *Understanding Media*, London, 1964, Routledge, sh. 25.

lan hazineler belli ölçüde günlük basın ve özel yayınlarda yer almış bulunmaktadır. Fakat bu çok yönlü inanılmaz derece zengin sanat şoleni sağlıklı bir kültürel “şok” yaratmağa yetti mi? Türk kamuoyu Anadolu’da çığır açan ve çığır yaratan sanatsal olayların cereyan ettiğini fark etti mi? Ne yazıkki bu soruyu olumlu biçimde yanıtlamak mümkün değildir. Öyle sanıyorum ki öğrenci ve yabancı ziyaretçiler için düzenlenmiş günlük, rehberli geziler, geniş ölçüde tanıtılan ve radyo ile televizyonda yayınlanan haftalık kültürel kısa tartışma, yarışma, yorumlar ve bunlara bağlı olarak dağıtılacak olan ödüller, bölgemizin bellibaşlı başkentlerinde gösterilecek olan video programları Türkiyemizin sahip olduğu kültürel potansiyeli konusunda çok daha yaygın bir bilinçlenme kazandırabilirdi. Benzer bir uygulama bölgede girişilebilecek olan herhangi başka bir sanat olayı için de düşünülebilir: Neden Mısır’ın Firavunlar döneminden kalma tanrıların heykelleri Batılı sanatseverleri ve kamuoylarını olağanüstü heyecanlandırmakta, buna karşın çok daha yakın, benzer bir kültürel temele sahip ülkeler için birer bilinmez olarak kalmaktadır?

İletişim kültürün bir parçası olduğuna göre, ulusal iletişim sistemleri doğal olarak ulusal kültürü güçlendirme ve geliştirme görevine sahip çıkmalıdır. Ne var ki bu tür programlar gereği gibi desteklendiği zaman bile, kültür politikalarının çok uluslu şirketlerin iletişim/haber verme/kültürü yaygınlaştırma alanında sahip oldukları büyük güce eşit ölçüde karşı koyabilecekleri tartışma götüreren bir konudur.

Uluslararası kültürel akım incelendiğinde dengesizliğin ne kadar ciddi olduğu ortaya çıkmaktadır.⁷ Gelişen ülkelerin kitle iletişim araçları gelişmiş ülkelerin kültür endüstrisinin ürünlerinden geniş ölçüde yararlanmaktadır. Gelişmiş ülkeler alıcı olarak ortaya çıkınca, yerli kültürün en iyi ve seçkin ürünlerini elde edebilmektedirler. Gelişmekte olan ülkeler ise çoğu kez kültür endüstrisinin ikinci kalite, modası geçmiş ürünleri ile yetinme zorundadırlar. İthal edilen kültür ve eğlence ürünlerinin yerel taklitleri ise durumun düzelmesine katkıda yardımcı olamamaktadırlar. Böylece gelişen ülkeler ciddi boyutlara ulaşan birer “kültür istilâsı”na uğramaktadırlar.

Günümüzde bu eğilim kendisini en çok video programlarında göstermektedir. Gelişmekte olan ülkelerin büyük bir kısmı çoğunlukla salt pornografi ve şiddet konularını işleyen kasetlerin hücumuna uğramaktadır. Gerek pornografi, gerekse şiddet, erkeklerin egemen buldukları kültürlerin başat değerleri ile yakından ilintilidir. Bu tür konulara ilişkin ge-

⁷ Nermin Abadan-Unat, “Tek Yönlü İletişime Karşı Görüşler ve Düşünceler”, A.Ü./S.B.F./Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yıllık, 1974/1976 sh. 425-440.

niş çapta kültürel ürünlerin yaygınlaştırılması aslında cinsiyete dayalı eşitsizliği pekiştirme ve eşit olmayan bir toplumsallaştırma modelini sürdürme anlamına da gelmektedir.⁸

Bu sorunların tümüne işaret ederken, iki hususu göz önünde bulundurma zorunluluğu belirtmektedir: a) Gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülkelerin karşı karşıya buldukları güçlük ve çıkmazların tek nedeni elbette kitle iletişim araçları değildir, b) Kısıtlayıcı önlemler yolu ile teknolojik gelişmeleri durdurma olası değildir.

Hatırlanması gereken önemli nokta şudur: uzak görüşlü, akıllıca tasarlanmış, ulusal, bölgesel ve uluslararası iletişim politikalarıyla hem iletişim örüntülerinin yaygınlaştırılması, hem de demokratik düzenin temel değerlerinin korunması mümkün görünmektedir.

Bu bağlamda kısa vadeli ve uzun vadeli iletişim plan ve politikalarında şu düşünce ve önerilere öncelikle yer verilmelidir:

- 1 — İletişim yapıları, yatırımları ve politikaları ulusal gelişmenin ayrılmaz bir parçasıdır. Bu politikaların ulusal ve bölgesel çaptaki toplumsal, kültürel, ekonomik ve siyasal amaçları, demokrasiye yönelik, karşılıklı bağlantılı bir dünya düzeni ile ahenkleştirmek için kullanılmalıdır.
- 2 — Benzer kültürel değer ve geleneklere sahip ülkeler arasında uyarıcı ve kesintiye uğramayan diyalogların kurulabilmesi için sürekli niteliğe sahip bölgesel kuruluşlar yaratılmalıdır.
- 3 — Gelişen ülkelerde yaşayan yaratıcı sanatkârların yararlanabilecekleri destek mekanizmalarla hizmetler ve ürünlerinin dağıtımında etkin bulunan tüm kurumların işlevleri saptanmalıdır.
- 4 — Reklamcılığın gelişen ülkelerin kültürel ürün ve kültürel değerlerin algılanmasında nasıl etki yaptığı düzenli aralıklarla saptanmalıdır.
- 5 — Özellikle video ve kablolu televizyon gibi yeni teknolojilere dayalı kitle iletişim araçlarının toplumun tümü ve nüfusun belli kesimleri üzerinde etkisini araştırmak üzere akademik ve meslekî kuruluşlara görgül (ampirik) alan araştırmaları yapmaları için olanaklar sağlanmalıdır.

⁸ Ed. Kathleen Woodward, *The Myths of Information: Technology and Postindustrial Culture*, Introduction xxi, London, 1980, Routledge.