

Keyifli Okumalar Dileriz

Binlerce kategoride milyonlarca PDF e-kitap, ders kitapları, dergiler ve romanlara platformumuz üzerinden ücretsiz ulaşabilirsiniz.

RESMİ WEB SİTEMİZ

<https://rantey.org>

Yedek ve Duyuru Kanallarımız

Sitemize erişim engeli gelmesi veya adres değişikliği durumunda aşağıdaki kanallardan güncel giriş adresine erişebilirsiniz:

- Telegram: <https://t.me/birkitapbir>
- WhatsApp Kanalımız : <https://whatsapp.com/channel/0029VbDHv8uE50Us4lvMoc0Y>

BURAK ÖZÇETİN

Kitle İletişim Kuramları

Kavramlar, Okullar, Modeller



Kitle İletişim Kuramları

Kavramlar, Okullar, Modeller

BURAK ÖZÇETİN



Oldukça titiz ve yoğun bir çalışmanın ürünü olan *Kitle İletişim Kuramları* iletişim kuramlarının ezberlenecek malumatlar bütününden ibaret olmadığını, sosyal ve beşeri bilimler içerisinde derinlikli, incelikli ve zor bir çalışma alanı olduğunu gösteriyor.

İletişim bilimlerindeki anaakım ve eleştirel kuramların düşünsel ve metodolojik farklılıklarını; toplum ve kitle iletişim araçları arasındaki ilişkilere dair kavramsal-kuramsal tartışmaları çeşitli yönleriyle ortaya koyan kitap önemli isimlerin kısa hayat hikâyeleri, okuma parçaları ve önerileriyle zenginleşiyor.

Burak Özçetin sade bir anlatımla Chicago Okulu'ndan Lippmann, Lasswell, McLuhan, Castells gibi isimlere, kitle iletişim modellerinden İngiliz kültürel çalışmalarına, iletişimin ekonomi politikından Frankfurt Okulu'na birçok kavram, kuram ve modelin soru, cevap ve işleyişlerine uzanarak geniş bir yelpaze çiziyor.

Alandaki büyük bir boşluğu doldurmaya aday *Kitle İletişim Kuramları* ders kitabı olarak temel bir kaynak niteliği taşıırken, insan-toplum ve medya ilişkisine ilgi duyanlar için de kapsamlı bir rehber.



BURAK ÖZÇETİN • Kitle İletişim Kuramları

BURAK ÖZÇETİN 1979 yılında Kuşadası'nda doğdu ve Kuşadası-Tire-Söke arasında mekik dokuyarak büyüdü. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü'nden lisans, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü'nden yüksek lisans ve doktora derecelerini aldı. 2006-2007 yıllarında Fulbright Bursu ile New School for Social Research Siyaset Bilimi Bölümü'nde misafir araştırmacı olarak bulundu. Sırasıyla ODTÜ, Akdeniz Üniversitesi ve Kadir Has Üniversitesi'nde çalıştı. Halen İstanbul Bilgi Üniversitesi Medya Bölümü'nde öğretim üyesi olarak çalışıyor. İletişim kuramları, iletişim sosyolojisi, medya tüketimi, siyasal ve sosyal kuram, kültürel çalışmalar, siyasal iletişim ve Türkiye'de siyasal ve kültürel hayat temel ilgi alanları; Türkiye'de popülist siyasete, özellikle de popülizmin popüler kültürdeki tezahürlerine odaklanıyor.

İletişim Yayınları 2656 • Araştırma-İnceleme Dizisi 435

ISBN-13: 978-975-05-2457-8

© 2018 İletişim Yayıncılık A. Ş. (1. Basım)

1. BASKI 2018, İstanbul

2. BASKI 2018, İstanbul

EDITÖR Kıvanç Koçak

KAPAK Suat Aysu

UYGULAMA Hüsnü Abbas

DÜZELTİ ve DİZİN Oben Üçke

BASKI Ayhan Matbaası • SERTİFİKA NO. 22749

Mahmutbey Mahallesi, 2622. Sokak, No: 6/31 Bağcılar 34218 İstanbul

Tel: 212.445 32 38 • Faks: 212.445 05 63

CİLT Güven Mücellit • SERTİFİKA NO. 11935

Mahmutbey Mahallesi, Devekaldırımı Caddesi, Gelincik Sokak,

Güven İş Merkezi, No: 6, Bağcılar, İstanbul, Tel: 212.445 00 04

İletişim Yayınları • SERTİFİKA NO. 10721

Binbirdirek Meydanı Sokak, İletişim Han 3, Fatih 34122 İstanbul

Tel: 212.516 22 60-61-62 • Faks: 212.516 12 58

e-mail: iletisim@iletisim.com.tr • web: www.iletisim.com.tr

Ücretsiz PDF Kitap Arsivi - <https://rantey.org>

BURAK ÖZÇETİN

Kitle İletişim Kuramları

Kavramlar, Okullar, Modeller



Deniz'e...

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ · MUTLU BİNARK	11
GİRİŞ VE TEŞEKKÜR	15

BİRİNCİ KISIM

Kuram, Anaakım İletişim Kuramları ve Kitle İletişim Modelleri

BİRİNCİ BÖLÜM

KURAM VE BİLİMİ ANLAMAK	21
Kuram/teori nedir?	22
Kuram tanımları	24
Paradigma nedir?	29
Bilim ve bilimsel yöntemin bazı özellikleri	30
Sosyal bilimi zor yapan şey nedir?	34

İKİNCİ BÖLÜM

KİTLE, KİTLE İLETİŞİMİ VE KİTLE İLETİŞİM KURAMLARI	39
Kitle, kitle kültürü ve kitle iletişimi	39
Erken dönem kitle toplumu eleştirileri	43
Modern dünya ve kitle iletişimi	51
İletişim araştırmaları ve kitle iletişim kuramlarının temel ilgi alanları	54

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ERKEN DÖNEM AMERİKAN İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI I: CHICAGO OKULU

Chicago Okulu'nun felsefi kökenleri: Pragmatizm	57
Chicago Okulu	58
İletişimin merkeziliği	63
Sembolik etkileşimcilik	67
Yakın plan: Howard Becker ve Erving Goffman	71
Eleştiriler ve genel değerlendirme	76
	82

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ERKEN DÖNEM AMERİKAN İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI II: GÜÇLÜ ETKİLER PARADİGMASI

Kitle iletişim araçları ve güçlü etkiler paradigması	85
Walter Lippmann ve <i>Kamuoyu</i> (1922)	85
Harold D. Lasswell ve <i>Propaganda</i>	87
Payne Fund çalışmaları: Sinema ve çocuklar	92
Genel değerlendirme	94
	97

BEŞİNCİ BÖLÜM

İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI SONRASI İLETİŞİM ÇALIŞMALARINDA ETKİ SORUNU: SINIRLI ETKİLERDEN GÜÇLÜ ETKİLERE

Sınırlı etkiler paradigması	99
Carl Hovland ve iknanın yapısı	100
İki aşamalı akış kuramı	104
Pasif izleyiciden aktif izleyiciye:	106
Kullanımlar ve doyumlar paradigması	113
Güçlü etkilere geri dönüş:	
Etki paradigmasında yenileme çabaları	116
Gündem belirleme (<i>agenda-setting</i>)	117
Çerçeveleme kuramı (<i>framing theory</i>)	120
Bağımlılık kuramı (<i>dependency theory</i>)	123
Susunkluk sarmalı (<i>spiral of silence</i>)	125
George Gerbner, yetiştirme kuramı ve kültürel göstergeler (<i>cultivation theory</i>)	128

ALTINCI BÖLÜM

KİTLE İLETİŞİM MODELLERİ

Model nedir? Ne işe yarar?	135
Lasswell'in iletişim formülü: 5W	136

İletişimin matematiksel kuramı: Claude E. Shannon.....	138
İletişime dairesel yaklaşım.....	142
Riley ve Riley'in sosyolojik modeli.....	143
Gerbner'in iletişim modeli.....	145
Newcomb'un simetri modeli.....	146
Westley ve MacLean'in iletişim modeli.....	148
Eşik bekçiliği modeli (<i>gatekeeping model</i>).....	151
Festinger'in bilişsel uyumsuzluk kuramı.....	153

İKİNCİ KISIM

Eleştirel İletişim Kuramları

YEDİNCİ BÖLÜM

FRANKFURT OKULU, ELEŞTİREL TEORİ VE KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ.....	161
Frankfurt Okulu: Tarihçe ve genel hatlar.....	162
Ana hatlarıyla Frankfurt Okulu.....	164
Rasyoneldeki irrasyonelite: <i>Aydınlanmanın Diyalektiği ve Tek Boyutlu İnsan</i>	167
Kültür endüstrisi, modernite ve Eleştirel Teori.....	173

SEKİZİNCİ BÖLÜM

İNGİLİZ KÜLTÜREL ÇALIŞMALARI.....	181
Birmingham Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi: Tarihçe ve temeller.....	181
Kültürelcilik ve yapısalcılık arasında: Kültür ve popüler kültür.....	186
Kodlama/kodaçımı.....	189
Anlam, anlamlandırma ve ideoloji.....	190
Kültürel çalışmalar ve izlerkitle araştırmaları.....	200

DOKUZUNCU BÖLÜM

İLETİŞİMİN EKONOMİ POLİTİĞİ.....	207
Ekonomi politik: Tanım ve özellikler.....	208
Şirketleşme ve yoğunlaşma süreçleri.....	211
İletişimin metalaşması ve meta olarak izlerkitle.....	213
Yakın plan: Herbert I. Schiller ve medya emperyalizmi.....	216
Yakın plan: Edward S. Herman ve Noam Chomsky ve <i>Rızanın İmalatı</i>	220
Küreselleşme, küresel kültür endüstrisi ve yaratıcı endüstriler.....	223
Bilgi toplumu ve yeni kapitalizm.....	226

**İletişim, Teknoloji
ve Toplumsal Dönüşüm**

ONUNCU BÖLÜM

ZAMAN, MEKÂN VE İLETİŞİM: TEKNOLOJİK PARADİGMALAR	233
Daniel Lerner: Modernleşme, iletişim ve empati.....	234
Everett M. Rogers ve <i>Yeniliklerin Yayılması</i>	238
Harold A. Innis ve <i>İmparatorluk ve İletişim Araçları</i>	240
<i>Gutenberg Galaksisi'nden Araç İletidir'e: Marshall McLuhan</i>	246
Sözlü ve yazılı etkileşimi: Walter J. Ong, Jack Goody ve Ian Watt.....	251
Televizyon, teknoloji ve teknopoli: Neil Postman.....	255
Medya ve modernite.....	257
Matbaa, ulusal diller ve milliyetçilik.....	259
Manuel Castells, <i>Enformasyon Çağı ve İletişim Gücü</i>	262
Genel değerlendirme.....	265
 KAYNAKÇA.....	 267
DİZİN.....	277

ÖNSÖZ

MUTLU BİNARK

Burak Özçetin elinizde tuttuğunuz bu kitabına önsöz yazmamı teklif ettiğinde, duyduğum sevinci ve onuru ifade edemem. Hem Başkent Üniversitesi'nde hem de Hacettepe Üniversitesi'nde yüksek lisans programında İletişim Kuramları dersini veren biri olarak, Türkçe iletişim çalışmaları alanyazımdaki en önemli eksikliklerden birinin birincil kaynaklardan beslenen, kavramlar arasındaki ilişkileri, sosyal teori ile iletişim kuramları arasındaki bağı kuran bir iletişim kuramları kitabının yokluğu olduğunu düşünüyordum. Sevgili Burak Özçetin, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde İletişim Kuramları dersini vermeye başladığından bu yana düzenli olarak anaakım ve eleştirel iletişim paradigmasının kurucu metinlerini ve tartışmaları okumakta, dersliğe ve sohbetlerimize birincil kaynaklarda keşfettiği kavramsal ve kuramsal, metodolojik derinliği taşımaktaydı. Konferanslarda, eğitimlerde veya proje toplantılarında bir araya geldiğimizde bir ders kitabı yazmaya başladığını söylüyordu. Bu kitabın ilk taslağını 2016 Eylülü'nde gördüm. O bunaltıcı yaz Özçetin kitabın ilk bölümlerini yazmış, bitirmişti. Aradan geçen yılda akademik çalışmalarına Kadir Has Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde devam etme kararı aldı. İletişim Kuramları kitabını da Eylül 2017'de taslak olarak okumam ve değerlendirmem üzere bana ilettili. Üç tam gün boyunca çalışmaya ara vermeden –kapıldığım heyecana ve meraka verin– taslağı okudum ve bitirdim. Çalışmanın kurgusunun yeniden örülmesine yönelik bazı notlar aldım. Metin içinde okuyuculara sesleniş ve konuların işleniş biçimi, kavramsal ve kuramsal tartışmaların daha

net bir şekilde açığa çıkması için okuma parçalarının kullanılması, alanyazında önemli bir eksikliği gideriyordu.

Bu kitap için ilk önce oldukça titiz ve yoğun bir çalışmanın ürünü olduğunu söylemek gerek. İkinci olarak bu çalışma, iletişim bilimlerindeki paradigmatik farklılığa, anaakım ve eleştirel kuram olmak üzere her iki paradigmanın ontolojik, epistemolojik ve metodolojik olarak insan-toplum ve kitle iletişim araçları arasındaki ilişkilenelemelere yönelik kavramsal-kuramsal tartışmalarına ilişkin sarıh bir anlatım ve kurguya sahiptir. İletişim bilimlerinde iki paradigmanın varlığı, çatışmalarının nedenleri oldukça önemli bir tartışmadır. Kuhn, *The Structure of Scientific Revolution* (1962) isimli çalışmasında paradigmayı belli ontolojik, epistemolojik ve metodolojik varsayımlara temellenen inanç sistemi olarak açıklar. Paradigmalar, dünya ve olgulara ilişkin olarak belirli ilkeler ve bakış açılarından beslenen açıklamalar sunarlar, “gerçekliğin” belli bir şekilde açıklamasını yaparlar. Dolayısıyla paradigmalar ontolojik soru sorarlar. Ontolojik soru sorma durumu da aranan gerçek ve onunla ilişkili oluşları belirler. Böylece epistemolojik soru kurgulama gerçekleşir. Böylece soruların insan inşaaı olduğunu, paradigmanın da bir kurgu sistemi olduğunu görebiliriz. İnsanlar yaşamları içinde karşılaştıkları çeşitli oluşları, olayları ve olguları açıklamak, nedenlerini bulmak, tüm bunların sonuçlarını belli bağlama oturtmak, nedenler ve sonuçlar arasında tutarlı bir ilişki kurmak ister. Bu istem, insanı bilgi üretmeye, sistemli ve tutarlı bir şekilde düşünmeye; gözlemlediği veya deneyimlediği bu oluş, olay ve olgulara ilişkin bir “bakma yolu/bakış açısı” ile açıklamalar geliştirmeye, kavramlar geliştirmeye ve bazı sınıflandırmalar yapmaya yönlendirir. Açıklamaların geçerliliği oluş, olay ve olguya ilişkin sahadan elde edilen ya da sahanın sesiyle bütünleşen somut araştırmalarla gerçekleşir. Soru sorma biçimi, diğer deyişle sorular ve bakış açısına uygun olarak araştırmanın tasarımı gerçekleşir. Araştırmanın sonunda elde edilen bulgular da araştırmanın kuramsal bakışı ile tutarlılığa sahiptir. Görüldüğü üzere araştırmanın epistemolojik temeli, metodolojisini de belirlemektedir.

Her iletişim kuramı insan-toplum-medya ilişkisini kendine özgü kavram dizgesiyle, belli bir soru sorma biçimi içinde açıklarken, aslında o soru sorma biçiminin temellendiği ideolojik ve etik bakış açısını yaşama geçirir. Tam da bu noktada, iletişim kuramları ve kavramları ile üretilen bilgi kimin için, kim için sorularını sormak gerekli. Chafee ve Berger “İletişim kuramları, hem insanlara sigara satmak hem de onları sigara içmemeye ikna etmek için kullanılır... İletişim bilimcileri açıklamalarımızın ve öndeyilerimizin istemediğimiz sonuçlar üretmede kullanılabileceğini bilirler” (2005:43) açıklamasını yaparlar. Bu açıklamada da altı çizildiği üzere, iletişim kuramlarının hangi güçlere hangi sorular ile nasıl hizmet ettiğini görmek gereklidir. Soru-

lara verilen yanıtlar, bulgular iletişim araştırmalarında ne şekillerde araştırmalarda formüle edilmiştir? Hangi bulgular neden tartışma dışında bırakılmış, önemsizleştirilmiştir? İletişim araçlarının etkililiği veya insanın failliği olguları nasıl açıklanmıştır? Üstyapı ve altyapısal kurumlar arasındaki ilişki, ideolojinin çağırması ve hegemonyanın yaratılması, birer kültür endüstrileri ürünleri olan medya metinlerinin üretilmesi ve gündelik yaşamda deneyimlenmesi olguları hangi kavramlarla nasıl tartışılmıştır vb. sorular bu çalışmayı okurken zihninizde yanıt arayacağımız sorulardır. Bu çalışma bu sorulara ilişkin iletişim bilimlerindeki iki paradigmanın içinde konumlanan kavram ve kuramlarla nasıl yanıtlar verildiğinin izleğini çizmekte.

Çalışma, iletişim bilimlerinde anaakım ve eleştirel paradigma şeklinde var olan ayrımın da özünde ideoloji ve erk sorunsalı ile ilgili bir ayrım olduğunun altını da net bir şekilde çizmektedir. İletişim bilimlerinde anaakım ve eleştirel paradigmanın ürettiği bilginin toplumsal ve siyasal olanla kurduğu ilişkisi ontolojik olarak farklıdır. Bu çalışma ile her iki paradigma ve içlerinde yer alan kuramların bu ontolojik farkları, okuru düşünmeye çağırان sorular ve okuma parçaları ile bir kere daha görünür kılınmaktadır.

Çalışmaya ilişkin belirtilmesi gereken üçüncü husus da yazarın anlatım üslubunun bizatihi kendisi. Özçetin'in anlatım üslubu, iletişim kuramlarını açıklamayı, anlatmayı dert edinen metinlerden çok farklı. Yazarın anlatım üslubu, okuru kuramsal tartışmaların, kavramsal inşaaaların nasıl olduğuna, ardyörelere yatan siyasal, toplumsal ve ekonomik olguları kavramaya çağırان içtenlikli bir dil. Tüm bu özellikler, iletişim kuramları üzerinden, insan-toplum ve medya (şimdilerde yeni medya ve ortamları) ilişkisini sorgulamayı merak eden herkesi bu kitabı okumaya davet ediyor.

İletişim kuramları üzerine özgün bir kitap yazmanın temel zorluğu kavram ve kuramların akışındaki kurgu planlaması ile hangi kavramların, kuramcılarının, araştırmaların içerimleneceği nelerin dışarıda bırakılacağına ilişkin seçiş olsa gerek. Bu kitap bu açıdan da oldukça geniş bir kapsama sahip: Chicago Okulu geleneğini ve onun iletişimi süreç ve deneyim olarak ele alan kavrayışına; farklı iletişim modellerini açıklamaya; iletişim teknolojilerini gündelik yaşam, siyaset üzerindeki etkilerini medya ekolojisi merkezinde tartışan kuramcılarının kavramsal katkılarını ve araştırmalarını Innis, McLuhan, Lerner, Postman, Castells'e değin birçok tartışmayı ve bakış açısını içermekte. Bu geniş kapsam bizi, medya nedir sorusunu sormaya da yönlendirmekte. Medya bir teknoloji mi, ortam mı? Endüstri mi? Medya olmayan bir şey var mı? Günümüzde araç ve ortam tarafından dolayım lanmamış kültür ve deneyimden bahsetmek oldukça zor. Dolayısıyla, burada çalışmanın açıklamaya çalıştığı farklı kavramları göz önüne alarak, insan failliği, kamusal alan, özel alan ve medya ilişkisinde gerçekleşen tüm oluş, olay ve olgu-

lara ilişkin bir bakış açısı geliştirmek mümkün. İletişim kuramları üzerine okumak ve düşünmek neden gerekli, sorusunun da yanıtını veriyor bu çalışma: iletişim kuramlarına ilişkin bir anlatı medyanın siyasal, toplumsal, kültürel ve ekonomik örüntülerle ilişkisini tarihselliği içinde kavramamıza, kuramsal açıklamalardaki ontolojik farklılığı, bu farkların ardında yatan paradigmatik tutarlılığı, diğer bir deyişle ideolojiyi, eşitsizlik ilişkileri ve iktidar yapıları ile ilişkisini görmemizi olanaklı kılmakta.

Tüm bu nedenlerden ötürü, yoğun emek ürünü olan bu çalışma iletişim bilimleri alanında Türkçe alanyazında var olan bir eksikliği giderecek bir değere sahip. Bu çalışmanın Türkiye’de iletişim çalışmaları alanının tarihini yazılacağı, düşünce tarihini temel alarak Türkiye’deki özgül araştırmalarının kavram ve kuramlardan nasıl yararlandığını, dünyayı kavramaya ve sorgulamaya ilişkin bakış açılarının, ön kabullerinin tartışılacağı, yeni, bilinmeyen ve yahut tanınmayan epistemolojik çerçevelerin varlığını ortaya koabileceği yeni bir çalışmaya da zemin olması temennisiyle, okuma edimine sözü bırakıyorum.

Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi

25 Aralık 2017, Ankara

KAYNAKÇA

- Kuhn, T. (1962, 1970). *The Scientific Revolution*. Chicago: Chicago University Press. [*Bilimsel Devrimlerin Yapısı*, çev. Nilüfer Kuyaş, Kırmızı Yayınları, 10. baskı, 2018.]
- Chaffe, S.H. ve C.R. Berger (2005). “İletişim Bilimci Ne Yapar?”, *Kitle İletişim Kuramları*, (der.) Erol Mutlu, Ankara: Ütopya, s. 42-74.
- Peters, J.D. ve P. Simonson (der.) (2004), *Mass Communication and American Social Thought*, New York: Rowman & Littlefield Publishers.
- Shome, R. (2017), “Going South and Engaging Non-Western Modernities”, *Media Theory*, 1(1), s. 65-73.

GİRİŞ VE TEŞEKKÜR

Türkiye’de eğitim dili Türkçe olan ve öğrencilerinin çoğunun yabancı dile vakıf olmadığı bir üniversitede iletişim kuramları dersi vermenin en büyük sıkıntılarından biri öğrencilerle paylaşılacak kaynakları bulmanın zorluğu olmuştur. Walter Lippmann, Harold Lasswell, Paul Lazarsfeld, Elihu Katz, Bernard Berelson, Wilbur Schramm ve daha nice kurucu figürün temel eserlerinin Türkçeye kazandırılmadığı, daha da kötüsü iletişim çalışmaları alanının bu kurucu isimlerinin temel eserlerinin orijinallerinin de çok da önemsenmediğini görmek mümkün. İletişim kuramları üzerine yazılan pek çok kitapta bu isimlerin iletişim bilimlerine katkıları sürekli olarak tekrarlanan kalıp formüllere indirgenmiş, adı geçen isimlerin entelektüel yaşamlarındaki dönüşümler ya da başucu eserlerinin iletişim bilimleri açısından taşıdığı önemin üzerinde yeterince durulmamıştır. Türkiye’de bilim dünyasında, özellikle de üniversitede hâkim olan konformist eğilimler ve alışkanlıklar iletişim çalışmalarını ve iletişim kuramları ile ilgili meseleleri ansiklopedik malumata, yüzeysel modellere ve hap-ezber bilgilere mahkûm etmeye meyillidir. Ana akım iletişim kuramları olarak küçümsediğimiz ve çokça da elimizin tersiyle ittiğimiz onca eser ve araştırma, bugün iletişim çalışmaları alanından bahsedebiliyorsak bunun asıl müsebbibidir. Ayrıca bugün sıkça alıntılıdığımız eleştirel yaklaşımların bu külliyatla derin ve sancılı bir hesaplaşmanın ürünleri olduğu unutulmamalıdır. Tam da bu yüzden alanın kurucu isimlerinin gerek çevirileriyle gerek özgün eserleriyle Türkiye’de sosyal bilimlerin ve iletişim kuramları çalışma-

larının oluşumuna ve gelişimine yaptıkları büyük katkılar kayda ve teşekkürle değerlidir.

Bu kitapla yapmaya çalıştığım şey iletişim kuramlarının ezberlenecek maddeler bütününden ibaret olmadığını, sosyal ve beşeri bilimler içerisinde son derece derinlikli, incelikli ve zor bir çalışma alanı olduğunu gösterebilmektir. Bu çaba, kitabın yazım sürecini uzatarak beni çok ihtiyatlı olmaya itti. Hangi bölümü yazarsam yazayım muhakkak o konu hakkındaki birinci el kaynaklara ve olmazsa olmaz ikincil kaynaklara gitmeye dikkat ettim. Bu açıdan bakıldığında kitap bir öğretme faaliyetinden çok öğrenme ve gelişme sürecine dönüştü benim için. Bu noktayı, alandaki tasnifçiliğin ve ilk el kaynaklara gitme konusundaki tembelliğin ve isteksizliğin altını çizmek için vurguluyorum. Bu yüzden, bu kitabın bir başka amacı okuyucuyu ilk el kaynaklara yönlendirmek ve teşvik etmektir. Kuramlar üzerine son sözü söylediğini iddia eden ve konuyu kapatan bir metinden ziyade açılan, davet eden, heyecanlandıran, daha fazla düşünme isteği uyandıran bir metin olsun istedim.

Kitap üç kısımdan ve on bölümden oluşuyor. Kuram ve iletişim kuramları meselelerini irdelleyerek işe koyulan ilk kısım, Amerikan kitle iletişim araştırmaları geleneğinin farklı veçheleri ve dönemleri ile devam ediyor ve kitle iletişim modelleri ile sonlanıyor. İkinci kısımda eleştirel iletişim kuramları yer alıyor. Son kısım ise iletişim, teknoloji ve toplumsal dönüşüm konusunu ele alıyor.

Gelelim uzun teşekkür faslına...

Akdeniz Üniversitesi'nden eski çalışma arkadaşlarım, hocalarım Hürriyet Konyar, Özgür Arun, Hasan Üstün, Sibel Karaduman, Murad Karaduman, Onur Öksüz ve Ayşad Güdekli'ye destekleri için teşekkür ederim. Didem Çabuk kitabı okudu ve faydalı önerilerde bulundu. Öğrencim, arkadaşım Işıl Demir ne yazdıysam pür dikkat okudu, hatalarımı düzeltti.

Suncem Koçer, Defne Karaosmanoğlu ve Ozan Aşık da kitabın son taslaklarını okudular ve çok faydalı önerilerde bulundular. Banu Baybars-Hawks, İrem İncoğlu, Sarphan Uzunoglu, Nihan Barlas, Buse Kaya ve Mine Bertan Yılmaz'a, yani Kadir Has takımına desteklerinden dolayı minnettarım. Sevda Alankuş'a destekleri için müteşekkirim. Kadir Has Üniversitesi Bilgi Merkezi'nden Mehmet Manyas, Serap Özyurt, Zeynep Özcan, İsmail Gülay ve diğer tam zamanlı-yarı zamanlı çalışanlar hayatımı kolaylaştırıp güzelleştirdiler.

Yaşam enerjisi, dikbaşlılığı ve cesaretiyle hocam Yasemin İncoğlu benim için hep bir ilham kaynağı oldu. Oya Morva, Chicago Okulu bölümünü dikkatle okumakla kalmadı birbirinden değerli ve ayrıntılı yorumlarıyla kitaba çok değerli bir katkıda bulundu. Değerli hocalarım Abdullah Koçak ve Ömer Özer tüm süreci yakından takip edip desteklerini ve önerilerini esirgemediler.

Kitabın İletişim Yayınları'ndaki editörü Kıvanç Koçak'a desteği ve yönlendirmeleri için teşekkür ederim.

Kitabın en son taslağını Mutlu Binark okudu. O kadar çok kıymetli notu, düzeltisi, önerisi vardı ki, yanlış hatırlamıyorsam hepsini dinlemem bir saatten fazla sürdü. Mutlu Hoca'nın önerileriyle bazı bölümler kısaldı, bazıları uzadı, aklıma gelmeyen, ihmal ettiğim çok önemli konular, isimler kitaba dahil oldu, kitabın mantığı ve organizasyonu değişti. Mutlu Binark'a aynı zamanda kitaba yazdığı sunuş yazısı için de çok teşekkür ederim.

Ulaş Tol'un üzerimde büyük emeği vardır, yirmi yılı aşmış, ODTÜ 8. Yurt kantininde bir çay ziyaretiyle başlayan dostluğumuzda bir yandan arkadaşım, yoldaşım, diğer yandan da durmadan bana bir şeyler öğreten, düşünce elimden tutan, en zor günlerimde yanımda olan desteğim oldu. Mehmet Ali Çalışkan, Meltem Gökmen, Saygın Alkurt, Demet Taşkan ve Yaşama Dair Vakıf'ın diğer kıymetli isimleriyle yaptığımız işlerin izlerini bu kitapta bulabilirsiniz. Doğu Sarpkaya ile kitaplar ve kasetler üzerine konuşmalarımız Kuşadası Kaya Aldoğan Lisesi basketbol sahasında başladı, bu kitap o birlikteliğin duraklarından biri. Eda Ertan Iş her zaman desteğiyle güç verdi. Beste Yıldırım şekilleri hazırlayarak kitaba önemli bir katkıda bulundu.

Üç kız kardeş Gürşen, Hülya ve Güzin'e ve Hülya Türker'e, abim Sertaç'a ve kardeşim Arda Türker'e tüm destekleri ve koşulsuz sevgileri için ne kadar teşekkür etsem azdır. "Sizin hiç babanız öldü mü" diyordu şair, benim birbirinden güzel iki babam vardı, birini erken diğeriniyse çok daha erken kaybettim. Savaş Özçetin ve Engin Türker, emeklerimin ikisinin de anısını onurlandırması dileğiyle.

Bu kitabı ilk olarak, kitabın yazım sürecinde barış talepleri yüzünden işlerinden edilen ve yargılanan akademisyenlere adıyorum. Akademiye, öğrencilerine, etik değerlere ve hakikate bağlılıklarına tanık olduğum çok sayıda akademisyen işlerinden, öğrencilerinden edildiler. Aralarında çok sayıda iletişimci de var. İçlerinden birini, her telefon açışında beni "can dostum güzel insan" cümlesiyle karşılayan Tezcan Durna'yı ayrıca anmak isterim. Bu kitapla ilgili en büyük dileğim, Tezcan'm en kısa zamanda kitabı öğrencilerine okutacağı günlerin gelmesi. Ve elbette haksız ve hukuksuz bir şekilde işlerinden edilen tüm meslektaşlarımın görevlerine dönmeleri.

Anlatacak kelime ya da cümle yok cidden, bu yüzden en sessiz, en büyük teşekkür eşim Deniz Özçetin'e. İki lisans öğrencisiydik tanıştığımızda; birlikte büyüdük, öğrendik, değiştik, çatıştık, barıştık, dönüştük ve bitmez bir sevgiyle birbirimize bağlandık. Bu kitap onundur.

BİRİNCİ KISIM

***Kuram, Anaakım İletişim Kuramları
ve Kitle İletişim Modelleri***

KURAM VE BİLİMİ ANLAMAK

İletişim kuramları dersinin ilk adımında kuramları ve modelleri ele almadan evvel cevaplanması gereken bazı sorulara ve okuyucuyu ikna edecek cevaplara ihtiyaç var. Zira okuyucuyu, okuyucuların önemli bir kısmını oluşturacağını düşündüğümüz öğrencileri ikna edemezsek bu bölümden sonra okuyacağınız her şey ya gereksiz olacak ya da sınavınıza kadar sıkıntıdan patlayarak okuyup, altını çizip sonra hızla unutacağınız bir malumat yığını.

Bu bölümle tartışacağımız ve cevaplayacağımız sorular şunlar:

- Kuram nedir? Neyi amaçlar?
- Kurama ihtiyacımız var mı?
- Kurama neden ihtiyacımız vardır?
- Kuram illa ki karmaşık, anlaşılmaz ve zor mu olmak zorundadır?
- Kuram türleri nelerdir?
- Bilim nedir? Bilimsel faaliyetin özellikleri nelerdir?

Bu bölümde hem bu soruları cevaplamaya çalışacağız hem de sosyal bilimlerde kuram ve kuram oluşumu hakkında temel bazı tartışmaları sunacağız.

Kuram/teori nedir?

kuram (i.): 1590'lar, "kavrayış, zihinsel şema," Ortaçağ Latince theoria, Yunanca theoria'dan gelir "tefekür, tahmin; bir tür bakma, bakış; görüş, göstermek, gösteri, bakılan şeyler," theorein'den "düşünmek, tahmin etmek, bir şeye bakmak," theoros'tan "izleyici", thea'dan "bir görüş" (bkz. tiyatro) + horan "görmek".

"Bir bilim ya da sanatın ilkele-ri" (icrasından ziyade) anlamında ilk kullanımı 1610'lardadır (müziğin icrasından farklı olarak müzikal kompozisyonun bilimi olan müzik kuramı örneğinde olduğu gibi). "Gözlem ve akıl yürütmeye dayanan anlaşılır açıklamalar" anlamındaki ilk kullanımı 1630'lardadır.

Kaynak: Online Etymology Dictionary, <https://www.etymonline.com/word/theory>

Sık yapılan bir şeydir, kavramların sözlük anlamlarına, özellikle de etimolojik seyirlerine odaklanmak. Bununla birlikte boş bir çaba da değil bu. Kelimelerin, kavramların anlamlarına ve yaşadıkları dönüşümlere odaklanmak, aynı zamanda kelimelerin ve kavramların kendilerinin geçirdiği dönüşümleri anlamada bize birçok ipucu sunuyor.

Televizyonu açıp da bir tartışma programı, bir söyleşi ya da bir spor programına rastladığınızda bir grup insanın sürekli olarak bazı konular hakkında konuştuğunu, belirli iddialar gündeme getirdiğini, tartıştığını ve birbirlerinin iddialarını çarpıttığını görürsünüz. Bu insanlar (bu arada genellikle birbirine bağırarak ve birbirini kesinlikle dinlemeyen erkeklerden oluşan bir cemaattir bu) karşı karşıya kalınan toplumsal, siya-

sal, kültürel veya sportif meseleler hakkında görüşlerini dile getirirler. Örneğin sporda şiddetin konuşulduğu bir programda,

Konuklardan biri (örneğin ünlü bir hukukçu ya da eli kalem tutan eski bir sağ açık), sporda şiddetin en büyük sebebi ve sorumlusunun yasaların yetersiz olması ve güvenlik güçlerinin olaylara yeterince sert bir şekilde müdahale etmemesi olduğunu iddia eder.

Bir diğer uzman ise (bir psikolog ya da bir sosyolog) sporda şiddetin genel olarak şiddetle iç içe yaşayan bir toplum olmamızdan ayrı düşünülemediğini, toplum neyse stadyumun o olacağını söyler. Uzmanımıza göre evde, okulda, kışlada, sokakta, işyerinde, otobüste, dolmuşta, plajda, orada, burada her yerde şiddet ve küfür varken statlarda küfür ve şiddet olmamasını beklemek beyhudedir.

Farz edelim ki, odada bir uzmanımız daha olsun. Bu uzman (mesela bir iletişim uzmanı) diğer görüşlere hak vermekle birlikte yaşanan şiddetin en önde gelen sorumlusunun medya olduğunu söylesin. Uzmanımıza göre medya şiddet dozu yüksek içerikli filmler, diziler, programlar, haber bültenleri, animasyonlar vb. ile hem birey psikolojisi

hem de toplum üzerinde tahripkâr etkiye sahip güçlü bir silahtır. Özel-likle spor medyası müsabakaları bir savaş, rakipleri de birer düşman olarak resmetmekte, taraftarlar arasındaki husumeti körüklemekte ve sporda şiddeti yaygınlaştırmaktadır.

Sanırım hepimiz bu türden sahnelere tanık olmuşuzdur. Bazen bir sabah programında evliliklerin artık neden eskisi kadar uzun sürmediği, aile içi şiddet ya da istenmeyen kilolarımızdan nasıl kurtulacağımız tartışılıyor, ba-zen de internet bağımlılığının çocuk gelişimi üzerindeki olumsuz etkileri. Ama ne olursa olsun hepsinde, birbirinden farklı düşünen, aynı toplumsal olay ya da olguya birbirinden farklı pencerelerden “bakan”, bunları farklı şe- kilde “gören” ve açıklayan fikirler havada uçuşmaktadır.

Sorumuz şu: Bu fikirler birer kuram mıdır? Bu bölümde bu soruyu ce- vaplamaya çalışacağız. Hatta ilk cevabımızı da verelim: Hem evet, hem ha- yır! “Bu nasıl bir cevap” diye sorulabilir. Bilimsel alana ve sosyal bilimin ca- zibeli dünyasına hoş geldiniz. Burada hiçbir sorunun tek, tartışmasız, net, karmaşık olmayan bir cevabı yok! Ne yapalım, toplumsal gerçekliğin ken- disini bu kadar karmaşıkken sorulara kısa ve net cevap beklemek biraz hak- sızlık değil mi?

Gündelik yaşamdan bir örnekle devam edelim. Çok sevdiğiniz bir arkada- şınız kız arkadaşı ya da erkek arkadaşıyla yaşadığı bir sorunu size açtığında ve sizden tavsiye istediğinde, eğer sizin de keyfiniz yerindeyse ve söyleyecek bir şeyleriniz varsa bazı genellemeler yaparsınız (“herkes kendisine saygılı bir şekilde davranılmasını ister”), ikili ilişkilerdeki bazı kurallardan (“kaçan kovalanır”) ve bazı sebep sonuç ilişkilerinden bahsedersiniz (“eğer şu şekil- de davranırsan bunun sonucunda şu olur”). Aslında çoğunlukla farkında ol- madan belirli fikirler ve kuramlar ileri sürmektesinizdir. Fakat elbette bu si- zi hemen bir kuramcı yapmaz. Bu yüzden fikirler, önermeler ve varsayımlar- la kuramlar arasında bir ayrıma gitmemiz gerekiyor. Elbette ki tüm ku- ramların kökeninde fikirler, varsayımlar, kimi zaman sezgiler, tecrübeler, tahminler ve öngörüler vardır. Ama kuram ne bunların bir toplamıdır ne de bunlardan herhangi birine indirgenebilir.

Kevin Williams’ı (2003:16) takip ederek kuramların üç değişik düzey- de iş gördüğünü söyleyebiliriz: Ortak duyu, uygulama ve akademi. Yukarı- da bahsi geçen fikirlerin, kanaatlerin çoğu ortak duyu düzeyini anlatır. Top- lumun ve medyanın işleyişi ile ilgili sistematik ve bilimsel olmayan ama ka- musal tartışmanın ve gündemin bir parçası olan kanaatler toplamına denk gelir. Ortega Y Gasset (2010:102) “fikir yürütmenin her türlü bir kuram ileri sürmektir” derken tam da bu düzeye karşılık gelen bir şeyi anlatmakta- dır. Uygulama düzeyinde ise kurumsal ve mesleki donanımdan gelen kana-

Akademik disiplin: Bir akademik çalışma alanında ya da uzmanlıktaki bilgi birikimi ya da yoğunlaşma.

Disiplinlerarasılık: İki ya da daha fazla disiplini bir çalışmada ya da çalışma alanında bir arada kullanmak.

at ve bakış açısı öne çıkar. Medya çalışanlarının medya ve medyanın etkileri hakkındaki görüşleri buna örnek gösterilebilir.

Üçüncü düzey ise akademik ve bilimsel düzeydir ve kitap boyunca ele alınacak kuramları içerir. Akademik ve bilimsel kuramlar belirli bilim disiplinleri içerisinde, sis-

temli bilgi üretim süreçlerine dayanırlar. Bu faaliyet, bazen bir disiplin içerisinde, bazen de farklı farklı disiplinlerin kesişim noktalarında sürdürülebilir. Söz konusu olan iletişim gibi insani faaliyetin en temel öğelerinden biri olduğunda iletişim bilimi de sosyoloji, psikoloji, sosyal psikoloji, edebiyat çalışmaları, sosyal dilbilim, ekonomi, siyaset bilimi, felsefe, tarih, hukuk, retorik ve sözlü iletişim, grup ve sistem kuramı ve hatta matematiğin ilgi alanına girer. Bu olgu “disiplinlerarasılık” kavramı ile anlatılır. “İnsan toplumları ve insan davranışı ile ilgilenen her disiplin mutlaka iletişimle ilgilenmelidir” diyen Wilbur Schramm’a kulak verelim bu konuda:

Prekambriyen jeoloji üzerine çalışan bir araştırmacı kendi alanı ile ilgili en önde gelen makalelerin jeologlar tarafından yazıldığından, bu makalelerin birlikte listelendiğinden ve birbirinin bulgularına dayandığından neredeyse emindir. Fakat insan iletişimi hakkında üretilen bilgilere vakıf olmaya çalışan bir araştırmacı ya da öğrenci en azından yarım düzine bilimsel alanda tarama yapmalıdır. Aynı zamanda iletişim araştırmacısı bu çalışmaların çok farklı istikametlere doğru dağıldığını ve birbirlerinin bulgularına da dayanmadığını görecektir. İnsani iletişim üzerine birleşik ve sistematik bir kuramın bu kadar yavaş gelişmesinin ardında bu sebep yatmaktadır. (Schramm 1971:6)

Kuram tanımları

Çok öğretici olduğuna inandığım bir şey var ki, o da teori kelimesinin köklerinin Yunanca tiyatro kelimesinden geldiğidir. Bir trajedi ya da komedinin gerçeği anlamaya yaptığı gezinti ya da algılarımız ve deneyimlerimizi ortaya serme hali, bir teorinin evlilik ya da cinayetlerinin olma biçimlerini ortaya koymasından daha az maharetli değildir. (*Bir Sanat Biçimi Olarak Sosyoloji*, Robert Nisbet)

Bu pasajda Nisbet’in kuram/teori kelimesinin köklerini açıklarken “gerçeği anlamaya yapılan gezinti”den bahsettiği bölüme dikkat edelim. En temel haliyle kuramlar dünyanın nasıl işlediğine dair anlayışlarımızı özetleyen ge-

nel ifadelerdir (Severin ve Tankard 2001:11). Kuramların asıl amacı dünyayı açıklayabilmektir. Dünyanın nasıl işlediği hakkında düşünme biçimleri ve yöntemler sunmaktır. Kuramın amacı olguları açıklamak, anlamak ve yorumlamaktır ve bu olguların neden bu şekilde ortaya çıktıklarına dair önermelerde bulunmaktır (Williams 2003:15). Kuramlar açık, kolay anlaşılır ve aşikâr olay ve olguları açıklamaya çalışmaktan ziyade, genelde anlaşılması güç olan bazı şeyleri anlamaya ve anlatmaya çalışır.

Bununla birlikte, bazı kuramlar kendilerini sadece dünyanın nasıl işlediğini anlama faaliyeti ile sınırlandırmazlar, aynı zamanda dünyada bir şeylerin yanlış gittiğine dair saptamalarda bulurlar. Bu tür kuramlara göre dünyada pek çok sorun vardır ve kuramsal faaliyetin görevi bu sorunlara işaret etmek ve çözüm önerileri getirmektir. Biz bu türden kuramlara *eleştirel kuram* adını veriyoruz.

Kökleri Karl Marx'm (1818-1883) kuram ve eylem birlikteliğine dair kuramsal çerçevesine uzanan eleştirel kuramın 20. yüzyıldaki en güçlü ve sofistike savunucularından bir kısmı Frankfurt Okulu üyelerinden Max Horkheimer (1895-1973), Theodor W. Adorno (1903-1969) ve Herbert Marcuse'dir (1898-1979). Eleştirel kurama göre bilimsel

11. Tez: Karl Marx tarafından, kendisine ait tarihsel materyalizm kuramını ortaya koymak amacıyla dönemin felsefecilerinden Feuerbach üzerine yazdığı tezlerin 11'incisi: "Filozoflar dünyayı yalnızca çeşitli biçimlerde yorumlamışlardır; oysa sorun onu değiştirmektir."

ve kuramsal faaliyet kendini sadece toplumsal dünyayı anlama ve neler olup bittiğini tasvir etmekle sınırlandıramaz. Kuramın asıl işlevi eşitsiz, adaletsiz ve sömürüye dayalı toplumsal ilişkileri ve yapıları ifşa etmek; daha adil, eşit ve özgür bir toplumsal düzenin inşası için çözüm önerileri getirmektir. İlerleyen bölümlerde iletişim kuramları içerisinde eleştirel kuramlarla sık sık karşılaşacağız. Eleştirel iletişim kuramları bize medyanın eşitsiz toplumsal ilişkilerin ve statükonun tesisinde nasıl rol oynadığını anlatacak. Bazı kuramlar kimi medya içeriklerinin kadına yönelik şiddet, taciz ve tecavüz vakalarını nasıl meşrulaştırdığını ortaya koyacak. Bazıları ise ırkçılık, ayrımcılık, nefret suçları ile medya arasındaki ilişkileri ortaya koyacak. Toplumsal ve kültürel meseleleri eleştirel kuram perspektifinden ele alan bu yaklaşımların ortak özelliği, sorunları nesnel ve mesafeli bir bilimsel ilgi için ortaya koymaktan çok, bu sorunların çözümüne katkıda bulunabilmek için incelemeleridir. Eleştirel kuramın belirgin özellikleri şu şekilde özetlenebilir:

- Eleştirel kuramcılar, araştırmayı politik bir hareket olarak görürler. Çünkü kuram sadece değer sistemlerine dayanmakla kalmaz aynı zamanda bu değer sistemlerini eleştirir.
- Eleştirel kuramcılar sıklıkla dile ya da "neyin söylenip söylenemediği-

ne, kimin otoritenin rızasıyla konuşup kimin dinlemek zorunda kaldığına, kimlerin sosyal yapılarının geçerli kimlerinkinin yanlış ve önemsiz sayıldığına karar veren ve söylenmeden herkesin uyduğu kurallara” odaklanır.

- Eleştirel kuramcılar genellikle *praksis*’le ya da düşünce ile eylem, kuram ile uygulama arasındaki ilişkilerle ilgilenirler. (Glesne 2012:14)

Okuma parçamızda da belirtildiği üzere “Eleştirel kuramın amacı toplumun dönüşümü ve insanın özgürleşimi olarak açığa çıkar.”

Okuma Parçası

ELEŞTİREL TEORİ

Horkheimer “... açık olarak belirli bilimsel görüşlerle uzlaşmaz olan her konunun yanlış olarak değerlendirilmemesi gerekir... ancak yapıcı düşünce çeşitli disiplinlerin kavramlarını bir araya getirir, bunları verili konunun gerçek örüntüsüne yerleştirir. Bilimle kurulan bu olgusal bağ, bilim dilinin tam ve doğru bir bilgi biçimi olduğu anlamına gelmez. Yalnızca bilimin dilinde düşünmek ve konuşmak, çocuksu ve yobazcadır” der. Horkheimer’in geleneksel ve eleştirel kuram arasında koyduğu karşıtlık toplumsal bir etkinlik olarak bilim kavramından başlar. Geleneksel kuram düşüncesi, “toplumun diğer bütün etkinliklerinin yanında yer alan, ancak dolaysız bir biçimde onlarla hiçbir bapı bulunmayan (ve) bilimin gerçek işlevi açık kılınmayan” işbölümü içerisindeki bilim adamının bilimsel etkinliği düşüncesine karşı gelmektedir (...) Diğer taraftan eleştirel tavra sahip düşünürler “var olan biçiminde” toplumsal bütünlüğün iki taraflı karakterini, çelişkilerini, özellikle toplumsal bütünlük içerisindeki sınıf çatışmalarını, kendilerini bu bütünlükle özdeşleştirip onu istem ve akıl olarak algılamak, tanımlarlar; kültürel formlar savaş ve baskı tarafından desteklendikleri ve birleşik, kendi bilincinde bir iradenin yaratıları olmadıklarından toplumun insani olmayan doğal süreçlere ve yalın mekanizmalara üstünlüğü olgusunu deneyimleler. Dolayısıyla “toplumsal hayatı yöneten kategorilerin eleştirel kabulü aynı zamanda onların yargılanmasını da” içerir. Eleştirel kuramın amacı toplumun dönüşümü ve insanın özgürleşimi olarak açığa çıkar. Bilgi ve hedefi, teorik ve pratik akıllı bir senteze götürmeye yönelik bu girişim, Frankfurt Okulu’nun köklü felsefi bir konumunun ve “olgu ile değer”in pozitivist ayrımı eleştirmesinin temeli olarak kalmıştır.

Frankfurt Okulu, Tom Bottomore, çev. Ahmet Çiğdem,
Vadi Yayınları, Ankara, 1994, s. 30-31.

Kuramlarla ilgili başka bir ayrım ise büyük kuramlarla (*grand theory*) daha küçük kuramlar arasındadır. Örneğin, Marksizm gibi büyük kuramlar büyük toplumsal dönüşümleri; ekonomik, politik, kültürel ve ideolojik yapıları ve bu yapılar arasındaki ilişkileri açıklamaya çalışır. Ya da ilerleyen bölümlerde ele alacağımız eleştirel ekonomi politik kuram medya, medya sistemleri ve bunların toplumsal-siyasal-ekonomik yapı ile ilişkileri gibi büyük çaplı soruları cevaplamaya uğraşır. Daha küçük kuramların ise ilgi alanları ve sordukları sorular daha sınırlıdır. Örneğin “kullanımlar ve doyumlar” kuramında olduğu gibi, belirli iletişim araçlarının kullanımları ya da etkileri ile ilgilenir (Baran ve Davis 2012:5).

Dünya hakkında bir düşünme şekli olan kuramların kendileri de aynı zamanda birer süreçtir. Gündelik yaşamınızda sürekli olarak karşı karşıya kaldığınız süreçleri anlama biçimidir kuramlar. Bu yüzden siyasal, toplumsal, ekonomik süreçlerle yakından ilgilidir ve bu yüzden kuram oluşturma çabasının kendisi toplumsal bir faaliyet ve süreçtir (Barlow ve Mills 2009:8).

Kuramla ilgili daha birçok tanımdan bahsetmek mümkündür. Chaffe ve Berger, kuramı “birbirleriyle içsel olarak tutarlı ilişkisel ifadeler tarafından birbirine bağlanan bir dizi kavramsal yapı” olarak tanımlar. Kavramsal yapılar “özelliklerden genelleme yapmak suretiyle tümevarımsal bir şekilde biçimlendirilen kavramlardır” (Chaffe ve Berger 2005:45). John Bowers ve John Courtright kuramları değişken sınıfların birbiriyle olan ilişkileri hakkındaki beyanatlar bütünü olarak tanımlar. Kuramsal ifadeler farklı biçimler alabilirler:

1. *ise o zaman* ifadeleri: Örneğin “Eğer genç bir birey çok fazla şiddet içerikli televizyon programı izler *ise o zaman* saldırgan davranışlar sergiler.”
2. *olması daha muhtemel* ifadeleri: örneğin “Şiddet içerikli televizyon programları izlemeyenlere oranla, şiddet içerikli televizyon programı izleyenlerin saldırgan davranış *sergilemesi daha muhtemeldir.*”
3. *X arttıkça Y de artar* ifadeleri: “Şiddet içerikli televizyon programı izleme arttıkça saldırgan davranış da artar.”
4. *yol açar* benzeri söz öbeklerini kullanan ifadeler: “Şiddet içeriği olmayan televizyon izlemeye oranla, şiddet içerikli televizyon programı izlemek daha fazla saldırgan davranışa *yol açar.*” (Severin ve Tankard 2001:11)

Bu tanıma göre kuramın amacı değişkenler arasındaki ilişkileri, düzenlilikleri ve kuralları açığa çıkarmaktır. Kenneth Bailey’ye göre ise kuram toplumsal olgularla ilgili açıklamalar ve tahminler ortaya koyma ve araştır-

ma konusunu diğer toplumsal olaylarla ilişkilendirme zanaatıdır. Denzin'in (akt. Baran ve Davis 2012:11) kuram tanımı ise toplumsal olguların açıklanmasına ek olarak kurama toplumsal işleyişin evrensel kanunlarını geliştirmek görevini de vermektedir:

Kuram bazılarının diğerlerinden tümdengelim yoluyla çıkarılabileceği, bağlantılı olarak düzenlenmiş ve böylece söz konusu olgu hakkında bir açıklama yapılmasına olanak sağlayan bir grup önermedir. Kuramsallaştırmamın nihai amacı ilişkiler, davranış değişiklikleri ve ekonomik kalkınma kuramlarında olduğu gibi insan davranışlarının ve toplumsal işleyişin evrensel kanunlarını geliştirmektir.

Hipotez: Sınırlı kanıtlardan hareketle yapılan, sonrasında yapılacak olan daha derinlikli soruşturmalar için başlangıç niteliğinde olan önerme ya da açıklama önerileridir.

Değişken: Birden çok değer alabilen bir kavram veya onun ampirik ölçümüdür.

Bağımsız değişken: Nedensel bir hipoteze bağımlı bir değişken üzerinde bir etki veya sonuçlar üreten neden değişkenidir.

Bağımlı değişken: Nedensel bir hipotezde bağımsız bir değişkenin neden olduğu etki veya sonuç değişkenidir.

Bağımsız değişkenler diğer değişkenleri etkiler ya da onlar üzerinde etki yaratır.

Kuramın aynı zamanda bir süreç olduğundan bahsetmiştik. Dinamik, karmaşık, tartışmalı ve bir o kadar da heyecanlı bir süreç. Kuram, üzerinde mutabakata varılmış, kabul edilir sonuçlara varabilmek için sorular sorar. Dünya hakkındaki kuramsal düşünüş onu anlamaya yönelik çabanın ilk adımlarındandır ve bu yüzden de zor bir faaliyettir, çünkü hemencecik olup bitecek, kolayca geliştirilecek, başı sonu ve sınırları belirli bir şeyden ziyade yeni sorulara, yeni tartışmalara, yeni soruşturmalara, yeni ufuklara kapı açan bir süreçtir. Elbette her kuram toplumsal ya da fiziksel olgular hakkındaki en doğru, en kabul edilebilir bilgiyi sunmaya çalışır ama ister pozitif bilimlerde olsun isterse sosyal bilimlerde “herkes” tarafından kabul edilecek ve doğruluğu kesinkes kanıtlanmış bir kuram oluşturmak, ulaşılması çok ama çok

zor –kimine göre de imkânsız– bir hedeftir. İşte tam da bu yüzden kuramın en büyük amaç ve başarılarından biri açıklanmaya çalışılan olaylar ve olgular hakkında en verimli, yaratıcı, kışkırtıcı soruları ortaya koymak; olgu ve olayların doğru, tutarlı ve bütüncül açıklamalarına ulaşmaya çalışmak kadar güçlü tartışmalar ve sorular sorabilmek olacaktır.

Kitap boyunca ele alınacak olan düşünür, yaklaşım ya da okullar dünyayla, kültürle, iletişimle, sanatla, siyasetle, yani insanlar arası ilişkilerle ilgili bir şeyler anlatmaya çalışacaklar bizlere. Göreceğiniz üzere, kuramlar belirli iddialar öne sürecek, belirli tartışmalar yürütecek ve bunları yaparken sü-

rekli olarak diğer kuramlarla ilişki içerisinde olacaktır. Bu ilişki şu şekillerde gerçekleşebilir:

- Aynı toplumsal olguyu (örneğin “kitle iletişim araçlarının etkileri”) açıklamaya çalışan kendinden önceki ya da çağdaşı diğer kuramlar üzerinde yükselerek, bu kuramların açıklayıcı bulduğu yanlarını alıp, eksik yanlarını eleştirmek.
- Alandaki temel sorunsala bağlı kalarak (örneğin etki meselesi) kendinden önceki ya da çağdaşı diğer kuramları eleştirip, bu kuramların yaklaşım ve bulgularının yanlışlıklarını gösterip kendi perspektifini sunmak.
- Kendinden önceki ya da çağdaşı kuramların sorduğu soruların ve araştırma ve çözümleme nesnesinin yanlış olduğunu öne sürüp, alana yepyeni bir açılım getirmek.

Kuramın dinamik bir süreç olduğu vurgusuna geri döndük. Tartışmaya, polemige, sürtüşmeye ve ayrışmalara davet eden gerilimli bir süreç. Yani tek bir kuram ya da tek bir yaklaşımdan ziyade zaman içerisinde birbirleri ile ilişkiye girerek çeşitlenen ve çoğalan bir süreçten bahsediyoruz “kuram inşa etmek” derken. Zira kuramın en büyük amacı bize doğal gelen, tartışmasız doğrular ve olgular olarak kabul ettiğimiz şeyleri sorgulamak ve yeni kavrayış olanakları ve çığırılar açmaktır. (Barlow ve Mills 2009:9)

Paradigma nedir?

Kitap boyunca sıkça karşımıza çıkacak terimlerden biri de paradigma olacak: “Güçlü etkiler paradigması”, “sınırlı etkiler paradigması” ya da “paradigmatik değişim” gibi. Paradigma bir şeyin nasıl yapılması, üzerine nasıl düşünülmesi ya da hakkında hangi soruların sorulması gerektiğine dair kuram ya da fikir kümeleri olarak tanımlanabilir. “Paradigma, doğruluk ve gerçekliğin doğasına ilişkin varsayımları, araştırılabilecek nitelikteki soruları ortaya koyan ve bunların nasıl yapılacağına ilişkin bir bilim felsefesi ya da çerçevesidir.” (Glesne 2012:7)

Bilimsel paradigma ve paradigma değişimleri üzerine kaleme alınan en etkileyici eserlerden biri Thomas Kuhn’un *Bilimsel Devrimlerin Yapısı* (1970) başlıklı çok önemli çalışmasıdır. Bu kitapta Kuhn, bilimsel gelişimin aşamalarını ve kurallarını ortaya koymaya çalışır. Tarihi, bir zaman dizimi ve anlatı deposu olarak görmeyi reddeden Kuhn, bilimsel gelişmenin tek tek keşiflerin ve icatların birikiminin bir sonucu olmadığını ortaya koymaya çalışır.

şır. Bunun yerine Kuhn, bilimsel gelişmenin ve devrimlerin, bir paradigma-
dan diğerine sıçramalar ve kopuşlarla gerçekleştiği bir çerçeve önerir. Kitap
boyunca farklı ama birbirini tamamlayan anlamlarda kullanılan paradigma
terimi ilk olarak, bir bilim çevresine belli bir süre için model sağlayan, ör-
nek sorular ve çözümler sunan, evrensel olarak kabul gören bilimsel başarı-
lar şeklinde tanımlanır. Kuhn'a göre:

Yaptıkları araştırma ortak bir paradigma üzerine kurulu olan insanlar bilim-
sel uygulamada aynı kurallara ve ölçütlere bağlıdırlar. Bu bağlılık ve bunun
sonucu ortaya çıkan fikir birliği, olağan bilimin, yani bir başka deyişle, belir-
li bir araştırma geleneğinin doğması ve süregitmesinin önkoşullarıdır. (Kuhn
1970:11)

Bilimsel paradigmada yaşanan değişim, bilimsel faaliyetin dayanağı olarak
kabul gören kural ve ölçütlerin değişmesi; bir başka deyişle, oyunun kural-
larının değişmesi anlamına gelir. Paradigma değişimi, belirli bir bilimsel fa-
aliyet alanında meşru olarak kabul edilen soru/sorunlarda ve metotlarda ya-
şanan değişime işaret eder.

Bilim ve bilimsel yöntemin bazı özellikleri

Albert Einstein bilimsel faaliyetin gündelik düşünme faaliyetinin rafine edil-
mesinden başka bir şey olmadığını söyler. Yukarıda kuramın gündelik, uy-
gulamaya yönelik ve akademik üç farklı düzeyinden bahsetmiştik. Einste-
in'm bahsettiği rafine etme işlemi, gündelik düşünce, gözlem ve tecrübelerin
bilimsel bazı prosedürler eşliğinde yeniden ele alınması ve işlenmesi diye-
biliriz. Gerçekten de hepimiz dünyanın nasıl işlediği ile ilgili fikirlere sahi-
bizdir, fakat bu fikirlerin bilimsel açıklamalara dönüşmesi disiplinli ve me-
şakkatli bir süreci gerektirmektedir. Eğitim (illa ki okullarda, üniversiteler-
de olması gerekmiyor bu eğitimin), disiplinli çalışma, merak, arzu ve karar-
lılık gerektiren bir yaşam biçimi.

Bilimin tarihi neredeyse insanlık tarihi kadar eskilere kadar gider. Bilim
her zaman vardı ama Batı Avrupa tarihinde yaşanan ciddi bir toplumsal ve zi-
hinsel dönüşüm önemli bir dönüm noktası oldu. 17. ve 18. yüzyıllarda orta-
ya çıkan bu dönüm noktasına biz Akıl Çağı ya da Aydınlanma Çağı diyoruz:

Aydınlanma, bir yeni düşünce dalgası başlattı. Aynı zamanda mantıksal akıl
yürütmeye güveni, maddi dünyadaki deneyimlere vurguyu, insani ilerleme-
ye olan inancı ve geleneksel dinî otoritenin sorgulanmasını da beraberinde

getirdi. Doğal dünyanın incelenmesiyle başladı ve toplumsal yaşamın incelenmesine doğru genişledi. (Neuman 2013:10)

Peki, bilim ve bilimsel düşünce yeterince kabul görmeden evvel insanlar dünyayı anlamak için ne tür yöntemler kullanıyorlardı? Din, inanışlar, büyü, mistisizm, hurafeler, kehanet, efsaneler, mitler ve gelenekler. Örneğin Hamza Karaoğlu, Kahramanmaraş-Nurhak ilçesindeki halk inanışları üzerine çalışmasında evin büyük çocuğunun bir dolu tanesini alıp yemesinin doluyu durduracağına; şiddetli yağış sırasında kapıdan atılacak olan bir bıçak ya da baltayla yağmurun kesileceğine; bir yaşına kadar saç ve tırnağı kesilen çocuğun ömrünün kısa olacağına inanıldığından söz eder. Kant'ın sözleriyle Akıl Çağı ya da Aydınlanma "insanın kendi suçu ile düşmüş olduğu bir ergin olmama durumundan kurtulmasıydı."

Okuma Parçası

AYDINLANMA

Aydınlanma, insanın kendi suçu ile düşmüş olduğu bir ergin olmama durumundan kurtulmasıdır. Bu ergin olmayış durumu ise, insanın kendi aklını bir başkasının kılavuzluğuna başvurmaksızın kullanamayıdır. İşte bu ergin olmayışa insan kendi suçu ile düşmüştür; bunun nedenini de aklın kendisinde değil, fakat aklını başkasının kılavuzluğu ve yardımı olmaksızın kullanmak kararlılığını ve yürekliliğini gösteremeyen insanda aramalıdır Sapare Aude! Aklını kendin kullanmak cesaretini göster! Sözü şimdi Aydınlanmanın parolası olmaktadır.

Doğa, insanları yabancı bir yönlendirilmeye bağlı kalmaktan çoktan kurtarmış olmasına karşın (naturaliter maiorennnes), tembellik ve korkaklık nedeniyledir ki, insanların çoğu bütün yaşamları boyunca kendi rızalarıyla erginleşmemiş olarak kalırlar ve aynı nedenlerledir ki bu insanların başına gözetici ya da yönetici olarak gelmek başkaları için de çok kolay olmaktadır. Ergin olmama durumu çok rahattır çünkü. Benim yerime düşünen bir kitabım, vicdanımın yerini tutan bir din adamım, perhizim ile ilgilenerek sağlığım için karar veren bir doktorum oldu mu, zahmete katlanmama hiç gerek kalmaz artık. Para harcayabildiğim sürece düşünüp düşünmemem de pek o kadar önemli değildir; bu sıkıcı ve yorucu işten başkaları beni kurtaracaktır çünkü. Başkalarının denetim ve yönetim işlerini lütfen üzerlerine almış bulunan gözeticiler [vasiler, ç.] insanların çoğunun, bu arada bütün latif cinsin ergin olmaya doğru bir adım atmaya sıkıntılı ve hatta tehlikeli bulmaları için, gerekeni yapmaktan geri kalmazlar. Önerine kattıkları hayvanlarını önce sersemleştirip aptallaştırdıktan sonra, bu sessiz yaratıkların kapatıldıkları yerden dışarıya çıkılmalarını kesinlikle yasaklarlar; sonra da onlara, kendi kendilerine yürümeye kalkıştırlarsa başlarına ne gibi tehlikele-

rin geleceğini bir bir gösterirler. Oysa onların kendi başlarına hareket etmelerinden doğabilecek böyle bir tehlike gerçekten büyük sayılmaz; çünkü birkaç düşüştten sonra bunu göze alanlar sonunda yürümeyi öğreneceklerdir, ne var ki bu türden bir örnek insanı ürkütüverir ve bundan böyle de yeni denemelere kalkışmaktan alıkoyar.

(...)

Oysa aydınlanma için özgürlükten başka bir şey gerekmez; ve bunun için gerekli olan özgürlük de özgürlüklerin en zararsız olanıdır: Akli her yönüyle ve her bakımdan çekinmeden kitlenin önünde apaçık olarak kullanmak özgürlüğü.

Ne var ki her yandan «düşünmeyin! aklınızı kullanmayın!» diye bağırıldığını işiyorum. Subay, «Düşünme, eğitimi yap!», maliyeci «düşünme, vergini öde!», din adamı «düşünme, inan!» diyorlar. (Şu dünyada yalnız bir kişi var ki o da, «istediğiniz kadar ve istediğiniz şeyi düşünün, ama itaat edin!» diyor). Her yerde özgürlüğün sınırlanışı var. Peki hangi türde bir sınırlama aydınlanmaya karşıdır, hangisi değildir ve hangi biçimde bir sınırlama tersine özgürlüğe yararlıdır? Yanıt vereyim: kendi aklının kitle önünde, kamuoyu önünde ve hizmetinde serbestçe ve açık bir biçimde kullanılması her zaman özgürce olmalıdır; ve yalnızca bu tutum insanlara ışık ve aydınlanma getirebilir; buna karşılık aklın özel olarak kullanılışı [*der Privatgebrauch*], genellikle çok dikkatlice ve dar bir alanda kalacak bir biçimde sınırlandırılabilmiştir ve bu da Aydınlanma için bir engel sayılmaz.

Immanuel Kant, "Aydınlanma Nedir Sorusuna Yanıt", *Kant*,
çev. Nejat Bozkurt, Say Yayınları, 2010, s. 263-266.

Bilimsel faaliyetin özelliklerine baktığımızda bilimsel birikimin önemini görürüz. Bilimsel bilgi büyük oranda kümülatiftir (yani birikerek artar). Bilim insanları ve bilimsel yaklaşımlar kendilerinden önceki ya da çağdaşı bilim insanları ve bilimsel çalışmalara dayanırlar, bu çalışmalarla hesaplaşma ve diyalog halindedirler. Hiçbir araştırmacı bir "tabula rasa" (boş levha) ile işe koyulmaz. Ya da bilimsel faaliyet yalnız ve büyük dehaların kişisel çabalarından çok daha fazlasını içermektedir. Bilimsel faaliyetin bu birikerek artan doğası coğrafi, dilsel, toplumsal, ekonomik ve politik sınırları da aşar. "Her bilgide olduğu üzere bilim de gerçeklik ile ilgili soyutlamalarla uğraşır. Tüm disiplinlerin özel dilleri bu soyutlamalardan oluşmaktadır." (Severin ve Tankard 2001:27-28)

Bilim insanları gerçekliğin doğası ile ilgili genellemeler yaparlar ve bu genellemeleri sürekli olarak test ederler. Bu açıdan bilimsel genellemelerin ve önermelerin en önde gelen özelliği sınanabilir olmalarıdır. Bilimsel alanda pek çok genelleme ve hipotez mevcuttur ve bilimsel testler ve doğrulamalar sonucunda bu genellemeler taslak yasalar olarak adlandırılırlar (Severin ve Tankard 2001:29).

Baran ve Davis'in (2012:8) Kitle İletişim Kuramları ders kitabından bilimsel yöntemle ilgili çeşitli tanımları ödünç alacak olursak:

1. "Keşfedilmemiş bir gerçekle ilgili kavrayışın şu yollarla arındığı bir araçtır: (1) araştırmanın amacını açıklayan bir problemin tanımlanması, (2) problemin çözülmesi umuduyla veri toplama, (3) hem veriyi yerli yerine koymak hem de problemi çözmeye katkıda bulunmak amacıyla bir hipotez öne sürmek ve (4) hipotezi veriyi işlemek ve yorumlamak suretiyle, bu yorumlamanın araştırmayı başlatan sorunu çözüp çözmediğini görmek üzere ampirik olarak test etmek." (P. D. Leedy)
2. "Olguların açıklanması ve tahmin edilmesi amacıyla ortaya konan, olguların sistematik bir kavrayışını değişkenler arası ilişkileri açıklayarak sunan bir dizi birbiriyle ilgili kurgu (kavramlar), tanım ve önerme." (F. N. Kerlinger)
3. "İnançlarımızın insani olmayan ama dışsal bir süreklilik tarafından belirlenebileceği – bizim düşüncelerimizin üzerinde hiçbir etkisinin olmayacağı bir yöntem. Bu, öyle bir yöntem olmalıdır ki her insanın varacağı nihai sonuç aynı olmalıdır. İşte bu bilimin yöntemidir. En temel önermesi şudur: Özellikleri bizim onlar hakkındaki görüşlerimizden tümüyle bağımsız olan gerçek şeyler vardır. (C. Peirce)

Ampirik: Yunanca "empeiria" (deneyim, deney) kelimesinden gelir. Deney ve gözleme dayalı bilgi, bağıntı vb. anlamına gelir.

Ampirizm: Deneycilik. Bilginin durumlar ve deneyim yoluyla edinilebileceğini öne sürer.

Beklenmeyen ya da öngörülemeyen sonuçlar bilimsel çalışmaların önemli yanlarından biridir. Bazı bilimsel çalışmalar, kimi zaman şans, kimi zaman aksaklıklar kimi zamansa bilimsel sürecin normal işleyişi sonucunda beklenmedik sonuçlarla, umulmadık keşifler ya da icatlarla sonuçlanabilirler. 1928 yılında bir deney üzerinde çalışan Alexander Fleming'in çalışması nereden geldiği belli olmayan bir küf yüzünden (ya da sayesinde) bambaşka bir doğrultuya evrilir. Rastlantı eseri jelatin tabaklarının birinin üzerinde küf gören Fleming, küfün aynı tabak üzerindeki öldürücü bakteriyi yok ettiğini fark eder. "Penicilim nitatum" adlı bu küfün diğer bakteriler üzerinde de etkili olduğu, canlılar üzerinde ise açık bir yan etkisinin olmadığı görüldü. Küften sızan maddeyi ayırtırmak ise 1939 yılında Oxford'dan Howard Florey ve Ernst Chain'e düşecekti. İki bilim adamı ayırtırdıkları maddeye "penisilin" adını verdiler ve Fleming ile birlikte 1945 yılında Nobel Ödülü'nü aldılar. Anlattığımız hikâye, bir yandan bilimsel faaliyetin kümülatif seyrine, diğer yandan da beklenmeyen ve öngörülemeyen sonuçlarına harika bir örnek teşkil etmektedir.

Bilimde beklenmeyen sonuçlara başka bir örnek ise siyasal iletişim çalışmaları içerisinde verilebilir. İlerleyen bölümlerde çok daha ayrıntılı bir şekilde üzerinde duracağımız bir iletişim kuramı olan iki aşamalı akış kuramının oluşum hikâyesi son derece ilginçtir. Kitle iletişim araçlarının oy verme davranışı üzerine etkilerini araştıran Columbia Uygulamalı Toplumsal Araştırmalar Bürosu'ndan bir grup araştırmacı (Paul Felix Lazarsfeld, Bernard Berelson, Hazel Gaudet vd.) uzunca süren araştırmalarının ardından beklenmedikleri bir sonuçla karşılaşır. Ohio'daki Erie County'de yürütülen ve kitle iletişim araçlarının etkilerini belirlemek için yola çıkan araştırma, oy verme ve siyasal davranış geliştirme sürecinde kitle iletişim araçlarından daha önemli başka bir etkenin varlığını tespit eder: Kişisel etki (*personal influence*). Bu ilk araştırma 1948 yılında *People's Choice* (Halkın Seçimi) adıyla okuyucuyla buluşur. Araştırma ekibine sonradan dahil olacak olan Elihu Katz “kişisel etki”in beklenmedik bir sonuç olduğunu şöyle anlatmaktadır:

Halkın Seçimi kitabındaki tüm fikirler arasında ampirik veri ile en az belgelenen hipotez iki-aşamalı akış olmuştur. Bunun sebebi de çok açıktır: Araştırma tasarımının kişilerarası ilişkilerin veri analizi aşamasında bu kadar önem taşıyacağını öngörememiş olmasıdır. (Katz 1957:62)

Yine heyecan verici bir nokta, araştırma sırasında karşılaşılan bu beklenmedik sonucun yeni araştırmalara ve yepyeni bir kuramsal çerçeveye öncülük etmesidir. Araştırmacılar bu beklenmedik sonuçtan hareketle yeni bir araştırma tasarlarlar ve araştırmanın sonucu *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication* (Kişisel Etki: Kitle İletişiminin Akışında İnsanların Oynadığı Rol) başlığıyla 1955 yılında The Free Press tarafından basılır. Bahsi geçen kitabın Türkçesi maalesef henüz elimizde yok ama ilerleyen sayfalarda bu iki kitaptan da bol bol söz edeceğiz.

Sosyal bilimi zor yapan şey nedir?

Bilimin gelişimi, sosyal bilimlerle doğa bilimleri arasında ortaya çıkan ayrışma ve sosyal bilimsel disiplinlerinin ortaya çıkışı pek çok bilim insanı tarafından etraflıca ele alınmıştır. İnsan doğası, insanlar arası ilişkiler ve toplumsal yapılar hakkında aklımızı kullanarak yargılara varabileceğimiz fikri insanlık tarihi kadar eskidir. Bununla birlikte, bugün sosyal bilim olarak adlandırdığımız olgunun ortaya çıkışıysa görece çok yeni kimi tarihsel dönüşümlerin sonucudur. Sosyal bilim bir modern dünya girişimidir. “Kökleri, 16. yüzyılda itibaren gelişmeye başlayan ve modern dünyamızın inşası-

nın ayrılmaz parçası olan, gerçeklikle ilgili, bir şekilde ampirik olarak doğrulanmış sistematik, seküler bilgi geliştirme çabasına uzanmaktadır.” (Gulbenkian Commission 1996:2) Sosyal bilimlerin doğuşu doğa bilimlerinin etkisi altında olmuş ve sosyal bilimin amacı, toplum ve insanlar hakkında felsefi spekülasyonların aksine deneysel ve ampirik çalışmalara dayanan bilgi üretmek olarak belirlenmiştir.

Sosyal bilimlerin ortaya çıkışında başka önemli bir etmen ise modern devletin karar alma süreçlerine ışık tutması beklenen kesin bilgi arayışıdır. 18. yüzyıldan itibaren, sınırları belli olmasa ve adları tam olarak konmasa da farklı alanlarda farklı bilgi kategorileri bu arayış sonucunda ortaya çıkmıştır.

19. yüzyıl boyunca farklı disiplinler değişik epistemolojik tavırlardan oluşan bir yelpaze gibi açıldı. Yelpazenin bir ucunda önce matematik (ampirik olmayan bir faaliyet), ondan sonra da kendi aralarında azalan determinizm sıralamasına göre dizilen deneysel doğa bilimleri (fizik, kimya, biyoloji) yer almaktaydı. Öbür ucunda ise, en başta felsefe (ampirik olmayan bir faaliyet olarak matematiğin karşılığı), sonra da belli başlı sanatsal faaliyetleri inceleyen (edebiyat, resim ve heykel, müzikoloji), çoğu zaman uygulamada bu sanatların tarihini yazdığı için tarihe yaklaşan insan bilimleri (ya da sanat ve edebiyat) yer alıyordu. İnsan ve doğa bilimlerinin arasında da sosyal gerçekliklerin incelenmesi içinde yer alan tarih (idiografik) ve doğa bilimlerine daha yakın duran “sosyal bilim” (nornotetik) bulunuyordu. Bilginin, her biri farklı bir epistemoloji benimsediği için giderek daha katı biçimde ikiye ayrıldığı bir süreçte sosyal gerçeklikleri inceleyenler kendilerini bu çekişmenin tam ortasında buldular ve onlar da epistemolojik konularda kendi içlerinde bölündüler.” (Gulbenkian Commission 1996:9-10)

Sosyal bilimlerde farklı disiplinlerin ortaya çıkışı 19. yüzyılda “gerçeklik” ile ilgili “nesnel” doğruları ampirik bulgulara dayanarak (“spekülasyon”un aksine) bulma ve geliştirme çabasının bir parçasıydı (Gulbenkian Commission 1996:13).

Gerçeğe yorumlama, sezgi ya da çıkarımlarda bulunma yoluyla değil, ancak ve ancak nesnel bilimsel prosedürler ve deneysel bilgi yoluyla ulaşabildiniz bu görüşe göre. Sosyal bilimin bu yorumu en gelişkin ve net ifadesini pozitivist sosyal bilim anlayışında buldu. 19. yüzyılda sosyolojinin kurucu figürlerinden Auguste Comte’un (1798-1857) düşünce ekolünden doğan pozitivistlikte göre bilimin ve bilim unvanına sahip olmak isteyen her türlü entelektüel etkinliğin uyması gereken tek bir mantık vardır. Yani, sosyal bilimlerle doğa bilimleri arasında ne inceleme nesnesi ne de bilimsel yaklaşım ve yöntem açısından bir fark vardır. Pozitivist sosyal bilime göre:

- Sosyal bilimlerde araştırmanın nihai amacı insan davranışının nedensel yasalarını keşfetmek ve belgelemektir.
- Gerçeklik gerçektir ve bilim insanı tarafından keşfedilmeyi beklemektedir.
- İnsanlar kendi çıkarlarıyla ilgili, haz peşinde koşan rasyonel hayvanlar olarak varsayılmaktadır.
- Bilimsel bilgi, bilgi edinmenin daha aşağı yollarından (örn. Büyü, din, astroloji, kişisel deneyim ve gelenek) daha üstündür ve sonunda onların yerini alacaktır.
- Bilim, toplumsal yaşamın neden böyle olduğunu, nedensel yasalar keşfederek açıklar.
- Bilim nesnel ve değerden bağımsız bir faaliyettir. (Neuman 2013:122-128)

Pozitivist sosyal bilim yaklaşımı 19. yüzyıldan başlamak üzere çok büyük tartışmalara yol açmış ve farklı sosyal bilimler içerisinde pozitivistme alternatif başka yaklaşımlar da ortaya çıkmıştır. Yorumlayıcı sosyal bilim, eleştirel sosyal bilim ve feminist ve postmodern araştırma yaklaşımları pozitivistme en büyük meydan okumalar olmuştur. Bu yaklaşımlardan bazılarını ilerleyen bölümlerde iletişim kuramları bağlamında yeri geldikince açacağız.

Pozitivist bilim anlayışı insan bilimleri ile toplum bilimleri arasında fark görmezken sorgulamamız gereken önemli bir nokta vardır: *Gerçekten de doğa bilimlerinde olduğu gibi insan doğası ve toplumsal yapı hakkında kesin bilgilere, şaşmaz yasalara ulaşmak; nesnel bir toplumbilim yapmak mümkün müdür?*

Bakalım konuyla ilgili olarak Jourdain ve Naulin neler diyor?

“Tarihsel bilimler” (...) deneysel bilimlerden ayrılırlar çünkü ortamdaki ayrı ele alınamayacak, aynı şekilde yinelemeyecek hadiseleri ele almaktadırlar. Bu durum, bilim insanının diğer bilimlerdeki gibi deney yapma olasılığını ortadan kaldırır, çünkü olayların ortaya çıktığı bağlamı kontrol etmesi mümkün değildir. Dolayısıyla, deneysel bilimlerin bilimsellik kriterleri tarihsel bilimlere uygulanamaz. (Jourdain ve Naulin 2016:23)

Baran ve Davis, bilimsel yöntemin toplumsal dünyayı incelemekte karşılaştığı dört zorluğu şu şekilde sıralar:

1. Önemli ve ilginç insan davranışlarının çoğunu ölçmek zor bir iştir. Suyun kaynama derecesini ölçmek çok kolaydır. Karmaşık bir teknoloji yardımıyla bir atomun ağırlığını, evrenin ne hızla genişlediğini ölçmek müm-

kündür. Ama örneğin, vatandaş sorumluluğu gibi bir şeyi nasıl ölçeriz? Kaç kez oy verildiğini sayarak mı?

2. İnsan davranışları fazlasıyla karmaşıktır. İnsan davranışı nedensel tasvire uygun değildir. Suyun kaynamasına yol açan tekil bir etkeni belirlemek mümkündür. Önemli insan davranışlarının arkasındaki tekil etkenleri belirlemek neredeyse imkânsızdır. İnsan davranışları, gözlemlenebilir eylemlerin ardındaki farklı etkenleri tümüyle anlamamızı zorlaştıracak şekilde karmaşıktır. Kaynama deneyinde atmosferik basıncı kolayca kontrol edebiliriz. Bir kimya deneyinde elementleri yine görece olarak kolay bir şekilde kontrol edebiliriz.
3. İnsanların amaçları vardır ve insanlar özdüşünümseldir (kendi eylemleri üzerine düşünür). Her zaman hareketlerimiz olmuş olan olaylara tepki niteliğinde değildir; sıklıkla umduğumuz ya da olmasını beklediğimiz şeylere tepki olarak da davranış sergileriz. Dahası hedeflerimizi sürekli olarak gözden geçirir ve potansiyel başarı ya da başarısızlık durumları ile ilgili fazlasıyla öznel değerlendirmelerde bulunuruz. Su sıcaklıkla birlikte kaynar; kaynama eylemi hakkında düşünmez. Kaynamayı deneyimlemeye başlayıp daha sonra kaynamaktan hoşlanmadığına karar vermez. Eylemlerimiz ya da eylemsizliklerimiz hakkında düşünürüz; değerlerimiz, inançlarımız ve tavırlarımız hakkında düşünürüz. Nobel ödüllü fizikçi Murray Gell-Mann'ın kişisel belirleyenlerin önemi hakkındaki şu sözleri aydınlatıcıdır: “Eğer parçacıklar düşünüyor olsaydılar fiziğin ne kadar zor olacağını düşünün.”
4. Basit nedensellik nosyonunu kendimize uyguladığımızda sorunlarla karşılaşırız. Medyadan kolayca etkilenmediğimizi söyleriz. Ama ironik bir şekilde pek çoğumuz, diğer insanların medyadan etkilendiğine ikna olmuş durumdadır (üçüncü şahıs etkisi). (Baran ve Davis 2012:9-11)

İnsan davranışının tüm bu özellikleri doğa bilimleri ile toplum bilimleri arasındaki özdeşliğin sorunlu yanlarını ortaya koymaktadır. İlerleyen bölümlerde ele alacağımız iletişim kuramlarının çoğu insan davranışlarının bu karmaşık doğası ile hesaplaşmaya çalışacaktır.

KİTLE, KİTLE İLETİŞİMİ VE KİTLE İLETİŞİM KURAMLARI

Birinci Bölüm’de kuram ve bilimsel araştırma hakkında genel bir giriş yapmıştık. Sosyal bilimlerin ortaya çıkışma ve sosyal bilim yapmanın zorluklarına da değindik. Bu bölümde kitle ve kitle iletişiminin ortaya çıkış dinamikleri; kitle iletişimi ile ilgili erken dönem fikirler; iletişim kuramlarının kökenleri ve temel ilgi alanları tartışılacaktır ve şu konular ele alınacaktır:

- Kitle ve kitlelerin ortaya çıkışı
- Kitlelerin ortaya çıkışı ile ilgili ilk değerlendirmeler ve düşünceler
- Kitle kültürü kavramı ve kuramı
- Kitle iletişimi
- Kitle iletişim kuramlarının temel merak ve ilgi alanları

Kitle, kitle kültürü ve kitle iletişimi

“Kitle”, “kitle toplumu”, “kitle kültürü”, “kitle kültürü kuramları”, “kitle iletişimi” ve “kitle iletişim kuramları” gibi kavramların görece olarak çok yeni tarihlerinin (19. yüzyıl) olduğunu söylemek mümkündür. Kitle kültürü ve kitle iletişimi ile ilgili ilk araştırmaların ve fikirlerin ortaya çıkmasında etki eden toplumsal faktör ve dönüşümler şu şekilde sıralanabilir: Sanayi Devrimi’nin yol açtığı büyük toplumsal dönüşümler; kapitalist işbölümünün ge-

lişmesi; büyük çaplı fabrika örgütlenmesi ve meta üretimi; modern şehirlerin ortaya çıkışı ve nüfusun buralarda yoğunlaşması-köyden kente göç; karar alma süreçlerinin merkezileşmesi; daha karmaşık ve evrensel iletişim sistemlerinin ortaya çıkması; oy hakkının işçi sınıfını da içine alacak biçimde genişletilmesine dayanan kitlesel siyasal hareketlerin büyümesi; okuryazarlığın yayılması ve bu dönüşümle ilgili olarak popüler bir edebiyatın gelişmesi; baskı teknolojilerindeki yeniliklerle birlikte iletişim materyallerine erişimin kolaylaşması; gazetelerin çoğalması ve artan kurumsallaşması.

Geleneksel toplumsal ilişkilerin çözülmeye başladığı, cemaat tipi örgütlenmelerin dağılıp yerini yalıtılmış bireylerin toplamından oluşan topluma bıraktığı, “katı olan her şeyin buharlaştığı” bu yeni dünyayı anlamak için pek çok fikir ortaya atıldı. Örneğin Karl Marx yaşanan büyük dönüşümü şirsel bir anlatımla şu sözlerle özetliyordu:

Peşlerinde kadim ve hürmete şayan bir önyargılar ve kanaatler silsilesini sürükleyen tüm durgun, donuk ilişkiler silinip süpürülüyor; yeni ortaya çıkan her şey daha kemikleşmeden miadını dolduruyor. Katı olan her şey buharlaşıp gidiyor, kutsal olan her şey dünyevileşiyor ve en sonunda insanlar hayatlarının gerçek koşullarıyla ve diğer insan ilişkileriyle... yüzleşmeye zorlanıyorlar (akt. Berman 1994:19).

İşte iletişim ve kitle iletişimi üzerine ilk düşünceler, bu büyük dönüşümlerin nasıl adlandırılması ve incelenmesi gerektiği sorusuna bir cevap olarak ortaya çıktı (Lang 2005:27; Swingewood 1996:17). 19. yüzyılın son yirmi yılında yığınların kente çıkagelmesinin habercisi olduğu yeni toplumun doğasının ne olduğu sorusu kitle iletişim kuramlarının doğuşunda hayati bir önem taşımaktadır (Mattelart ve Mattelart 2010:17). İletişimin artan bir hızla teknolojikleştiği ve kitlelerin gitgide iletişimin üretim ve tüketim süreçlerinin temel belirleyeni olduğu bu süreci açıklayan ilk paradigma “kitle toplumu” ve “kitle kültürü” yaklaşımları oldu. Bununla birlikte, kitle toplumu yaklaşımı araştırmalara dayalı, ampirik ve bilimsel yöntemler üzerine inşa edilmiş açıklamalar sunmaktan ziyade spekülasyonlara ve muğlak genellemelere dayanmaktaydı. “Kitle” teriminin farklı kullanımları arasında bir tutarlılık ya da kitle toplumu kuramının herhangi bir örgütleyici prensibi yoktu. Yaklaşım bilimsel olmaktan çok ideolojikti. (Lang ve Lang 2009:1003)

Modern dünyanın inşası ile birlikte meydana gelen dönüşümler ve yeni ortaya çıkan “kalabalıkları” adlandırmak ve tanımlamak için kullanılan terimler, bu gelişmelerden duyulan hoşnutsuzluğu da ortaya koyuyordu: Gürh, yığın, kitle, bayağı, alt, aşağı, sıradan, vulger, aptal... Bir açıdan bakıldığında kitle iletişiminin tarihi, medya ve iletişim endüstrileri sayesinde daha

da fazla görünür hale gelen “isimsiz, pis insan yığımları”ndan duyulan tiksintinin ve korkunun tarihi ile özdeşti (Williams 2003:24). Kaygının kaynağında iki temel unsurun olduğunu söylemek mümkündür. Bunlardan birincisi, yeni toplumsal düzenin, eskiye ait hiyerarşileri ve ayrıcalıkları altüst etmesiydi. Aristokratik olarak adlandırılabilir bu tepki, sıradan kitlelerle aynı uzamı (kent) paylaşmaktan duyulan rahatsızlığın ifadesiydi. Lakin kaygının yegâne sahibinin aristokratlar olduğunu varsaymak yanlış olur. Daha önceden hiç görülmemiş sayıda insanın yan yana gelmesi beraberinde kitlelerin devrimci gücüne vurgu yapan düşüncelerin de doğmasına yol açıyordu. Özellikle 18. ve 19. yüzyıllarda kentlerde yaşam koşullarının çalışan sınıflar ve yoksul kitleler için içler acısı durumda olması derin hoşnutsuzlukları beraberinde getiriyordu. Yeni yükselen burjuva sınıfı için kitlelerin ve işçi sınıfının olası bir örgütlü mücadelesi en büyük tehditlerden birini oluşturuyordu. 19. yüzyıldaki devrimler ve kalkışmalar (örneğin 1848 Devrimleri ya da 1871 Paris Komünü gibi) burjuvazinin korkularının yersiz olmadığını gösterecekti.

Okuma Parçası

KİTLE KÜLTÜRÜ ÜZERİNE

“Kitle kültürü” kavramı şu şekilde özetlenebilir: Ulaşım ve iletişimdeki devrim insanları birbirlerine daha yakın kıldı ve onları yeni bağlarla birbirine bağladı; işbölümü onları birbirine daha fazla bağımlı kıldı; toplumun bir tarafındaki çalkantı diğer tüm bölümlerini etkiledi. Karşılıklı bağımlılıktaki bu artışa karşın bireyler birbirlerine daha fazla yabancılaştılar. Aile ve yerel cemaat gibi ilksel grup bağları parçalandı; kadim inanışlar sorgulandı; bunların yerini ise çok az birleştirici değer aldı. En önemlisi, eğitilmiş bir seçkinler sınıfının eleştirel standartları ne kanaatleri ne de beğenileri şekillendirebiliyor. Sonuç olarak ahlâk ve değerler daimi bir değişim içerisinde; bireyler arasındaki ilişkiler organik olmaktan ziyade parçalı ve birbirine teğet geçiyor. Aynı zamanda daha fazla mekânsal ve toplumsal hareketlilik statü kaygısını derinleştiriyor. Kıyafet ya da unvanla garanti altına alınan ya da tanınan statünün yerine, herkes pek çok rolü aynı anda üstleniyor ve değişen durumlara göre sürekli olarak kendini kanıtlamak durumunda kalıyor. Bütün bunlardan ötürü birey bütünlüklü bir benlik duygusunu yitiriyor. Böylelikle yeni inanışlara yönelik bir arayış doğuyor. Artık sahne karizmatik lidere, seküler Mesih’e kalıyor. Bu karizmatik kişi insanlara, kitle toplumunun ortadan kaldırdığına inanılan şeyin yerini alacak bütünlümlü bir kişilik bahşediyor.

Daniel Bell, *The End of Ideology*, 1961, Collier, New York.

Kitle ve kitle kültürü terimi “aristokrasi yanlısı ve kapitalizm karşıtı ideologlar tarafından ticaret ve endüstrinin değer ve pratiklerine saldırılırken alçaltıcı bir anlam yüklenerek” kullanılıyordu (Swingewood 1996:18). Sosyalist düşüncede son derece merkezî ve olumlu bir yere ve anlama sahip olan kitleler (özellikle çalışan kitleler, yani sanayi proletaryası); muhafazakâr düşünce tarafından hor görülüyor ve kitle terimi büyük oranda bir aşağılama sözcüğü olarak kullanılıyordu. Bu açıdan bakıldığında, terimler bilimsel kategoriler olmaktan ziyade, gitgide modernleşen ve kapitalistleşen bir dünyada, toplumdaki konum ve güçlerini yitirmekte olan geleneksel seçkinlerin bu gidişata karşı bir dur deme çabasının sonucunda ortaya çıktı. Muhafazakâr ideolojinin kurucu figürü Edmund Burke, Fransız Devrimi üzerine yazarken yeni doğmakta olan çağı Şövalyelerin yerini iktisatçıların ve muhasebecilerin aldığı ve Avrupa’nın ihtişamının geri dönmek üzere sönüp gittiği bir çağ olarak değerlendiriyordu (Burke 2009).

Kitle iletişim araçları, kitle toplumu ve kitle kültürü eleştirmenlerinin ilk hedeflerinden biriydi. Onlara göre medyanın, dış dünyayı algılayışımız üzerinde son derece olumsuz etkileri vardı ve medyanın bu olumsuz etkileri kontrol altına alınmalıydı (Baran ve Davis 2012:46). Bu eleştirmenler medyanın toplumsal ilişkiler, değerler ve dengeler üzerinde yıkıcı bir etkisi olduğunu iddia ettiler. 19. yüzyılın ortalarına doğru, şehirlerde toplanmış olan geniş kitlelerin ucuz medya içeriklerine yönelik talepleri yepyeni ürünlerin ortaya çıkmasına yol açtı: Boyalı basın, ucuz dergiler ve ucuz romanlar. Gelişen teknoloji hammadde, basım ve dağıtım maliyetlerini aşağılara çekiyor, ucuzlayan içerikler daha önce tarihte eşi benzeri görülmemiş büyüklükte kitlelerle bulaşabiliyordu. Baran ve Davis, okuryazar kitlenin ve popüler kültür ürünlerinin ortaya çıkışını şu şekilde özetlerler:

Yayıncılar arasında yoğunlaşan rekabet, düşük tirajlı ve daha özelleşmiş yazılı basını bir kenara süpürdü. Düşen fiyatlarla daha erişilebilir hale gelen gazeteler, daha önceden medyaya erişimi olmayan kitlelere hizmet vermeye başladı. Pek çok gazete, kenar mahallelerdeki okuyuculara ulaşmayı başarak bu süreçten kazançlı çıktı. Amerikan rüyasından kendi paylarına düşeni almak isteyen, zar zor okuyabilen ilk kuşak göçmenler bu basının okur kitlesini oluşturdu. Fakat bu okurlar günün önemli meseleleri ile ilgili uzun hikâyelerle ilgilenmiyordu. Gazeteleri, karikatürleri okumak, spor sayfasını takip etmek ve önemsiz meselelerle ilgili kurmaca haberlere dalmak için satın alıyorlardı. (Baran ve Davis 2012:48)

Kitle kültürü kuramcılarına göre, kitle iletişim araçları modern toplumdaki tüm hastalıkların temel sorumlularından biriydi ve tüm kötülüklerin

sembolik ifadesiydi. Kitle toplumu ve kitle kültürü düşüncesinin temellerinde haset, hoşnutsuzluk ve ölçsüz bir korku yatmaktaydı. Yine Baran ve Davis, kitle toplumu kuramının bireyler, medyanın rolü ve toplumsal değişimin doğası hakkındaki temel varsayımlarını şöyle sıralarlar:

1. Medya, temel kural ve değerleri bozabilecek ve böylelikle de toplumsal düzenin altını oyabilecek kudretli bir güçtür. Bu tehditle başa çıkabilmek için medya, seçkinlerin kontrolünde olmalıdır.
2. Medya ortalama insanın zihnini doğrudan etkileyebilir ve toplumsal dünya ile ilgili düşüncelerini değiştirebilir.
3. İnsanların düşünceleri bir kez medya tarafından şekillendirildikten sonra, her türlü uzun erimli kötü sonuç ortaya çıkacaktır – bu sorunlar sadece bireylerin yaşamlarını mahvetmeyecek, aynı zamanda büyük çaplı toplumsal sorunların ortaya çıkmasına da yol açacaktır.
4. Ortalama insan medyaya karşı savunmasızdır, çünkü kitle toplumunda, onu medya manipölasyonundan koruyacak olan geleneksel toplumsal kurumlardan koparılmış ve yalıtılmış bir şekilde yaşamaktadır.
5. Medyanın yol açtığı toplumsal kaos büyük ihtimalle totaliter bir toplumsal düzenin inşası ile sonuçlanacaktır.
6. Kitle medyası kaçınılmaz bir biçimde yüksek kültürel formları bozar, uygarlıkta genel bir gerilemeye yol açar. (Baran ve Davis 2012:56-57)

Erken dönem kitle toplumu eleştirileri

Alexis de Tocqueville'in (1805-1859) modern topluma yönelttiği aristokratik tepkide; Friedrich Nietzsche'nin (1844-1900) eşitlik düşüncesine karşı takındığı düşmanca tutumda; Ferdinand Tönnies'in (1855-1936) cemaatin çözölüp yerini modern topluma bırakması üzerine eleştirel değerlendirmesinde; Gustave Le Bon'un (1841-1931) halkın politik hayata katılmasının yıkıcı etkilerine değinmesinde; Ortega Y Gasset'in (1883-1955) kitlelerin ayaklanmasından duyduğu rahatsızlıkta ve T.S. Elliot'un (1888-1965) bir toplum içerisindeki farklı kültürel düzeylerin durmaksızın tabakalaşmasına ve seçkin kültürün üstünlüğüne yaptığı vurguda moderniteden, kitlelerden ve kitle kültüründen duyulan rahatsızlığın izlerini kolayca görmek mümkündür.

Lang ve Lang (2009:1000) modern iletişim teknolojilerinin en çarpıcı özelliğinin toplumsal ilişkileri klan, kabile ve yerel cemaatin ötesine taşıyabilme özelliği olduğunu belirtir ve ekler: “Şehir merkezlerinde ve çeperlerinde konuşlanmış, farklı arka planlara, eğilim ve yeteneklere sahip bireyler,

dolaylı yoldan da olsa, birbirlerine daha fazla bağımlı hale gelmişlerdir ve siyasal yaşama daha aktif katılmaya başlamışlardır.” Yeni ortaya çıkan toplumun sosyolojik ilk eleştirmenlerinden biri Alexis de Tocqueville olmuştur. 1835-1840 yılları arasında kaleme aldığı *Amerika’da Demokrasi* adlı tarihî çalışmasında modern toplumun “artık kalıtsal ilkeler ve geleneksel bağımlılık ilişkileri tarafından değil, yaşamın her alanını kaplayan ve bireyselleşme, materyalizm ve toplumsal istikrarsızlığı besleyen bir eşitlikçilik tarafından idare edildiğini” belirtir (akt. Swingewood 1996:18). Örneğin, yukarıda da bahsettiğimiz popüler edebiyatın ortaya çıkışı, De Tocqueville’in kitle kültürüne yönelttiği aristokratik eleştiriden nasibini alır. Yazarın bir meta satıcısı haline gelmesi; hoş gitmekten ziyade hayrete düşürmeye çalışan, beğeni duygusundan ziyade ihtirasları tahrik etmeye uğraşan edebiyat eserlerinin ortaya çıkması kabul edilemezdir. “Demokratik edebiyat,” der de Tocqueville, “her zaman edebiyatı salt bir meslek olarak gören bir yazarlar gürhunun istilası altındadır”; demokratik ideoloji ise toplumsal ve kültürel tek-düzelik anlamına gelmektedir ona göre (akt. Swingewood 1996:19). Friedrich Nietzsche ise *Putların Alacakaranlığı*’nda bir sorun haline gelen işçi sınıfı ile artık başa çıkmanın zorluğundan ve modern toplumun içine düştüğü aptallıktan dem vurur. Daha fazla talepte bulunamayacak kadar zengin, örgütlenme özgürlüğünü ve oy hakkını elinde bulunduran bu kitleler sayısal avantajlarını da sonuna kadar kullanmaktadırlar: “Eğer kendinize köle istiyorsanız, bu insanları efendi olarak yetiştirmek aptallık olacaktır.” (Nietzsche 2005:216)

Nietzsche modern kültürü bir dekadans (çöküş ve gerileme) hali olarak tanımlar ve bu kültürün korkunç bir hastalığa yakalandığını iddia eder:

Dinin suları çekiliyor ve arkasında bataklıklarla pis su birikintileri bırakıyor; uluslar alabildiğine düşmanca birbirlerinden uzaklaşıyor ve birbirlerini parampaça etmeye can atıyor gene. Hiçbir kısıtlama olmaksızın ve en basiretsiz *laissez-faire* (bırakınız yapsınlar) ruhuyla yürütülen bilimler, sımsıkı sarılman bütün inançları yerle bir edip ortadan kaldırıyor; son derece aşağılık bir para ekonomisi eğitilmiş sınıf ve zümreleri silip süpürüyor. Dünya hiç bu kadar dünyevi, hiç bu kadar sevgisiz ve iyilikten yoksun olmamıştı... Çağdaş sanat ve bilim de dahil her şey yaklaşan barbarlığa hizmet ediyor. Kültürlü insan yozlaşıp kültürün en büyük düşmanı haline gelmiş, zira evrensel hastalığın varlığını yalanlamak ve böylece doktorları engellemek istiyor. (akt. Frisby 2012:47)

Modern dünya ile geleneksel dünya arasındaki farkları sistematik olarak ele alan ilk kuramcılardan biri ise Ferdinand Tönnies’tir. Tönnies, mo-

dern ve geleneksel toplumlar arasındaki karşıtlığı, çok bilinen *Gemeinsschaft* (cemaat) ve *Gesellschaft* (toplum) ayrımı ile ortaya koyar. Bunlardan birincisinde (*Gemeinschaft*) insanlar birbirlerine aile, kan, akrabalık, komşuluk, arkadaşlık, gelenek ya da katı toplumsal roller gibi unsurlarla bağlıdır ve temel toplumsal kurumlar son derece güçlüdür. Güçlü bir kişilerarası ilişki ağının ve yüz yüze ilişkilerin belirleyici olduğu bu toplumsal düzenekte, kişilerin karşılıklı bağımlılıkları ve enformel toplumsal kontrol son derece kuvvetlidir. Örneğin bir köyün ya da daha küçük bir topluluğun üyeleri *Gemeinschaft*'a örnektir (DeFleur ve Ball-Rokeach 1975:143). *Gesellschaft* ise kişilerarası ilişkilerin daha anonim, kişisel olmayan ve yalıtılmış bir şekilde ilerlediği bir toplumsal düzeni anlatır.

Gesellschaft kuramı başlangıç noktası olarak, tıpkı *Gemeinschaft*'ta olduğu gibi yan yana huzur içerisinde yaşayan ama gerçekte tam olarak birlik halinde olmayan insan gruplarını alır. Birlik olmanın aksine, bu insanlar aslen birbirlerinden kopuktur. *Gemeinschaft*'ta onları birbirinden ayıran her şeye rağmen birlikte dururlar; *Gesellschaft*'ta ise onları birleştiren her şeye rağmen birbirlerinden ayrı dururlar. (Tönnies 2001:52)

Modern sanayi toplumlarına karşılık gelen bu yeni toplumsal düzende, insanlar arasındaki ilişkiler daha rasyonel, araçsal, gönüllüğe ve rızaya dayalıdır. Bu yeni dünyada insanlar köksüzdür ve birlerine gelenek yoluyla değil, ihtiyaçlar sebebiyle bağlıdırlar (Williams 2003:25). Bu dünyada herkes tek başmadır ve sürekli olarak birbirleri ile gerilimli bir ilişkiyi yaşar. İnsanlar birbirleri ile etkileşime girmekten kaçınır ve diğer insanları, sanki düşmanmış gibi, kendi alanlarının dışına iter. Kimse kimse için bir şey yapmak istemez, karşılık olmadan bir iyilikte bulunmaz. Modern toplumun normali budur. (Tönnies 2001:52)

Tönnies halk cemaatlerinin güçlü ve sınırlandırıcı yönlerini sıralarken güçlü yönleri daha öne çıkarma eğilimindedir. Tönnies, insanların çoğunun geleneksel halk cemaatlerinin sağladığı düzen ve anlam arayışında olduklarını, modern dünyayı da sıklıkla kaotik ve anlamsız bulduklarını söyler. Modern dünyada insanların iletişimini ve ortak anlam üretimini mümkün kılan şey ise kitle iletişim araçlarıdır ki, bunların cemaat yapıları ve yüz yüze ilişkiler üzerinde tahripkâr bir etkisi vardır. (Baran ve Davis 2012:64)

Modern dünyanın cemaat yapıları üzerindeki yıkıcı etkilerinin en sert eleştirmenlerinden bir diğeri de Gustave Le Bon'dur. Kitle ve kitle kültürü kuramcılar arasında Le Bon'u ayrıcalıklı bir konuma yerleştiren şey, kitleyi, bir araya gelmiş bireylerin oluşturduğu, kendine has özellikleri olan, psikolojik bir birlik olarak tanımlamasıdır.

Kitleler, ellerinde bulundurdıkları gücün tümüyle yıkıcı doğasının bir sonucu olarak, zayıf düşmüş bedenlerin ya da cesetlerin çürümelerini hızlandıran mikroplar gibi davranırlar. Bir uygarlığın yapısında çürüme varsa, onun düşüşüne sebep olanlar kitlelerdir. Kitlelerin asli görevi tam da bu uğraklarda belirir ve bir süreliğine niceliğin felsefesi yegane tarih felsefesi haline gelir. (Le Bon 2002:XIII)

Kitle kelimesinin basit, sıradan anlamına bakıldığında uluslarına, mesleklerine ya da cinsiyetlerine bakılmaksızın yan yana gelmiş bireylerdir. Fakat psikolojik bakış açısından terimin bambaşka bir anlamı vardır: “Bazı belirli durumlarda ve hatta sadece bu koşullar altında, insanların toplamı, bu toplamı oluşturan bireylerin toplamından çok daha farklı bir karaktere sahiptir.” (Le Bon 2002:1) Bir başka deyişle, kitle, yan yana gelmiş insan kalabalıklarından farklı bir şeydir ve bu farkı yaratan insanların büyük kitleler halinde yan yana gelmeleri ile önlenemez bir şekilde ortaya çıkan psikolojik durumdur. Kitleye katılmış olan birey, kişisel özelliklerine (mesleğine, karakterine ya da zekâsına) bakılmaksızın ortak aklın bir parçası haline gelir ve kitle içerisindeyken yalnızken asla davranmayacağı şekilde davranır. Bazı fikirler ve duygular vardır ki, ancak ve ancak bireylerin kalabalık oluşturmaları ile ortaya çıkar ya da davranışa dönüşür. Nasıl ki, kimyada birbirlerinden farklı öğelerin birlikteliğinden ortaya yepyeni öğeler ya da birbirinden farklı hücrelerin birlikteliğinden canlı organizmalar ortaya çıkıyorsa, kitle de kendini oluşturan tekil bireylerin özelliklerinden farklı özelliklere sahip bir birliktelik olarak karşımızda durmaktadır. (Le Bon 2002:4)

Le Bon’un kitle kuramının özgün ve etkileyici yanı kitlenin bireylerin toplamından daha fazla bir şey olduğu saptamasında değil, bu fazla olma halini açıklama şeklinde yatmaktadır. Le Bon’un ilk sorusu şudur: Kitleler ve kalabalıkların bu hususi özelliklere sahip olmasına sebep olan unsurlar nelerdir? Bir başka deyişle, neden kitleler ve kalabalıklar, onları oluşturan bireylerinkinden farklı ve onları aşan bir ruh haline ve ortak bilince sahiptir? Le Bon’a göre (2002:6-7), bu soruların birbirleri ile ilintili üç ayrı cevabı vardır:

1. Bireyler kendilerini kalabalık içerisindeyken, sayısal üstünlüğün verdiği cesaretle yenilmez ve güçlü hissederler. Bu yüzden, kendilerini, yalnızken dizginledikleri dürtülerinin akışına bırakırlar. Kalabalık anonim (isimsiz) ve bu yüzden de sorumsuzdur. Yani, kalabalığın bir isminin ve adresinin olmaması, kalabalığı oluşturan bireylerin, gerçekleştirdikleri eylemlerin sorumluluğundan azade kılar. Birey kalabalığa “karışır”, sorumsuzca ve hadsiz davranır.

2. İkinci nokta bulaşıcılıktır. Açıklaması son derece güç ve hipnotik bir boyutu vardır. “Kalabalık içinde tüm duygular ve eylemler bulaşıcıdır ve bu öyle bir boyuttadır ki bireyler kendi çıkarlarını kolayca kalabalığın ortak çıkarına feda edebilirler.”
3. Üçüncü ve en önemli nokta, kalabalık içerisinde bireyin yalnızken olduğundan daha farklı bir karaktere bürünmesi ve telkine açık hale gelmesidir.

Le Bon, bu üç etmenin birlikteliği ile ortaya çıkan durumu şu sözlerle özetler:

Artık bilinçli kişiliğin ortadan kalkışına ve bilinçsiz kişiliğin baskın hale gelişine tanıklık ederiz. Telkin ve bulaşma yoluyla duygu ve düşüncelerin aynı istikamete yönelişine. Ortaya atılan fikirlerin derhal eyleme dökülüşüne. Bunlar, bir kalabalığın parçası olan bireyin asli özelliklerini oluşturur. O artık kendisi değildir. Kendi iradesini bir kenara bırakmış bir otomattan ibarettir. (Le Bon 2002:8)

Tek başınayken uygar ve kültürlü bir bireyin özelliklerine sahip bir kişi, kalabalık içerisinde barbar, vahşi, şiddete meyilli ve gaddar bir varlığa dönüşür. Kitle psikolojisi insanların en ilkel dürtülerinin ortaya çıkmasına yol açar. Le Bon, buradan hareketle kalabalıkların bazı temel psikolojik özelliklerini sıralar. Ona göre kalabalıklar,

- *Fevri, hareketli ve asabidirler*: Kalabalıklar neredeyse tümüyle bilinçdışı güdülerle hareket ederler. Beyin tarafından değil, omurilik tarafından yönetilirler ve bu yüzden de ilkel varlıklara daha yakındırlar.
- *Telkine açıktırlar ve kolayca kanarlar*: Kalabalıklar kolaylıkla belirli yönde düşünmeye ve hareket etmeye yönlendirilebilirler.
- *Abartılı ve açık duygulara sahiptirler*: Kalabalıkların duyguları ister iyi ister kötü olsunlar, genellikle basit ve abartılıdır. Bu noktada Le Bon cinsiyetçi bir yorum yapmaktan çekinmez: “Kalabalıklar, tıpkı kadınlar gibi, iki uçta gider gelirler.” (Le Bon 2002:22)
- *Hoşgörüsüz, despot ve muhafazakârdırlar*: Kalabalıklar sadece basit ve aşırı duyguları idrak edebilirler. Onlar için sadece siyah ve beyazlar vardır. Ya kesin doğrular ya da kesin yanlışlar; iyiler ve kötüler; tümüyle kabul edilecekler ya da tümüyle reddedilecekler. “Bir birey çelişki ve tartışmayı kabul edebilir ama kalabalıkların bunlara tahammülü yoktur.” (Le Bon 2002:24)
- *Farklı bir ahlâk anlayışı vardır*: Her türlü suçun sorumlusu olabilecek olan kalabalıklar aynı zamanda adanma, fedakârlık ve karşılık bekle-

memme gibi davranışlara da imza atabilir. Kalabalığın bir parçası olan birey kahramanlık, onur ve vatanseverlik gibi duygu ve değerlere kendini daha kolay kaptırır.

Özetle, onu oluşturan bireylerin basit toplamından daha fazla bir anlam ifade eden kalabalıklar kendine has niteliklere ve bir takım psikolojik özelliklere sahiptir. Le Bon için bu psikolojik özelliklerin tümünün ortak noktası kitlelerin, bireylerin aksine, akılcı olmayan, içgüdüsel varlıklar olmalarıdır. Tam da bu yüzden kalabalıkların ve yıkıcı etkilerinin üzerinde hassasiyetle durulması gerekmektedir. İlerleyen bölümlerde göreceğimiz üzere, kitle ve kitle iletişim araçları ile ilgili kaygının kökenlerinden birini Le Bon'un düşüncelerinde ve yaklaşımında bulmak mümkündür. Özellikle güçlü etkiler paradigmasının kitle tasavvuru ile (pasif, etkiye ve yönlendirmeye açık, kolayca galeyana gelebilen ve harekete geçirilebilen vb.) Le Bon'un kitle psikolojisi çözümlmeleri arasında büyük benzerlikler olduğu görülecektir.

Kitlelerin tarih sahnesinde önemli aktörler olarak ortaya çıkmasından duyulan derin rahatsızlığı konu edinen bir diğer önemli düşünür ise Jose Ortega y Gasset'dir. Ortega y Gasset topluma tümüyle kitlelerin hâkim oluşunun 19. yüzyıl sonu ve 20. yüzyıl Avrupası'nı belirleyen temel olgu olduğunu vurgular. Bu olgu aynı zamanda Avrupa'da halkların, ulusların, kültürlerin başına gelebilecek en ağır bunalıma kaynaklık etmektedir. Ortega y Gasset bahsi geçen dönüşümü kitlelerin ayaklanması olarak tanımlar. Kitlelerin siyasal, toplumsal ve ekonomik hayatta artan önemine karşın Ortega y Gasset kitlelerin, tanımları gereği, kendi yaşantılarını yönetmemeleri gerektiğini ve hatta bunu yapamayacaklarını vurgular. "Hele topluma hükmetmeleri olacak iş değildir." (Ortega y Gasset 2010:39)

Jose Ortega Y Gasset (1883-1955)

20. yüzyılın önemli felsefi figürlerinden olan Jose Ortega Y Gasset 9 Mayıs 1883'te Madrid'de doğdu ve 18 Ekim 1955'te öldü. Yaşamı boyunca önemli eserlere imza atan Ortega Y Gasset, 20. yüzyılın pek çok filozof ve sanatçısını derinden etkiledi. Ortega Y Gasset'in Türkçeye çevrilen yapıtlarından birkaçı şunlardır: *Sevgi Üstüne* (YKY, 2001), *İnsan ve Herkes* (Metis, 2007), *Kitlelerin Ayaklanması* (İş Bankası, 2010), *Sistem Olarak Tarih* (İş Bankası, 2011), *Sanatın İnsansızlaştırılması ve Roman Üstüne Düşünceler* (YKY, 2012)

Ortega y Gasset'nin kınayarak anlattığı bu yeni dünyayı tanımlayan şeylerden birisi tıklım tıklım "doluluk"tur:

Kentler insanlarla dolu. Evler kiracılarla dolu. Oteller konuklarla dolu. Trenler yolcularla dolu. Kafeler müşterilerle dolu. Geziler gezmenlerle dolu. Ünlü doktorların muayenehaneleri hastalarla dolu. Gösteriler, pek zamansız olmadıkça, seyircilerle dolu. Plajlar denize girenlerle dolu. Eskiden sorun olmayan bir şey, artık neredeyse her zaman sorun olmaya başlıyor: O da yer bulmak. (Ortega y Gasset 2010:40)

Ortega y Gasset, toplumun azınlıklar ve kitleler olmak üzere iki etmenin dinamik bir birliği olduğunu söyler. Azınlıklar “özellikle nitelenmiş bireyler ya da birey grupları” iken, kitle “özel nitelik kazanmamış kişilerin toplamıdır.” Kitle vasat adamıdır (Ortega y Gasset 2010:42). Seçkin insan ise üstünlük iddiasındaki bir çokbilmiş olmayıp “dilediği ileri hedeflere ulaşamasa da, başkalarından beklediğinden fazlasını kendi kendisinden bekleyen kişidir” (Ortega y Gasset 2010:43). Buna karşılık, kitle ve kitle içerisindeki vasat adam kendi dışında hiçbir iradeye bağımlı olmaya alışkın değildir. Kendini aşma yönünde hiçbir çabası yoktur. Kendinde, doğallığında bulduğu her şeyi (görüşler, hevesler, tercihler ya da zevkler) verili ve ideal olarak kabul eder ve geçerli sayar: “Kitle, hiçbir özel neden bulunmaksızın, doludizgin yaşama özgürlüğünü doğumdan gelen, istikrarlı bir konum olarak hazır buluyor. Dıştan hiçbir şey onu kendine birtakım sınırlar tanımaya, dolaşısıyla başkalarının, özellikle de kendinden üstün kişilerin iradesiyle hesaplaşmaya özendirmiyor.” (Ortega y Gasset 2010:92)

Kitlelerin siyaset sahnesinde geçmişte hiç olmadığı kadar önem kazanması demokrasinin önemli unsurlarından biridir. Ortega y Gasset ise kitlelerin siyasete dahlini had aşımının başka bir boyutu olarak görür. Artık “vasat adam” kendini siyasal meseleler hakkında söz söyleyebilecek, hatta siyasetçilere akıl verebilecek konumda görmektedir. Kendi sınırlarının farkında olan sıradan insanın ortadan kalkışıdır yaşanan. Vasat insan dünyada olup biten ve olup bitmesi gereken her şey hakkında kesin fikirlere sahiptir:

Bu yüzden dinleme yetisini kullanmayı unutmuş bulunuyor. Niye dinlesin ki, kendine gereken her şeyi kendi içinde barındırıyor ya. Dinlemenin mevsimi çoktan geçti, tam tersine, zaman yargılama, ahkâm kesme, karar verme zamanı. Kamusal yaşamın hiçbir sorunu yok ki burnunu sokmasın, o kör ve sağır haliyle “görüş”lerini dayatmasın. (Ortega y Gasset 2010:101-102)

Görüldüğü üzere Ortega y Gasset, kitlelerin siyasal tahakkümüne karşı manifestosunda Nietzsche’nin eleştirisini geliştirmektedir. Demokrasi ile kültürel ve ahlaki vasatlığı ve hadsizliği eşitleyen Ortega y Gasset modern, liberal demokrasi öncesi organik bir kültür mitini canlı tutmaya gayret eder.

KİTLELERİN AYAKLANMASI

Eğer ortam koşulları onu şiddetle zorlamasaydı, kitle insanı asla kendinden başka bir şeye yönelmezdi. Şimdi de ortam koşulları onu zorlamadığından, ebedi kitle insanı, karakterine uygun olarak kendi dışında bir şeye yönelmekten vazgeçiyor ve kendini yaşamının hâkimi olarak hissediyor. Buna karşılık seçkin ya da üstün nitelikli insanın yapısında kendini daha yüce, üstün bir kurala uydurmak vardır, varlığını özgürce onun hizmetine sunar. Hatırlarsınız, sözümüze başlarken üstün nitelikli insanı halk adamından şöyle ayırmıştık: O kendinden çok şey bekleyen kişidir, beriki ise kendinden hiçbir şey beklemeyen, olduğu gibi olmakla yetinen, kendinden pek memnun olan kişidir.* Sanılanın aksine, esasında kölelik durumunda yaşayan kişi kitle insanı değil, seçkin kişidir. Yaşamını eğer aşkın bir şeylerin hizmetine adamamışsa bir anlam veremez ona. Bu yüzden, hizmet etme gereksinimini bir baskı olarak algılamaz. Herhangi bir nedenle o gereksinimden yoksun kalırsa tedirgin olur ve kendisine baskı yapacak daha çetin, daha çok çaba isteyen kurallar icat eder. Disiplin olarak yaşamdır bu – soylu yaşam. Soyluluk çaba gereksinimiyle, zorunluluklarla tanımlanır, haklarla değil. Noblesse oblige (soyluluk zorlayıcıdır). "Keyfince yaşamak halk adamına göredir: Soylu kişi düzen ve yasa arayışını emeller" (Goethe). Soylu sınıfın ayrıcalıkları aslında bağış ya da lütuf değildir, tam tersine, fetihtir.

Jose Ortega Y Gasset, *Kitlelerin Ayaklanması*,
çev. Neyyire Gül Işık, İş Bankası, İstanbul, s. 93.

(*) Herhangi bir sorunla yüz yüze geldiğinde, öylece, kafasında ne varsa onu düşünmekle yetinen kişi zihinsel olarak kitle insanıdır. Buna karşılık, hiçbir çaba harcamaksızın kafasında hazır bulduğu şeyi beğenmeyip, yalnızca kendinden ileride olan ve erişmek için yeniden zorlanmayı gerektiren şeyi kendine layık sayan kişi üstün niteliklidir.

Modern kapitalizmi, Nietzsche'ye benzer şekilde ortak geleneksel kültürün ahlâki bağlarını zayıflatan düzensiz endüstrileşme ve dizginlenmemiş bencillik ve bireysellik nitelikleri ile tanımlayan bir başka isim olan T.S. Eliot, modern dünyanın karşısına organik bir kültür ve toplum tahayyülünü koyar (Swingewood 1996:24). Tüm insan toplumlarının farklı tabakalarının birbiri üstüne binmesi ile oluştuğunu vurgulayan Eliot, en üstteki tabakanın, yani ayrıcalıklı bir seçkin azınlığın organik kültürün tesisinde ve aktarımında kilit bir rol oynayacağını savunur. Kitle kültürünün ve kitle iletişim araçlarının barbarlaştırıcı etkilerinden sıyrılmanın formülü siyasal sainsal, bilimsel, felsefi seçkinlerin birleşmiş bir tabaka oluşturmalarıdır. Sana kapitalizmi dünyevi ve din dışı olduğu için herhangi bir ahlâki kıstas tanımaz ve tam da bu yüzden din, organik kültürün inşasında kilit bir konu-

ma sahiptir: “İlk vurgulamamız gereken nokta hiçbir kültürün din olmadan ortaya çıkmadığı ya da gelişmediğidir: Araştırmacının bakış açısına göre değişmek üzere, ya kültür dinin bir ürünü olarak görünecektir ya da din kültürün (Eliot 1960:87). Özetle Eliot, modern sanayi toplumunun karşısına, ayrıcalıklı seçkinler sınıfının liderliğinde örgütlenen, din-kültür birlikteliğini tesis etmiş organik bir cemaat tahayyülü koymaktadır.

Her ne kadar 19. yüzyılın sonu ve 20. yüzyılın başındaki fikirlerden bahsetsek de kitle kültürü ve kitle toplumu eleştirisinin hâlâ hayatta olduğunu gözlemlemek mümkündür. Pek çok kültür eleştirisinde ya da siyasete dair tartışmada aptal, cahil, sıradan, basit kitlelerin siyasal, kültürel ve gündelik tercihlerinin yanlışlığına vurgu yapan yaklaşımlar görmek mümkün. Örneğin Türkiye’de 1980’ler boyunca süren arabesk tartışmasını düşünün. Arabeski cahil ve yabancılaşmış halk kitlelerinin müziği olarak gören anlayış uzun yıllar boyunca düşünce dünyasında egemen bir pozisyondaydı. Fakat kültürel çalışmalar literatüründen beslenen Martin Stokes (1998) ve Meral Özbek (1991) gibi isimler, arabeskin farklı okumalarını bize sundular. Kültürel çalışmalar okulu ile ilgili bölümde ne demek istediğimiz daha net bir şekilde ortaya çıkacak.

Modern dünya ve kitle iletişimi

Okuma Parçası

MODERNİTE

Modern olmak, artık düne ait olmayan ve başka yöntemlerle ele alınması gereken bir dünyada yaşamak demektir. (...) Moderniteye geçişi belirleyen dört devrim, bilimsel, siyasal, kültürel ve teknik ve endüstriyel devrimlerdir.

Bilimsel devrim: Bilimsel devrimi Newton başlattı ve evrensel yerçekimi kanununu keşfederek iki dünya görüşü arasındaki kopuşu belirledi. Doğrudan tanrılar ve melekleri tarafından yönetilen bir doğadan, kendini düzenleyen bir doğaya, tanrısal istemleri yansıtan ve Tanrı’nın ihtişamını anlatan bir doğadan, doğanın yasalarının belirlenimciliğinden başka bir şeyi dile getirmeyen bir gök mekaniğine geçilir.

Siyasal devrim: Kabaca söylenirse, siyasal devrimde koğu modern demokrasi-nin önce İngiltere ve Amerika’da, ardından da Fransa’da belirliğiyle damgalanır. Bura-daki yenilik, demokrasinin öbür yönetimler arasında yalnızca bir yönetim biçimi ol-mayı bırakıp (Platon ve Aristo’dan beri böyleydi), Devlet’in tek rasyonel biçimi hali-ne geliştir.

Kültürel devrim: Kültürel devrim, yeni fiziksel dünya görüşünün içine çok güçlü bir şekilde kök salan bir düşünce hareketidir. Almanya'da Aufklärung, Anglosakson dünyada Enlightenment, Fransa'daysa Lumieres olarak adlandırılıyordu (AYDINLANMA). Düşüncenin laikleşmesi, her alanda ölçütlerin rasyonelleşmesiydi söz konusu olan.

Endüstriyel devrim: Endüstrileşme, içinde insanın doğduğu bu doğanın fethi içinde devrimci bir adımı işaretler. Bu devrim, emeğin soyutlanmasıyla karakterize edilir. Bu, insanla doğa arasında aracı konumda bulunan teknik yapının gittikçe daha büyük özerklik kazanması anlamına gelir.

Abel Jeanniere, "Modernite Nedir?", çev. Nilgün Tütal, *Modernite versus Postmodernite*, (der.) M. Küçük, Vadi Yayınları, Ankara, 2000, s. 95-103.

Buraya kadarki tartışmalar, modernite ya da modernlik olarak adlandırığımız olguyu daha net bir şekilde ortaya koyma gerekliliğinin altını çizdi. Nedir modern dediğimiz?

Okuma parçasında da vurgulandığı üzere özellikle 18. ve 19. yüzyıllarda Batı dünyası baş döndürücü toplumsal, demografik, ekonomik, siyasal ve kültürel dönüşümler yaşıyordu. Tarımsal nüfusun ve tarımsal yaşam faaliyetinin yoğunlukta olduğu, toplumsal hareketliliğin az, ekonomik faaliyetin ve para ekonomisinin sınırlı olduğu bir toplumsal doku yaşanan gelişmelerle birlikte paramparça olmaktaydı. Bu dönüşümün gerçekleşmesinde iletişim araçlarının önemli bir rolü vardı. Önümüzdeki bölümlerde iletişime teknolojik yaklaşımlar başlığı altında ele alacağımız önemli iletişim kuramcıları modern dünyanın inşası ile (kitle) iletişim araçları arasındaki ilişkiyi etkileyici bir şekilde ele aldılar. İletişimin ve iletişim araçlarının önemini merak eden herkesin mutlaka okuması gereken *Medya ve Modernite* adlı etkileyici çalışmasında John. B. Thompson bu olguyu şu şekilde açıklamaktadır:

(...) iletişim medyasının kullanımının, toplumsal alanda yeni eylem ve etkileşim biçimlerinin kurulmasını, yeni toplumsal ilişkiler ilişki biçimlerini ve başkaları ve kendiyi yeni ilişki kurma şekillerini içerdiğini anlamamız gerek. Bireyler iletişim medyasını kullandıklarında günlük yaşamlarındaki çoğu karşılaşmaları karakterize eden yüz yüze etkileşim tipinden belirgin derecede farklı olan yeni etkileşim biçimlerine girmektedirler. Fiziksel olarak var olmayan ötekiler için eylemler icra edebilmekte veya uzak yerleşim yerlerinde konumlanmış olan ötekilere uygun eylemler üretebilmektedirler. Esasın-da iletişim medyasının kullanımı, toplumsal yaşamın zamansal ve mekânsal

örgütlenmesini dönüştürmekte, artık ortak bir mekânı paylaşmanın zorunlu olmadığı yeni uygulayıcı iktidar tarzları, yeni eylem ve etkileşim biçimleri yaratmaktadır. (Thompson 2008:16)

Bahsettiğimiz teknolojik yaklaşımlarla ilgili bölümlerde bu meseleyi etraflıca ele alacağız. Şimdilik farkına varmamız gereken şey iletişimin sadece mesaj iletimi ya da mesaj alışverişi ile sınırlı bir faaliyet olmadığıdır. İletişim ve iletişim araçları sembolik ürünlerin, anlam dünyalarının, karşılıklı etkileşimin paylaşımını mümkün kılar; insanların kendilerini, çevrelerini ve diğerlerini nasıl algıladıklarını belirleyen önemli unsurlardan biridir. İleride de göreceğimiz üzere, zamanın ve mekânın örgütlenmesinde ve dönüşümünde hayati bir rol oynar.

İletişimin tarihi insanlık tarihi kadar eskiye gider ve iletişim en temel insanî faaliyetlerden biridir. Bununla birlikte, kitle iletişimini kendinden önceki iletişim biçimlerinden ayıran önemli özellikler mevcuttur. Thompson kitle iletişimini şu şekilde tanımlar: “*Enformasyon veya sembolik içeriğin sabitlenmesi ve iletimi yoluyla sembolik malların kurumsallaşmış üretimi ve genelleşmiş dağıtımı*” (Thompson 2008:49). Thomson’a göre kitle iletişiminin önde gelen özellikleri şu şekilde özetlenebilir:

1. Kitle iletişiminin birinci özelliği, üretim ve dağıtımın belirli teknik ve kurumsal araçları içermesidir... Kitle iletişiminin gelişimi *medya endüstrilerinden* ayrılamaz.
2. Kitle iletişiminin önemli bir ögesi sembolik formların (örneğin, kitap, resim, müzik vb.) metalaşmasıdır. Yani sembolik formların ekonomik değerlendirilmesidir.
3. Kitle iletişimi, sembolik biçimlerin üretimi ve alımlanması arasında yapılaşmış bir kopuş yaratmaktadır. Yani mesajın üretildiği ve tüketildiği bağlamlar arasında bir kopuş vardır.
4. Kitle iletişiminin bir diğer özelliği, sembolik biçimlerin zaman ve mekânda genişlemesidir. İletiler, içinde üretildiği ortamdan zaman ve mekân olarak çok uzaklarda tüketilirler.
5. Kitle iletişimi, sembolik biçimlerin kamusal dolaşımını kapsar. (Thompson 2008:50-56)

Bununla birlikte kitle iletişimini olgusuna kavuşmak için iki önemli önkoşulun varlığından bahsetmek mümkündür: İletilerin geniş kitlelere ulaşmasını sağlayacak baskı teknolojisi ve basılanları tüketebilecek okuryazar bir kamunun oluşması (Kaya 1985:2). İletişim kuramları ve iletişim araştırmaları, işte bu türden bir tarihsel ve toplumsal dönüşüm hikâyesinin bir

parçasıdır. Baş döndürücü bir hızla değişen ve dönüşen dünyada, iletişimin kitleleşme koşulları altında olup biteni anlama, kavrama, elbette yönetme ve kontrol etme çabasının bir ürünüdür.

iletişim araştırmaları ve kitle iletişim kuramlarının temel ilgi alanları

İletişim araştırmalarının kökenleri ve gelişimini ele aldığı makalesinde Lang (2005) Alexis de Tocqueville'in 1835 yılında gazete ve kamuoyu oluşumu üzerine çözümlemelerini; Karl Knies'in (1821-1898) telgrafın enformasyon ekonomisi üzerine etkilerini ele alan 1857 tarihli kitabı gibi çalışmaları iletişim araştırmalarının en erken döneminin örnekleri olarak ele alır. Fakat sistematik verilere dayanan iletişim araştırmaları yönündeki ilk adımlar gazete üretim ve tirajına ilişkin tarihsel istatistiklerin derlenmesi ile atılmıştı. İktisatçı, tarihçi, sosyolog ve istatistikçi Karl Bücher (1847-1930), Almanya'da her türlü gazete istatistiğinin sistematik bir şekilde derlenişinin rutin hale gelmesine yardımcı oldu. Delos F. Wilcox'un (1873-1928) 1900 yılında ABD'de 240 gazetenin tüm nüshalarının sayfa yer tahsisini sınırlandırdığı içerik çözümlemesi diğer bir öncü çalışmaydı (Lang 2005:30-32).

“Doğrusunu söylemek gerekirse kitle iletişim araştırmalarının tarihi yoktur,” diyen Carey (1997:14), “17. yüzyıldan günümüze matbaa, broşür reklamlar, ucuz romanlar, sansür, İngiliz Ceza Mahkemesi, kent kamusu, düşünce ve basın özgürlüğü ve ilgili pek çok başlık ve konu üzerine yazan âlimler, bilim insanları, avukatlar, din adamları, eli kalem tutan kişiler, gazeteciler, siyasetçiler ve serbest entelektüeller vardır” diye ekleyerek iletişim çalışmaları alanının sınırlarını çizmenin zor olduğunu belirtir. Bununla birlikte, kitle iletişim araştırmalarının ve kuramlarının temel ilgi alanları şu şekilde sıralanabilir.

1. Kitle iletişiminin etkilerini açıklamak: Kitle iletişim araçlarının toplum, kültür, siyaset, insan gelişimi, çocuk psikolojisi, ahlâki değerler, davranış biçimleri, alışveriş alışkanlıkları ve diğer toplumsal olgu ve olaylar üzerindeki etkisi nelerdir?
2. İnsanların kitle iletişim araçlarının kullanımlarını açıklamak: Kitle iletişim araçlarını kimler, hangi şekillerde, hangi motivasyonlarla, hangi beklenti ve taleplerle tüketmektedirler?
3. Kitle iletişim araçlarından öğrenme süreçlerini açıklamak: Kitle iletişim araçlarından öğrenme, eğitilme süreçleri nasıl işlemektedir?
4. Kitle iletişim araçlarının insanların değer ve görüşlerini şekillendirme-

deki rolünü açıklamak: Kitle iletişim araçlarının ideolojik işlevleri nelerdir? Kitle iletişim araçları hangi değerleri hâkim değerler olarak sunar ve yayarlar? Kitle iletişim araçları ile toplumsal iktidar ilişkileri arasındaki ilişki nedir?

Önümüzdeki bölümlerde ele alınacak olan kitle iletişim kuramlarının yukarıdaki sorulara cevaplar bulma gayretinde oldukları görülecektir. Elbette bütün iletişim kuramları ve kuramcıları aynı anda tüm bu soruların hepsine cevap verme amacıyla değildir. Yukarıdaki sorulardan ve araştırma amaçlarından hangilerine öncelik verildiği ve hangi sorunun sorulmaya değer görüldüğü iletişim olgusuna hangi paradigma içerisinden bakıldığı ile yakından ilgilidir.

ERKEN DÖNEM AMERİKAN İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI I: CHICAGO OKULU

Bu bölümde, 20. yüzyılın ilk yarısında yoğun bir şekilde faaliyet gösteren ama Türkiye’de iletişim bilimciler tarafından çok da önemsenmeyen bir geleneğin izlerini süreceğiz: Chicago Okulu. İki dünya savaşı arasındaki dönemde, Amerika Birleşik Devletleri’nde sosyoloji disiplini çok önemli yeniliklere ve katkılara tanık oldu. Amerika, “keşfedilmiş” bir kıta olarak, Avrupa’dan farklı olarak her şeyiyle yeni, yeniliklere ve deneylere açık, daha iyi yaşam isteyen milyonların büyük bir hızla gelip yerleştikleri çözölmeyi bekleyen bir muammaydı sosyologlar için. Toplum nedir? İnsanları birbirlerine bağlayan bağlar nelerdir? Bireylerin davranışlarına yön veren nedir? Bir topluluk olarak nasıl bir arada yaşarlar? Topluluk nasıl ortaya çıkar? Benlik ve öteki arasındaki ilişki nedir? Kişiler nasıl iletişim kurarlar? Sosyologların sorduğu bu sorular hiçbir zaman sadece akademik merak meselesi olarak kalmamış, gerçek hayatın, gerçek problemlerine bir çözüm üretme çabasının bir parçası olmuştur.

Chicago Okulu tam da bu tarihsel dönemde, sıralanan bu önemli soruları Chicago gibi 19. yüzyılın sonlarına doğru inanılmaz bir hızla büyüyen, çok farklı toplum kesimlerini (etnik, dinsel gruplar, farklı ırklar, farklı kültürler, farklı gelenekler ve alışkanlıkları) içerisinde barındıran bir şehirde ele aldı. Gerçekten de, 19. yüzyılın başında küçük bir kasaba olan Chicago’nun nüfusu 1930 yılına gelindiğinde 3.375.000 kişiyi bulmuştu (Barlow ve Mills 2009:60). Hızlı nüfus artışı, hızlıca gelişen sanayileşme ve göç Chicago’yu toplumsal araştırmacılar için son derece ilgi çekici bir vaka haline getiriyor-

du. Chicago Üniversitesi Sosyoloji Bölümü, Amerika'nın ilk sosyoloji bölümü olarak 1899 yılında kuruldu.

Bu bölümde şu konuları ele alacağız:

- Chicago Okulu'nun felsefi kökenleri: Pragmatizm
- Chicago Okulu'nun kısa tarihçesi
- Chicago Okulu'nun önde gelen figürleri ve çalışmaları
- Chicago Okulu, iletişim ve sembolik etkileşim

Chicago Okulu'nun felsefi kökenleri: Pragmatizm

Bütün gerçeklikler pratiğimizi etkiler, bu etkinin kendisi de bizce onların anlamı oluyor. Sınıfıma şu şekilde soru sormaya alıstım: Bu alternatif veya diğeri doğru olsaydı dünya hangi açılardan farklı olurdu? Farklı olacak olan bir şey bulamıyorsam, o zaman alternatifi bir anlamı yoktur.

– Ostwald'dan James'e mektup (James 2015:62)

Leitmotif: Müzik alanından sosyal bilimlere geçen bir kavram olan leitmotif bir müzik parçasının tekrarlanan nakarattır. Bir metinde ya da yapıtta sürekli olarak karşımıza çıkan, o metne ve yapıta karakterini veren unsurdur.

Chicago Okulu'nun *leitmotifi* olarak adlandırılabilir pragmatizm, okuldaki temellerini John Dewey öncülüğünde, felsefe bölümünde attı (Morva 2013:38). Chicago Okulu'nun önde gelen sosyologlarının tümü farklı şekillerde pragmatist felsefenin kurucu figürleri ile ilişki içerisinde oldular ve bu

isimlerden derin bir şekilde etkilendiler. Pragmatizmle ilgili vurgulanması gereken ilk nokta bir Amerikan felsefesi olmasıdır ve kuzey Amerika'nın devletleşme ve toplumlaşma süreci ile yakından alakalıdır. Pragmatizm yeni inşa edilmekte olan bir dünyanın, yeni kurulmakta olan bir devletin ve kendine ortak bir zemin arayan yeni toplumun ürünüdür. Geleneğin ve kendinden önce söylenenlerin gölgesinde yeşermeyen bir felsefe olarak, hakikati etkileşimde, deneyimde ve iletişimde arayan bir yaklaşımın ürünü. Az sonra da altını çizeceğimiz üzere, iletişim işte tam da bu yüzden pragmatist felsefe için hayati önemde bir olgu. İletişim ortak doğrunun, iyinin, benliğin,

kimliğin kuruluşunda merkezî öge ve demokratik bir siyasal-toplumsal düzenin de *sine qua non*'u.

sine qua non (Lat.): Olmazsa olmaz şart.

Bir felsefi gelenek olarak pragmatizmi tanımlamak, geleneğin tekil ve derli toplu bir hattının olmaması sebebiyle son derece güçtür. Pragmatizm sözünün kökeni Yunancadaki "pragma" kelimesinden gelir ve İngilizcedeki

practice (pratik, uygulama) ve *practical* (pratik, tatbiki) sözcükleri buradan türemiştir (James 2015:59). 19. yüzyılın ikinci yarısında C.S. Peirce (1839-1914), William James (1842-1910) ve John Dewey (1859-1952) gibi filozofların farklı alanlarda ve farklı vurgulara sahip çalışmaları ile temelleri atılan pragmatizmin en temel iddiası şudur: “Bir ideoloji ya da önerme ancak tatmin edici bir şekilde işliyorsa doğrudur; bir önermenin anlamı onu kabul etmemizin doğuracağı pratik sonuçlarına bakılarak anlaşılır ve pratik olmayan fikirler reddedilir” (McDermid 2016). Dewey’in sözleriyle,

Pragmatizm (...) Kendisini tarihsel ampirizmin bir uzanımı olarak sunar, ama şu temel farkla ki, önceki fenomenler üzerinde değil, sonuçsal fenomenler üzerinde ısrarlıdır; Önceller üzerinde değil, eylemin imkânları üzerinde ısrarlıdır. Ve görüş açısındaki bu değişme, sonuçlar bakımından handiyse devrimcidir. (akt. Hardt 2005, s. 17)

William James pragmatik metot ve tavrı şu şekilde tanımlar: *İlk şeylere, ilkelere, “kategorilere” varsayılan zorunluluklara yüz çevirme ve son şeylere, meyvelere, neticelere, olgulara bakma tavrı* (James 2015:66). Yine Dewey’den devam edecek olursak kuramlar ve modeller ortaya çıkardıkları ürünler ve sonuçlarına ve sorun çözme kapasitelerine göre değerlendirilirler; kökenlerine ya da ondan önce gelen veri ya da olgularla ilişkilerine göre değil (McDermid 2016). Peirce’e göre de bir düşüncenin anlamını kavramak için, onun hangi hareket tarzını üretmeye uygun olduğunu anlamamız gerekmektedir (Morva 2013:28). Herhangi bir felsefi tartışmanın anlamlı olabilmesi için, farklı felsefi iddiaların pratik sonuçlarının da farklı olabilmesi ya da fark yaratması gerekir:

Başka yerde fark yaratmayan bir fark var olamaz. Birine, bir şekilde, bir yerde ve bir ara uygulandığında kendisini, bu olgu üzerinde somut olgu ve davranış neticesi türünden bir fark olarak ifade etmeyen soyut bir doğrudan herhangi bir fark mevcut olamaz. (James 2015:63)

Hans Joas, pragmatizmin bu ilk başlardaki temellendirme çabalarında sonuçsal fenomenlere yaptığı vurgunun ona işlevselci bir psikoloji hüviyeti kazandırdığını söyler. İşlevselci psikoloji, bütün psişik işlemler ve süreçleri öznelerin davranışları sırasında

İşlevselcilik: Sosyal bilimler alanına özellikle sosyal antropoloji çalışmaları ile girdi. Toplumu biyolojik ve organik analogilerle açıklama eğilimindedir. Buna göre toplum birbiri ile bağlantılı parçalardan oluşan ve her parçanın sistemin işleyişinde bir işleve sahip olduğu bir sistem olarak ele alınır. Herhangi bir toplumsal eylem başka bir toplumsal eylemin, kurumun ya da bir bütün olarak toplumun işleyişi üzerindeki etkileri açısından ele alınır.

karşılaştıkları problemlerin çözümleri açısından işlevsellikleri açısından yorumluyordu (Joas 2013:103).

Pragmatizm, içeriklerinin (“fikirlerin” ya da “izlenimlerin”) kaçınılmaz bir şekilde öznel ve özel olduğu ve temsil etme iddiasında olduğu kamusal ve nesnel dünyadan tümüyle kopuk kendi kendine yeten bir alan olarak Kartezyen akıl düşüncesine karşı çıkar (McDermid 2016). Pragmatistler aynı zamanda Kartezyen “kesinlik arayışını” da son derece ütöpik ve yanlış bulurlar. McDermid’e (2016) göre bunun pragmatistler için 5 farklı nedeni vardır:

- 1) Araştırma tarihinden gelen bir iddia vardır: En iyi, en etkileyici kuramlarımız –örneğin Öklid geometrisi ve Newton fiziği– bile kayda değer ve beklenmedik düzeltmelere ihtiyaç duymuştur.
- 2) Eğer bilimsel kuramların altı veri tarafından önemli ölçüde oyulabiliyorsa, bahsi geçen veriye uygun düşen alternatif kuramlar vardır.
- 3) Eğer (Peirce’i takip ederek) gerçeğin, soruşturmanın sonucunda kabul edilen şey olduğu kanaatini benimserseniz; soruşturmanın sonuna geldiğimiz konusunda bir kesinliğe sahip olmadan görüşümüzün doğruluğundan emin olamayız.
- 4) Metodolojik bir sav da mevcuttur: Kesinlik isnatları soruşturmanın önünü tıkar, çünkü gelişimin (daha iyi bir görüş ya da kuram bulmak) hâlâ mümkün olduğu anlarda bizi gelişimden alıkoyabilir.
- 5) Sonuncusu politik bir iddiadır. Yanlışlanabilirlik kendinden fazlasıyla emin dogmatizme ve bu dogmatizmin yol açabileceği fanatikliğe, tahammülsüzlüğe ve şiddete karşı yegâne sağlıklı alternatiftir.

Pragmatizmin Kartezyen felsefeyle bir başka önemli derdi ise Kartezyen felsefenin, radikal bir şüphe ve şüpheciliği başlangıç noktası olarak almasıdır. Pragmatistler felsefi soruşturmanın başlangıç noktasının şüphe olduğunda hemfikirler ama bu araştırmaya başlamadan evvel tarafsız, önyargısız ve önvarsayımsız bir Arşimet noktasının olabileceği konusunda Kartezyen felsefeden ayrılırlar. McDermid (2016), pragmatist soruşturmanın bu türden bir noktadan yoksun olduğunu, Otto Neurath’ın sal benzetmesine referansla şöyle açıklar: “Araştırmacılar sallarını parça parça tamir etmek zorunda olan denizciler gibidir ama bunu yaparken açık denizde akıntı ve rüzgâra kapılmışlardır. Bu yüzden de karaya çıkamazlar ve yaptıkları tamiratı karadan, dışsal bir noktadan inceleyemezler.” Kartezyen yaklaşımın yönlendirici fikri “kuşku duyan soyut ego” kavramının yerine eylem sırasında karşılaşılan gerçek problemlerle başa çıkma amacıyla müşterek doğruluk arayışı fikri geçerilir” (Joas 2013:102).

Pragmatizmle Immanuel Kant'ın (1724-1804) felsefesinin birbirine yaklaştığı iki önemli nokta kavramlara yüklenen anlam ve ampirist bilgi kuramına karşı çıkıştır. Kant, dış dünyanın bilgisine doğrudan erişmeye yönelik girişimlerin beyhude olduklarını iddia etmiş ve temel, deney öncesi kategorilere ihtiyacımızın olduğunu vurgulamıştır. Benzer bir şekilde –ama Kant'ın kategorileri yerleştirdiği dokunulmaz, sabit ve zorunlu konumdan farklı bir biçimde– pragmatistler de kategorilerin ve kuramların kuramcılarının yaratıları olduğunu; gerçekliğe epistemik erişimin kavramlar ve tanımlar yoluyla mümkün olduğu ama bu kavram ve tanımların belirli bir bağlamdaki amaçlarımız ve ilgilerimize göre değişebilir olduklarını iddia ederler. Pragmatistlere göre “dolayimsız” bilgi bir yanılsamadır; bilgi hiyerarşik olarak yapılanmış bir bina olmaktan ziyade, tutarlı bir ağıdır; bilginin kesin, şaşmaz temelleri yoktur ve bilginin genel ya da bağlamsal olmayan bir yapısı mevcut değildir (McDermid 2016). James'in sözleriyle:

Arşimet noktası: Bir gözlemcinin, ele aldığı herhangi bir olayı, bütünlüğü içerisinde ve nesnel bir biçimde görmesini sağlayacak varsayımsal bir bakış açısı. Arşimet'in, “Bana bir dayanak noktası verin, dünyayı yerinden oynatayım” sözünden kaynaklanmıştır.

Meslekten filozoflar için kıymetli olan pek çok yerleşmiş alışkanlığa, pragmatist düşünür kararlı ve nihai bir şekilde sırtını döner. Soyutlama ve yetersizlikten, sözlü çözümlerden, niteliksiz *a priori* sebeplerden, sabit kılınmış ilkelere, kapalı sistemlerden, sözde mutlaklardan ve başlangıçlardan kaçınır. Yüzünü somut ve yeterli olana, olgulara, eyleme ve güce döner. Bu durum, ampirist mizacın hâkim kılındığı, rasyonalist mizaçtansa samimi olarak vazgeçildiği anlamına gelir; dogmaya, yapaylığa ve nihai doğru olma iddiasına karşı, açık havayı ve doğanın olasılıklarını işaret eder. (James 2015:64)

James'in pragmatizmin “açık” yapısına dair vurgusu pragmatizmin kurama biçtiği rol ile de yakından ilgilidir. Büyük, evrensel, her şeyi açıklamaya yarayan, çok güçlü kavramlara başvuran metafizik düşüncesinin aksine pragmatizm “her sözcüğün pratik somut değerini meydana çıkarmak, onu kendi deneyim akışınıza dahil ederek işe sürmek” (James 2015:65) gerektiğini iddia eder. Bu yüzden, pragmatizm için kuramlar karmaşık toplumsal ve felsefi sorunlar hakkında nihai cevaplar sunmaktan ziyade, birer araç olarak iş görürler. James, genç İtalyan pragmatist Giovanni Papini'nin (1881-1956) benzetmesini aktarır:

Epistemoloji: Epistemoloji bilginin yapısını, geçerliliğini ve bilgiye erişimin imkanlarını inceleyen felsefe dalıdır. Bir yandan bilginin ve bilmenin doğasını inceler. Bir şeyi bilmek ya da bilememek ne anlama gelmektedir? İkinci olarak da insan bilgisinin sınırlarını ele alır. Ne kadar biliriz ya da ne kadar bilebiliriz?

Pragmatizm, bir oteldeki koridor gibi teorilerimizin ortasında uzanır sayısız sayıda odaya giriş olanağı sunar. Birinde belki tanıtanımsız bir kitap yazan bir kişi bulursunuz; bir sonrakinde iman ve güç için diz çökmüş dua eden birini, üçüncüsündeyse bir cismin özelliklerini incelemekte olan bir kimyacıyı. Dördüncü odada, idealist bir metafizik sistem ortaya çıkarılmaktadır; beşincideyse metafiziğin imkânsızlığı gösterilmektedir. Ama koridor hepsine aittir ve eğer bu insanlar odalarından çıkmak veya onlara girmek için uygun bir yol istiyorlarsa, söz konusu koridorlardan geçmek zorundadırlar. (James 2015:66)

Dewey'in "bilginin izleyici kuramı" (*spectator theory of knowledge*) olarak adlandırdığı ampirist bilgi kuramı gözlemle algılamayı eşitliyor ve aklı da bu sürecin pasif alımlayıcısı konumuna itiyordu. Buna göre, gözlemcinin görevi, dünyayla herhangi bir bağlantıya sahip olmadan ve kayıtsız bir biçimde dünyayı yansıtmak ya da kopya etmektir. Dewey ve James bu iddiaya gözlemlemenin bir seçme eylemi olduğunu söyleyerek karşı çıkar: Gözlemleme faaliyeti –ister kalabalıkta tanıdık bir yüz arayın ister samanlıkta iğne– bek-lentilerimiz, çıkarlarımız ve kuram tarafından yönlendirilir. Yani gözlem, kabaca doğanın yansıtılmasından ibaret değildir (McDermid 2016) .

Okuma Parçası

PRAGMATİZMİN ANLAMI

Birkaç yıl önce dağlarda kamp gezisindeyken, yalnız başıma çıktığım yürüyüşten döndüğüm esnada herkesi ateşli bir metafizik tartışmanın içinde buldum. Tartışmanın konusu bir sincaptı: Bir ağacın gövde kısmında bir tarafa tutunduğu varsayılan canlı bir sincap. Aynı anda ağacın karşı tarafındaysa bir insanın durduğu farz ediliyordu. Söz konusu insan ağacın çevresinde hızlıca hareket ederek ağacın gövdesinin diğer yüzünde bulunan sincabı görmeye çalışıyor ama ne kadar hızlı davranırsa davranırsa sincap aksi istikamette aynı hızda hareket edip her seferinde ağacı kendisi ve adam arasında tutuyor, neticede adamın gözüne hiç ilmişmiyor. Şimdi buradan çıkan metafizik problem şudur: Adam sincabın etrafında dönüyor mu, dönmüyor mu? Ağacın etrafında döndüğü kesin, sincap da ağacın üzerinde bulunuyor ancak adam sincabın etrafında dönüyor mu? Kırdı olmanın verdiği sınırsız boş zamanla, tartışma sonuna kadar taşındı. Herkes kendi tarafını belirlemiş ve inatçıydı. İki tarafın sayısı da eşitti. Hal böyle olunca, vardığım anda iki taraf da çoğunluğu sağlamak için bana yöneldi. Skolastiklerin, "ne zaman çelişkili bir durumla karşılaşırsanız bir ayrıma gidin", şeklindeki deyişini dikkate alıp hemen şu tür bir ayrıma gittim: "Hangi ta-

rafın haklı oluğu, sincabın 'etrafında dönmekten' pratik olarak ne anladığınıza bağılıdır" dedim. "Eğer kastettiğiniz şey, onun kuzeyinden doğusuna, ardından da güneyine, sonra batısına ve akabinde yeniden kuzeyine geçmekse, adamın sincabın etrafında döndüğü aşıkârdır, çünkü sırasıyla bu noktaların her birini işgal ediyor. Ancak bunun tersine, eğer kastettiğiniz şey, önce sincabın önünde bulunup, ardından da sağında, sonra da arkasında, akabinde solunda, nihayetinde de yeniden önünde olmaksa, adamın sincabın etrafında dönmeyi başaramadığı açıktır. Çünkü sincap, durumu dengelemek için yaptığı hareket sayesinde karnını hep adama dönük tutuyor, aynı anda sırtı da diğer tarafa dönük kalıyor. Tercihinizi yapın, daha fazla tartışmanın manası yok. İki taraf da, 'etrafında dönmek' fiilini hangi pratik anlamda aldığına göre hem haklı hem de haksız."

Her ne kadar bir iki ateşli tartışmacı, netlikten yoksun cevaplar veya skolastiğe özgü kılı kırk yarma türü bir şey değil de, sadece günlük dilde "etrafında" sözcüğünün ne anlama geldiğini bilmek istediklerini belirtip söylediklerimi cevaptan kaçmak olarak adlandırırsalar da çoğunluk, yaptığım ayırımın tartışmayı dindirdiğini düşünüyor gibiydi.

Bu önemsiz anekdotu anlattım, çünkü şimdi hakkında konuşmak istediğim pragmatik yöntem için özellikle yalın bir örnek teşkil ediyor. Pragmatik yöntem öncelikle, aksi takdirde tamamlanamayacak olan metafizik tartışmaları bir neticeye bağlamanın yöntemidir. Dünya bir mi, çok mu? Kaderle mi örülü, özgür mü? Maddi mi, tinsel mi? Bu kavramların her biri kendisince dünyayı açıklamakta geçerlilik sahibidir ve bunlar üzerine olan tartışmaların sonu yoktur. Pragmatik yöntem, bu tür durumlarda her bir kavramı, peşi sıra pragmatik neticelerinin izini sürerek yorumlamaya çalışır. Birinden ziyade diğer kavramın doğru olması kişi açısından ne tür pratik farklara yol açardı? Eğer herhangi bir pratik fark bulunamıyorsa, bu demektir ki, alternatifler pratik olarak aynı anlama geliyor ve bütün tartışma boşunadır. Ne zamanki bir tartışma ciddidir, bir tarafın veya diğerinin haklı olmasından ileri gelen bazı pratik farklar gösterebilmemiz gerekir.

William James, "Pragmatizmin Anlamı", *Pragmatizm*,
çev. Tahir Karakaş, İletişim Yayınları, İstanbul, s. 59-61.

Chicago Okulu

1899 yılında Albion Small (1854-1926) başkanlığında kurulan Chicago Üniversitesi Sosyoloji Bölümünü'nün ilk hocalarından biri Amerika'daki göçmen Polonyalılar üzerine çalışmaları ile tanınacak olan William Isaac Thomas'ı (1863-1947). Daha sonra Robert Ezra Park'ın (1864-1944) katılımıyla güçlenen bölümün bir başka önemli ismi Park'ın yakın çalışma arkadaşısı Ernest Watson Burgess (1886-1966) ve Ellsworth Faris (1874-1953)

oldu. Park'ın 1934 yılında okuldan ayrılması bu ilk dönemin kapanması anlamına geliyordu. Okulun ikinci dönemine ise Park'ın öğrencileri Louis Wirth (1897-1952), Herbert Blumer (1900-1987), Everett Cherrington Hughes (1897-1983) ve William Lloyd Warner (1898-1970) damga vurdu. İkinci Chicago Okulu'nun ikinci kuşağı ise bu bölümde ayrıntılı bir şekilde ele alacağımız Erving Goffman (1922-1982) ve Howard Becker (d. 1928) gibi isimlerden oluşuyordu. 1950'lerin ortalarında tekrar güç kaybeden okul, 1960'larda eski öğrencilerden Morris Janowitz'in (1919-1988) okula dönmesiyle üçüncü dönemini yaşamıştır (Morva 2013:51).

Chicago Okulu Kronolojisi			
Birinci Chicago O.	Birinci Kuşak	Albion W. Small William I. Thomas	Charls R. Henderson George E. Vincent Charles Zeublin
	İkinci Kuşak	Ellsworth Faris Robert E. Park Ernest W. Burgess	William F. Ogburn
İkinci Chicago O.	Birinci Kuşak	Louis Wirth Everett Hughes Herbert Blumer	
	İkinci Kuşak	William F. Whyte Howard S. Becker Erving Goffman Anselm Strauss Gary A. Fine	

Kaynak: Lutters ve Ackerman 1996:25.

Chicago Okulu'nun çağdaşı olan, Paul Felix Lazarsfeld öncülüğündeki Columbia Üniversitesi Uygulamalı Toplumsal Araştırmalar Bürosu ile çok önemli bir ortak noktası vardı: İletişim ve kitle iletişim araçlarının modern dünyadaki merkeziliğine duyulan inanç. Her iki Amerikan geleneği de bu inançtan hareketle iletişim ve kitle iletişimini bilimsel olarak anlamak için öncü çalışmalara imza attılar. Bununla birlikte, Columbia geleneğinden farklı olarak, Chicago Okulu büyük çaplı istatistiksel ve sayısal analizlerin yanı sıra yereldeki insanların ve küçük grupların yaşamlarına, iletişim kurma ve topluluk oluşturma biçimlerine odaklanıyordu. Okul, aynı zamanda, pragmatik sosyal teorinin pratikte olumlamasının ancak iletişim aracılığıyla gerçekleştirilebileceğine inanıyordu; Katz'ın deyişiyle, "Chicago Okulu için iletişim, içinde insan bağlarının yapıldığı birincil değerdir; bu sıfatla sosyal hayatın ilksel elementidir." (akt. Morva 2013:85)

Chicago Okulu'ndan, Chicago üzerine yapılan ilk ve öncü diyebileceği-

miz çalışma W.I. Thomas ve F. Znaniecki tarafından kaleme alınan *Avrupa ve Amerika'da Polonyalı Köylü: Göçmen bir Grubun Monografisi* (Thomas ve Znaniecki 1918) oldu. Az sonra kısaca değineceğimiz bu çalışma, Okul'un "kuramsal dayanaklı ampirik araştırma" olarak tanımladığı araştırma gündeminin etkileyici bir ilk örneği oldu. Araştırmacılar derinlemesine görüşmeler, yaşam öyküleri, gözlem, kişisel belgeler ve biraz da istatistiksel verilere dayanarak ele aldıkları sorunun farklı yönlerini kavramaya çalıştılar (Barlow ve Mills 2009:60). Ama son tahlilde Chicago Okulu'nu ayrıksı kılan, modern toplumsal formasyonları incelerken ve araştırırken başvurdukları niteliksel çözümlemeler ve ayrıntılı tasvirler oldu. Okulun yaklaşımının başka bir ayrıksı noktası ise farklı akademik disiplinlere ve alanlara açık olmasıydı: Sosyoloji, felsefe, antropoloji, psikoloji ve siyaset bilimi. Morva, okulun yaklaşımı üzerindeki belli başlı etkileri şu şekilde özetler:

Chicago Sosyoloji Okulu açısından ele aldığımızda, Tarde, kendi sosyolojisindeki mikro düzeydeki ilişkiler ve etkileşim vurgusuyla (Mead, Park ve Dewey); Spencer, sosyal Darwinizm üzerinden Okul'un insan ekolojisi yaklaşımına etkisi ile (Park ve Burgess); Simmel ise kenti mekânsal olarak biçimlenmiş sosyolojik bir benlik olarak ele alan yaklaşımıyla Chicago Okulu'nun kent ekolojisi (Park, Burgess) anlayışı üzerinde etkili olmuştur. (Morva 2017:138)

Bu etkilere ek olarak antropolojinin kurucu figürlerinden Frans Boas'ın (1858-1942) da Chicago Okulu üzerinde önemli etkileri oldu. Boas, genel bir toplum kuramının geliştirilmesinin tamamen ampirik bir temele dayanması konusunda ısrarcıydı (Eriksen ve Nielsen 2012:63). "Verileri önceden belirlenmiş bir hipotez ya da teoriyi kanıtlamak için kullanmak yerine, açıklama ve teorinin, ancak alanda uzun bir süre kalmakla toplanabilecek muazzam miktarda veriden çıkarsanacağı tümevarımsal bir yaklaşımı uyguluyordu." (Kenny ve Smille 2015:68)

Chicago Okulu sosyologları bu antropolojik ve etnografik ruhla modern şehir hayatının farklı veçhelerini son derece etkileyici bir yöntemsel ve kuramsal çerçeve dahilinde incelediler. Peki, nelerdi inceledikleri? Suç ve suçlular, çeteler, evsizler, siyahiler, göçmenler, gettolar, gecekondu mahalleleri, oteller, gece kulüpleri ve daha nice konular. Bununla birlikte, hangi konuyu çalışılırsa çalışılsın, "iletişim" merkezi ve verimli bir kavram olarak araştırmalarda önemli bir konum işgal etti (Barlow ve Mills 2009:60). Okul, iletişim süreçlerinin, teknolojilerinin ve kurumlarının modern dünyanın inşasında önemli bir yere sahip olduğunu iddia etti ve çalışmalarında iletişim ve kültürün iç içe geçmiş doğasını ortaya koymaya gayret etti. Chicago felsefe-

sinin kökeninde kentsel toplumsal sorunların yerlinin bakış açısından anlaşılması yatıyordu. Uyuşturucu kullanımı, suç ve şiddet art niyetli insanların davranışları olarak değil; bazı insanların içinde yaşadıkları dünyada nasıl bir yön tayin ettikleri ve bu dünyayı nasıl anladıkları ile ilgili bir mesele olarak ele aldılar (Machin 2002:51). Bu çalışmalarda bir yandan toplumsal olanın, bireyin yaşamındaki yansımaları üzerinden, ama sosyolojik bir gözle okunması kaygısı vardı. Diğer yandan da çalışmalarda pragmatizmin tecrübi (pratik) olana verdiği önemin izleri de görülüyordu. Hatırlayacak olursak, değerler, normlar ve anlamlar pratik öncesi soyut öncüllerden değil, bireysel tecrübelerden ve etkileşimlerden doğar. Araştırmacıların yaptığı ise bireysel ve toplumsal alanlar arasındaki teması ve karşılıklı etkileşimi pratikler üzerinden anlamaya çalışmaktı.

Kurulduğu tarihten 1940'lara kadar Chicago Üniversitesi sosyoloji alanında Amerika'da bir zirveyi temsil etti. Kabaca 1917 ve 1942 yılları arasında Sosyoloji Bölümü'nde yazılan yüzlerce tez ve makale önemli bir sosyoloji geleneğinin ortaya çıkmasına katkıda bulundu. Bu çalışmaların arkasında iki önemli isim vardı: Robert Ezra Park ve Ernest Watson Burgess. Bu iki isim hem kendi araştırmalarıyla, hem de yetiştirdikleri öğrencilerle Chicago Okulu'na damgalarını vurdular.

Robert E. Park (1864-1944)

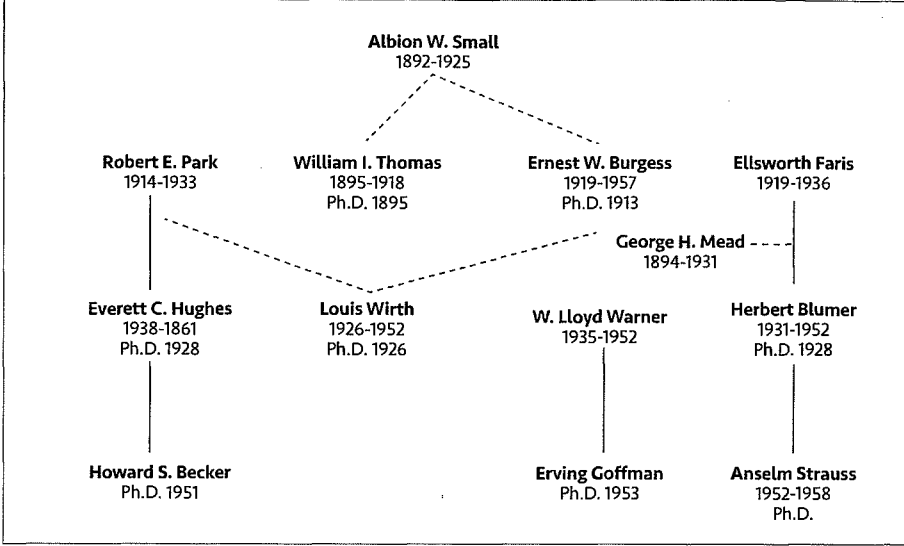
Robert Park kariyerine bir akademisyen olarak değil, gazete muhabiri olarak başladı. Park, asıl mesleğinden ilhamla olsa gerek, sosyologu bir süper-muhabire benzer: Yüzeyle görünenin ötesinde neler olup bittiğini anlamaya çalışan ama daha ziyade uzun erimli yönelimleri kaydeden bir muhabire. Öğrencilerinden Pierson, Park'ı şu şekilde tanımlar:

Beni en çok etkileyen özelliği, insanların her tür durumuna ve yaşam tarzına olan ısrarlı ve merak uyandırıcı ilgisiydi. Onun en verimli yıllarına bir muhabir olarak başladığı ve etrafındaki dünya ile ilgili muhabir merakını asla kaybetmediği hatırlanmalıdır. O, hiçbir şeyden, örneğin Brezilya'da yaptığı gibi, yabancı bir kentin sokaklarını dolaşmaktan, kendi söylediği gibi, "her şeye burnunu sokmaktan", gözlemlemekten, durup sorular sormaktan ve ilgisini çeken biriyle yürümekten daha fazla zevk alamaz gibi görünürdü. (Morva 2013:128)

Michigan Üniversitesi'nde lisans eğitimini tamamlayan Park, pragmatist felsefenin önemli isimlerinden John Dewey'in öğrencisi olur ve burada Franklin Ford ile tanışır. Ford ile birlikte, Dewey'in de katkısıyla *Thought News* adında, haberciliğe bilimsel açıdan yaklaşan bir gazete kurmaya gayret ederler ama bu proje hayata geçemez. Gazetecilik deneyiminin ardından Heidelberg'te Georg Simmel ile çalışır ve 1904 yılında doktorasını tamamlar. 1914 yılında da Chicago Üniversitesi Sosyoloji ve Antro-

poloji Bölümü'nde çalışmaya başlar. Chicago, Park için kolektif eylem ve etkileşimi çalışabilmek için paha biçilmez bir laboratuvar olmuştur. Robert E. Park'ın E.W. Burgess ve diğer çalışma arkadaşları ile kaleme aldığı *Şehir: Kent Ortamındaki İnsan Davranışlarının Araştırılması Üzerine Öneriler* (2015) kitabı Heretik Yayınları tarafından yayımlanmıştır.

Kaynak: The University of Chicago Centennial Catalogues,
https://www.lib.uchicago.edu/projects/centcat/centcats/fac/facch17_01.html



Şekilde önde gelen Chicago Okulu araştırmacıları arasındaki ilişkiler gösterilmektedir. Düz çizgiler danışman-öğrenci ilişkilerine, kesikli çizgiler de diğer etkili ilişkilere işaret etmektedir. (Kaynak: Lutters ve Ackerman 1996:24)

İletişimin merkeziliği

Park ve Burgess öncülüğünde yürütülen bir araştırmanın ürünü olan *Şehir: Kent Ortamındaki İnsan Davranışlarının Araştırılması Üzerine Öneriler*, 20. yüzyılda şehir hayatı üzerine düşünme biçimimizin değişmesini sağlayacak denli önemli bir eserdir ve bu önemini hâlâ korumaktadır. Kitap, şehrin basitçe insan yığınlarından ve sokaklar, binalar, elektrik ışıkları ve tramvaylardan ya da kurumlar ve idari aygıtlardan ibaret olmadığını not ederek başlar ve ekler:

Şehir, daha ziyade bir ruh haline, birtakım gelenek ve adetlere ve bu adetlerin özünde yer alan düzenlenmiş davranışlara ve duyarlılığa karşılık gelir.

Başka bir deyişle şehir, yalnızca bir fiziki mekanizma ya da sonradan üretilmiş bir yapı değildir. Onu oluşturan insanların içinden geçtikleri hayati süreçleri de kapsar; doğanın ve özellikle insan doğasının bir ürünüdür. (Park ve Burgess 2015:37)

Şehir, medeni insanın evidir, doğal habitatıdır; Burgess'in sözleriyle “modern toplumla ilgili olağanüstü olan şey, büyük şehirlerin gelişmesidir” (Park ve Burgess 2015:89). Park dünyada iki sınıftan insan olduğunu söylüyordu: şehre ulaşanlar ve henüz ulaşmayanlar (Deegan 2001:15). Tam da bu yüzden, nasıl ki antropologlar “ilkel” insanı incelediyse, “medenî” insan da o şekilde incelenebilirdi. Park’a göre Boas ve Lowie gibi antropologların Kuzey Amerika yerlilerinin yaşamı ve davranış biçimlerini incelerken geliştirdikleri yöntemler, modern şehir hayatının ve sakinlerinin incelenmesinde pekâlâ kullanılabilirdi (Park ve Burgess 2015:39). Park, şehrin fiziksel olduğu kadar ahlâki bir örgütlenmeye de sahip olduğunu vurgular. Şehir, ahlâki ve kültürel bir mekâna dönüşür zamanla: “Zaman içinde şehrin her bölgesi ve mahallesi, içinde yaşayanların karakterinde ve özelliklerinden bir şeyler alır. Şehrin her bir ayrı parçası kaçınılmaz olarak, içerdiği nüfusa özgü hasasiyetlerle bezenir.” (Park ve Burgess 2015:42).

Park’a göre şehri eşsiz kılan özellik istikrarsız bir dengeye sahip olması ve sürekli bir devinimin mekânı olmasıdır. Bununla birlikte düzensizlik ve hareketlilik kaosa değil, yeniden örgütlenmelere ve daha etkili uyum süreçlerine işaret eder. Sadece fiziksel hareketlilik ve devinim değildir söz konusu olan; Burgess, ulaşımındaki hareketlenmeye paralel olarak modern şehirlerdeki haberleşme artışının boyutlarına da dikkat çeker. Örneğin, Chicago’da 1914’ten 1922’ye nüfusa sadece %13,4 artış gösterirken, telefon görüşmesi sayısı yaklaşık 600 milyondan 950 milyona yükselir (Park ve Burgess 2015:102).

Birbirinden tamamıyla farklı, birbirini tanımayan ve anlamayan her türden insanın karşılaşma ya da karşılaşmama alanıdır aynı zamanda. Park’a göre modern şehir yaşamında ortak eylemin başlamasında iletişim önemli bir rol oynar. İletişim konusundaki düşüncelerinde ise, az sonra kısaca ele alacağımız George Herbert Mead’in iletişim üzerine yazdıklarının etkisi sezilir:

Bireyler birbirlerine sadece refleks aracılığıyla tepki vermezler fakat kaçınılmaz olarak hisleri, tavırları ve doğuştan gelen uyarılmaları ile iletişim kurarlar. Böyle yaparak, mecburi olarak bir bireyin yaptığına değil, neyi amaçladığına, arzuladığına ve umduğuna tepki verirler. Bireyler, kendilerinin belirsiz bir şekilde farkında oldukları hisleri ve tavırları, başkalarına sıklıkla ifşa ederler. (Park ve Burgess 2015:68)

Modern şehir hayatında kitle iletişim araçları ve tanıtım, toplumsal kontrolün meşru bir yolu haline gelir. Özellikle reklamcılık, ekonominin önemli bir parçası olur. Kamuoyunun önemli bir toplumsal kontrol mekanizması haline gelmesi ile birlikte, kamuoyunun kendisinin nasıl kontrol edilebileceği meselesi önem kazanmıştır.

Park, “kamuoyunu kontrol etmeye, aydınlatmaya ve kullanmaya çalışmak gibi pratik bir işlevi olan kurumları ve aygıtları” araştırmanın öneminden bahseder ve ona göre bu kurumların en başta gelen ve en önemli olanı basındır: “yani günlük gazete ve zamanımız edebiyatının diğer türleri” (Park ve Burgess 2015:77). Gazete, Park’a göre, modern şehir yaşamında köy dedikodusunun vaktiyle icra ettiği işlevi yerine getirir. “Gazetenin Doğal Tarihi” başlıklı makalesinde Park hem gazetenin doğal tarihini hem de modern şehir yaşamında oynadığı toplumsal rolü tartışır. Tüm iletişim fakültesi öğrencilerinin mutlaka ve mutlaka okuması gereken bir metindir bu. Park, şehir ortamında okuryazarlığın konuşma kadar gerekli olduğunu, yabancı dilde pek çok gazetenin bulunmasının sebebinin de bu olduğunu söyler. Gazete, özellikle şehirdeki göçmenler için ayrı bir öneme sahiptir:

New York şehrinde basılan *Russkoye Slovo*’nun editörü Mark Villchur, okurlarına, geldikleri ülkede ne kadar gazete okuduklarını sordu ve 312 kişiden sadece 16 kişinin Rusya’dayken düzenli olarak gazete okuduğunu, 10 kişinin köy yönetimini merkezi olan Volast’ta ara sıra gazete okuduğunu, 12 kişinin ise haftalık dergilere abone olduğunu ortaya çıkardı. Amerika’daysa bu kişilerin hepsi, Rus gazetelerinin aboneleri veya okuyucuları olmuştu. (Park ve Burgess 2015:126)

Gazetenin tarihindeki önemli dönüm noktalarından biri İngiltere’de basının parlamento tartışmalarını resmî olarak takip etme hakkına sahip olmasıyla yaşanır. Parlamento tartışmalarının tüm okuryazar kamu ile paylaşılması oturumların yapısını değiştirdi ve “gazeteler vasıtasıyla tüm ülke, sorunların ortaya konduğu ve üzerine kanunların çıkartıldığı tartışmalara katılabiliyordu.” (Park ve Burgess 2015:133)

Chicago Okulu çalışmalarında iletişim, bir noktadan bir noktaya mesaj iletimi meselesi ya da diğer toplumsal ilişkilere bir eklenti değil, toplumsal ilişkilerin inşasında ve devamında önemli unsurlardan biri olarak ele alınır. Amerika’da iletişim, geleneğin yerini almıştır. Başka toplumlarda tarihsel geleneğin bir ürünü olan toplumsal bütünlük; ortak ve miras alınmış bir kültürün mevcut olmadığı Amerika Birleşik Devletleri’nde ancak tartışma, müzakere ve iletişimle inşa edilebilirdi. Bir başka deyişle, iletişim 19. yüzyıl Amerika’sında aktif bir topluluk oluşturma ve ayakta tutma süreciydi. Bu görüş

yansımasını John Dewey'in sıkça alıntılanan "toplum sadece iletim ve iletişim ile değil iletim ve iletişim içinde var olur" sözlerinde buluyordu (Carey 1997:26-27). "Ortak" (*common*), "topluluk" (*community*) ve "iletişim" (*communication*) sözcükleri arasındaki bağ ortak dilsel kökene sahip olmanın çok ötesine gidiyordu Dewey için. Dewey, *Demokrasi ve Eğitim* başlıklı önemli çalışmasında toplumsal hayatın iletişimle özdeş olduğunu ve tüm iletişimin eğitsel olduğunu vurguladı (Morva 2013:108). Bir başka deyişle, pragmatist felsefenin ruhuna çok da uyum bir şekilde, iletişim, özgürleştirici sonuçlara sahip olması bakımından hem araçsal hem de amaçsal bir öneme sahipti:

İletişim bizi, olayların ezici baskısından özgürleştirerek ve anlamı olan nesneler dünyasında yaşamamızın alt yapısını hazırladığı için araçsaldır ve paylaşım fikrini geliştirdiği, sağlamlaştırdığı için amaçsaldır. İletişim, bu anlam üreten ve paylaşım oluşturan yönleri ile Dewey'in demokratik toplumunda işlev görür. Demokratik toplumun savunucusu olan Dewey, toplumsal sorunların çözümü ve sağlıklı demokratik bir toplumsal yaşamın kurulmasında iletişimin merkezî konumuna inanmıştır. (Morva 2013:112-113)

İletişimin topluluk oluşumundaki merkezî rolünü ele alan, Okul bünyesindeki ilk çalışmalardan biri Thomas ve Znaniecki (1918) tarafından kaleme alınan *Avrupa'da ve Amerika'da Polonyalı Köylü* başlıklı etkileyici çalışmaydı. Beş ayrı ciltten oluşan ve büyük oranda belgesel niteliği taşıyan çalışma, Polonya'dan Amerika'ya göç eden ve Amerika'da her açıdan var olma mücadelesi yürüten toplulukların etnografik bir analiziydi. İlk iki cilt aile ve cemaat gibi ilksel göçmen topluluklarının göçle birlikte, yeni yerleştikleri endüstriyel toplumsal sistemde yaşadıkları dönüşümleri ele aldı. Üçüncü cilt ise köylülükten alt sınıf şehirliliğe doğru hareket eden bir göçmen köylünün otobiyografisinin eleştirel bir şekilde değerlendirmesini sundu. Bireyin, köyden şehre hızlı göçle birlikte yaşadığı çözülme bu cildin konusu oldu. Dördüncü ciltte ise ilksel grupların çözülüşü ve köylü topluluklarının akılcı bir işbirliği zemininde yeniden örgütlenme ve birlik oluşturma çabalarına ayrıldı. Beşinci cilt Amerika'daki Polonyalı köylüler üzerine yapılan çalışmalara, çok hızlı bireyselleşmenin getirdiği çözümlere ve yeni yeni ortaya çıkan yeniden örgütlenme nüvelerine odaklandı. Araştırmacılar, Polonyalı köylü yaşamını ve göçle birlikte yaşanan dönüşümleri incelerken asıl hedeflerinin çağdaş toplumları anlamak olduğunu söylerler. Zira araştırma "göç; ırksal önyargı; kültürel asimilasyon; ırkların ve milliyetlerin mukayeseli zihinsel ve ahlaki değerleri; suç, alkolizm, serserilik ve diğer anti-sosyal davranışlar; ulusçuluk ve uluslararasılık; demokrasi ve sınıf hiyerarşisi..." gibi sosyal bilimlerde incelenmesi gereken temel konuları ele almaktadır

(Thomas ve Znaniecki 1918:VII). İletişimin ve gazeteler gibi modern kitle iletişim araçlarının, topluluk ve kimlik oluşturmadaki rolü ise araştırmanın önemli vurgularından biriydi. Thomas ve Znaniecki, geleneksel yapıların ve ilksel grupların hızla çözüldüğü göç sürecinde, iletişimin, yeni bir toplumsal ortak zeminin oluşturulmasında oynadığı role vurgu yaparken, pragmatist felsefenin merkezî önermelerini doğruluyorlardı.

Sembolik etkileşimcilik

“Sembolik etkileşim” ve “sembolik etkileşimcilik”, altında çok sayıda farklı araştırma ve araştırmacıyı; çalışma alanlarını ve hatta disiplinleri barındıran bir şemsiye kavramdır ve kavramın müellifi Herbert Blumer’dir (1969). George Herbert Mead’in düşünceleri etrafında şekillenen ve sonrasında Dewey, Thomas, Park, Znaniecki ve Wirth ile de ilişkilendirilen sembolik etkileşimcilik, Blumer’in çalışmaları ile tanınmış ve sistematik hale getirilmiştir (Morva 2013:123). Blumer’in çalışması kendisinden sonraki kuşakların kendilerini tanımlama ve algılama biçimleri üzerinde son derece etkili olmuştur. Joas, sembolik etkileşimcilik ile Chicago Okulu arasındaki bağı şu sözlerle özetler:

Sembolik etkileşimcilik, Chicago Üniversitesi’nde disiplinin uygun kurumsallaşma dönemi olan 1890-1940 yılları arasında Amerikan sosyolojisi üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olmuş, aralarında zayıf ilişkiler bulunan teorisyenler, sosyal araştırmacılar ve sosyal reformcular ağının devamı olarak görülür. Kuşkusuz, bu okul belirli teorisyenlere veya açıkça tanımlanmış bir araştırma programına sahip değildi; Chicago Okulu daha ziyade birbirinden çok fazla etkilenmeyen sofistike ama sınırlı sayıda önemli düşünür ve araştırmacı etrafında oluşmuştu. (Joas 2013:100)

Sembolik etkileşimcilik, “insanlar arasındaki etkileşimin *semboller* aracılığıyla gerçekleştirilen bir iletişim olduğunu” öne süren G.H. Mead’in sosyal psikolojisini hareket noktası olarak alır (Cuff, Sharrock ve Francis 2013:140). İnsan zihni, benlik ve toplumsallık arasındaki ilişkiyi anlamaya gayret eden Mead, dil ve iletişim öğelerinin insani süreçler için oynadığı merkezî rolün altını çizer.

Mead, insanların hayvani ya da biyolojik var oluşun ötesinde, dolaysız durumlara sadece tepki göstermektense, onu aşabilme yeteneğine sahip olduğunu söyler. Hayvani var oluş bir benlikten yoksundur (Mead 1972:135); insanlarsa “davranış ortaya çıktıktan çok uzun bir süre sonra geçmiş durum-

lar üzerinde düşünebilir ve henüz ortaya çıkmadan gelecek durumları tahmin edebilir ve hazırlık yapabilirler.” (Cuff vd. 2013:141)

Mead’in ilgi odağını iletişim süreçleri oluşturur ve toplumsal eylemin sembolik doğasına yoğunlaşır: “Toplumsal ilişkiler kesin sabitlik kazanmış tepkiler değil, aksine süregelen karşılıklı kabullere açık ve onlarla bağlantılı eylemler olarak görülür” (Joas 2013:99). Mead’in kendilik olarak tanımladığı, insani var oluşu tanımlayan şey toplumsallığın bir ürünüdür:

Kendilik, fizyolojik organizmanın sahip olduğundan farklı bir karaktere sahiptir. Gelişimi olan bir şeydir, başlangıçta, doğumda orada değildir fakat sosyal deneyim ve aktivite sürecinde ortaya çıkar, bir bütün olarak bireyin bu süreçler ve sürecin içindeki diğer bireylerle ilişkilerinde gelişir. (...) Kendilik, kendine nesne olma özelliğine sahiptir ve bu özellik onun diğer nesnelerden ve bedenden ayrılan yanıdır. (Mead 1972:135; Morva 2013:72)

Mead için “kendine nesne olma” özelliği, insanı diğer varlıklardan ayıran en önemli özelliktir. Kendine nesne olma, insanın kendi benliğine ve yapıp etmelerine, sanki dış dünyadaki bir nesneyi değerlendiriyormuş gibi yaklaşılma yetisidir. Zamanla, toplumsallıkla birlikte edinilen bu kapasite, insanın kendini defalarca oluşturabilmesi, değiştirebilmesi ve yeniden oluşturabilmesinin kaynağıdır (Morva 2013:72).

Mead’in sosyal psikolojisi ve benlik üzerine tanımlamalarından hareket eden Blumer, *Sembolik Etkileşimcilik*’te kuramın üç basit önerme üzerinde yükseldiğini belirtir:

Birinci önerme şudur: İnsanlar şeylere, şeylerin onlar için taşıdığı önemden hareket ederek davranırlar. Bunlar, insanların dünyalarında işaret edebilecekleri herhangi bir şey olabilirler – ağaç ya da sandalye gibi fiziksel nesneler; anne ya da mağaza görevlisi gibi diğer insanlar; dost ya da düşman gibi insan kategorileri; okul ya da hükümet gibi kurumlar; bireysel bağımsızlık ya da dürüstlük gibi yol gösterici idealler; emir ya da rica gibi diğer insanların eylemleri ve bireylerin gündelik yaşamlarında karşı karşıya kaldıkları diğer durumlar. İkinci önerme, bu şeylere verilen önemin, bir kişinin diğer insanlarla girdiği toplumsal etkileşimden kaynaklandığı ya da doğduğudur. Üçüncü önerme ise şunu söyler: Bu anlamlar kişinin karşı karşıya kaldığı şeylerle başa çıkarken başvurduğu yorumlayıcı bir süreç içerisinde ele alınır ve modifiye edilir. (Blumer 1969:2)

İlk önermeyle ilgili olarak, Blumer’e göre sosyolojik ve psikolojik açıklamaların çoğu insan eylemini belirleyen ya da insanı harekete geçiren sos-

yolojik ve psikolojik faktörlere yoğunlaşırken; eylemin ve eylemin yöneldiği nesnelerin eyleyici için taşıdığı anlam göz ardı edilmektedir. Bunun karşısında, sembolik etkileşimciliğin, şeylerin insanlar için taşıdığı anlamın insanlar için hayati önem taşıdığına dair vurgusu yer alır. İkinci önerme ise anlamın kaynağı ile ilişkilidir. Yine hâkim sosyolojik ve psikolojik paradig-malar anlamı ya “şey”in doğasında varmış ve “şey”in nesnel yapısının bir parçasıymış ya da izole psişenin nesneyle bir ilişkisiymiş gibi ele alır. Sembolik etkileşime göreyse anlam, insanlar arasındaki etkileşim sürecinin bir sonucudur. “Bir şeyin bir kişi için anlamı, diğer insanların bu kişiye söz konusu şeye binaen nasıl davrandıklarından kaynaklanır” (Blumer 1969:4). Goffman’ın *Damga* kitabından şu alıntıyı inceleyelim:

Örneğin cezaevi yetkililerinin firar etmeye meyilli mahkûmlara taktırdığı apo-letler, gardiyanlar için genellikle olumsuz bir anlama sahip olabilirken, söz konu- su göstergelerin taşıyıcıları için gurur verici bir nişane olabilir (özellikle di- ğer mahkûmlar nezdinde). Benzer şekilde, bazı subaylar için üniforma gurur verici bir şey olabilir ve mümkün olduğunca her vesilede giyilebilir; başka su- baylar içinse hafta sonları, nihayet ne giyebileceklerine kendileri karar verebi- lecekleri ve sivil dolaşabilecekleri bir zamanı ifade edebilir. (Goffman 2014:85)

Son önerme ise toplumsal etkileşim sürecinin sonunda ortaya çıkan an- lamlarla ne yapıldığı ile ilgilidir. Blumer, sembolik etkileşimin bu boyutu- nun sıkça yanlış anlaşıldığını ve anlamların davranışlara yansıma süreci- nin kendisinin de bir yorumlama faaliyetini içerdiğinin gözden kaçırıldığını söyler. “Aktör kendini içinde bulduğu durumu ve eyleminin yönelimini göz önünde tutarak anlamları seçer, kontrol eder, askıya alır, yeniden gruplan- dırır ve dönüştürür.” (Blumer 1969:5)

Blumer’e göre insan ve insan grupları eyleyen ve sürekli eylem içerisinde olan varlıklardır. İster gelenek, ister alışkanlık, isterse norm olarak tanımlansın, kültür dediğimiz şey bu eylemlerin bir bütünüdür; insanların birbir- lerine karşı nasıl davrandıkları ile ilgilidir: “İlk ve son tahlilde insan toplu- mu eylem içerisindeki insanlardan oluşur” (Blumer 1969:7). *Bir Sapkınlık Sosyolojisi Çalışması* alt başlıklı *Hariciler* kitabında Becker sembolik etkileşim- in eylem odaklı yaklaşımını şu şekilde özetler:

Ben çalıştığımız şeyin kolektif eylem olduğunu düşünmeyi tercih ediyorum (...) insanlar birlikte eylerler. Yaptıkları şeyi, bir yandan da başkalarının geç- mişte yaptıklarını, şu anda yapmakta olduklarını ya da gelecekte yapabile- ceklerini dikkate alarak yaparlar. Kişi kendi davranış biçimini başkalarının davranışlarına göre ayarlamaya çalışır, tıpkı her bir kişinin olası davranışları-

m gördüklerine ve başkalarının yapmasını beklediği davranışlara göre ayarlaması gibi. (Becker 2013:222)

Sapkınlık meselesini örnek olarak alırsak, sembolik etkileşimcilik, sapkınlık olayına dahil olan tüm tarafları dikkate almamız gerektiğinde ısrarcıdır. Yani sapkın olarak adlandırılan faaliyetlerin ortaya çıkması için pek çok insanın ya da grubun açık ya da örtülü dayanışması ve ortak eylemi gereklidir. Becker'a (2013:223) göre sapkınlığı kolektif bir eylem olarak gördüğümüzde, "insanların, bu eyleme iştirak eden diğerlerinin tepkilerini de dikkate alarak hareket ettiğini hemen fark ederiz. İnsanlar yaptıkları şeyi arkadaşlarının nasıl değerlendireceğini ve bu değerlendirmenin kendi itibarlarını nasıl etkileyeceğini dikkate alırlar."

Bir başka deyişle, toplumsal etkileşim basitçe insan davranışının bir ifadesi veya çıktısı değil, insan davranışını *inşa eden* bir süreçtir. Basitçe söylersek, "insanlar birbirleriyle etkileşirken diğerinin ne yaptığını ya da yapmak üzere olduğunu değerlendirmek zorundadır; bu değerlendirmeden hareketle kendi davranışlarına yön vermeye ya da durumlarını ele almaya itilirler. Böylelikle, kendi davranışlarının oluşumunda diğerlerinin faaliyetleri müspet etkenler olarak devreye girer; insanlar diğerlerinin eylemlerine bakarak kendi niyet ya da amaçlarını bir kenara itebilirler, yeniden gözden geçirebilirler, askıya alabilirler, pekiştirebilirler ya da bunların yerine yenilerini belirleyebilirler" (Blumer 1969:8). Erving Goffman, *Damga*'da bu sürecin damgalı (beklediğimizin dışında, istenmeyen bir farklılığa sahip olan) kişi ile "normal" olanlar arasındaki ilişkiye yansıyışım şu sözlerle özetler:

Damgalı birey ile bir arada olduğumuzda onun için söz konusu olabilecek her potansiyel huzursuzluk kaynağı, onun bu durumun farkında olduğunu, onun da farkında olduğumuzun farkında olduğunu, hatta onun farkında olduğuna ilişkin farkındalığımızın da farkında olduğunu sezdiğimiz bir şey haline gelebilir. Bu durumda, Meadci sosyal psikolojinin, nasıl başlatılacağını söylediği ama nasıl son verileceğini söylemediği karşılıklı algılamının bitmek bilmez çevirimi için ortam artık müsaittir. (Goffman 2014:49-50)

Süreç bununla da sınırlı değildir. Hatırlayalım, Mead'in benlik kuramının önemli katkılarından biri insanın kendi davranışının nesnesi ya da kendisinin nesnesi olabilmesidir. Geçmiş ve gelecek durumları kendimize sunabilme ve tasarlayabilme kapasitemizin bir parçasını da *kendimizi* kendimize sunma yeteneğimizi içerir: "Kendimiz hakkında diğer nesneler gibi düşünme kapasitesine sahip olmamız gerekir. (...) Yani, kendimiz hakkında etrafımızdaki dünyadaki nesneler (ve diğer insanlar) hakkında düşünebildiğimiz

gibi düşünebiliriz, belirli bir durumda bir geri adım atarak önceki yaptıklarımız üzerinde düşünebiliriz ve mevcut bir durumda diğerlerinin bize nasıl bakacağını ve bizi nasıl gördüklerini zihnimizde canlandırabiliriz. Dolayısıyla, bu kendilik-bilinci kapasitesidir.” (Cuff vd. 2013:141)

Sosyal etkileşimde diğer(ler)inin eylemleri ve eylemlere yükledikleri anlamları hesaba katmanın önemli imalarından biri etkileşimin taraflarının birbirlerinin rollerine bürünebilme gerekliliğidir. Blumer (1969:9-10) karşılıklı role bürünme konusunu bir silahlı soygun sahnesi tasarlayarak anlatır: silahını doğrultup kurbanı ellerini yukarı kaldırmasını söyleyen soyguncu, olaya kurbanın penceresinden bakabilmeli ve kurbanın olası tepkisini hesaplayabilmelidir; aynı şekilde, “eller yukarı” komutunu alan kurban da bu komutu soyguncunun gözünden görmeli ve komuta uyma ve uymama durumunda soyguncunun neler yapabileceğini hesaplayabilmelidir. İnsanların topluluk halindeki yaşamı bu durmaksızın süregiden tanımlama, anlamlandırma ve hesaplama faaliyetlerinin bütünüdür.

Sembolik etkileşimciliğin kuramsal ve kavramsal olarak en heyecan verici önermelerinden biri insanlar ve insan gruplarının “dünyalarının” “nesnelerden” oluştuğu ve bu nesnelerin sembolik etkileşimin ürünü olduklarıdır. İşaret edilen, gösterilen herhangi bir şey bir nesnedir. Blumer nesneleri analitik olarak üç ayrı grupta toplar: a) Sandalye, masa, ağaç, bisiklet gibi fiziksel nesneler b) Öğrenciler, rahipler, anne ya da bir arkadaş gibi toplumsal nesneler c) Ahlakî ilkeler, felsefi doktrinler ya da adalet, sömürü ya da şefkat gibi soyut nesneler.

Nesnenin kendine içkin bir anlamı ve de bir değeri yoktur. Bir nesnenin doğası, bir nesne olarak onu işaret eden ve anlamlandıran kişi, grup ya da kurum (ve elbette diğer kişi, grup ya da kurumlarla etkileşim içerisinde) tarafından belirlenir. Burada, bu yaklaşım ile pragmatist felsefenin anlam inşa süreçlerine dair önermeleri ile paralellliği görmek mümkündür. Bu kavrayışın son derece önemli sonuçları mevcuttur:

1. İnsanların çevreleri ve ortamları ile ilgili son derece farklı bir resim sunar. Onların bakış açısından çevre *sadece*, söz konusu insanların tanıdıkları ve bildikleri nesnelerden oluşur. (...) Buna göre, aynı mekânsal konumda yer alan ya da yaşayan insanlar çok farklı çevrelere sahip olabilirler; dip dibe yaşayan insanlar aslında çok farklı dünyalarda yaşıyor olabilirler.
2. Nesneler toplumsal yaratılar olarak düşünülmelidirler (sahip oldukları anlamlar anlamında) (...) Nesnelerin, insanların bu nesneleri işaret etmek ve tanımlamak suretiyle ortaya koydukları anlamları dışında sabit bir konumu yoktur. (Blumer 1969:11-12)

Bu yargılar dış dünyanın ontolojik konumu ile ilgili olmaktan çok gerçek ve gerçeklik arasında yapılan ayırmadan hareket eder. Erken dönem Chicago Okulu sosyologlarından W.I. Thomas'ın sloganı bu ayrımı şu şekilde ortaya koyar: "insanlar durumlarını gerçek olarak tanımladıklarında, onlar sonuçları itibarıyla gerçektir" (Cuff vd. 2013:146). Örneğin insanların büyüye ve büyücülerin varlığına inanmaları onlar için gerçek sonuçlara sahiptir; bu inanç, gerçek, bilimsel ya da doğru olup olmamasından bağımsız olarak temel toplumsal ilişkilerden, tarımsal faaliyetin düzenlenmesine kadar sayısız "gerçek" toplumsal sonuçlara sahiptir (bkz. Evans-Pritchard 1976). Bir başka deyişle "durumlara içkin anlamlar yoktur, bu anlamların kaynağı ilgili bireylerdir; belirli durumlar içinde yer alan bilim adamları ve sokaktaki insanlar bu durumları farklı biçimlerde görebilirler." (Cuff vd. 2013:147)

Yakın plan: Howard Becker ve Erving Goffman

Hariciler (2013) bir normallik ve sapkınlık sosyolojisi çalışmasıdır. Becker, sapkın olanla olmayan arasındaki ayrımın zamana, mekâna ve farklı kişilere göre değişen "doğasını" sorunsallaştırır. Sapkınlığın doğal bir durum ya da hal değil, bir süreç olduğunu iddia eden Becker, sapkınlığın toplum tarafından yaratıldığını vurgular: "*Toplumsal gruplar, ihlal edilmesi sapkınlık olarak tanımlanan kurallar koyarak sapkınlığı yaratırlar*. Bu kuralları belirli kişilere uygularlar ve bu kişileri de hariciler olarak etiketlerler. Bu açıdan bakıldığında sapkınlık, kişinin gerçekleştirdiği davranışa içkin bir nitelik değil, daha ziyade kuralların ve yasakların başkaları tarafından bir 'suçluya' uygulanmasının ortaya çıkardığı bir sonuçtur" (Becker 2013:31). Yani bir davranışın sapkın olup olmadığı başkalarının bu davranışa verdiği tepkiye ve sapkın olarak etiketlenenlerin kendisini etiketleyenlere verdikleri tepkiler belirler. Zira aynı davranış belirli bir zaman diliminde bir kuralın ihlali olarak ele alınırken, başka bir zaman alınmayabilir ya da yine aynı davranış bir kişi ya da grup tarafından yapıldığında kural ihlali olarak tanımlanırken başka bir kişi ya da grup tarafından yapıldığında alınmayabilir. Özetle, "sapkınlık davranışa içkin bir nitelik değildir; davranışta bulunan kişiler ile o davranışa tepki gösterenler arasındaki ilişkiye içkin bir niteliktir" (Becker 2013:37). "Etiketleme teorisi" olarak adlandırılan bu yaklaşım şu şekilde özetlenebilir:

Sapkınlık daha çok kamusal bir meseledir ve sapkınlık, geleneksel olarak yapıldığı gibi aslında kamu tarafından damgalanan inşalardır, yani onlar örneğin mahkemeler, psikiyatrik itiraflar gibi süreçlerden geçer-

ler. Dolayısıyla, normaller ve sapkınlar arasındaki farklılık onların bireysel özelliklerinden kaynaklanmaz. Aralarındaki farklılığın kaynağı onların sosyal kontrol birimleri, yani toplumsal kuralları uygulamaya çalışan farklı yönetim organları tarafından genelde nasıl alındıklarıdır. (Cuff vd. 2013:156)

Sapkın davranışı belirleyen şey kural koyma ve dayatma iradesidir ki, bu mesele özünde bir iktidar mücadelesidir. “İşgal ettikleri toplumsal konumun kendilerine gerekli silahları ve gücü verdiği toplumsal gruplar, kendi kurallarını dayatmak konusunda en yetkin olanlardır.” (Becker 2013:40)

Becker’ın, sapkının sosyolojik çözümlemesinde işe koştığı kavramlardan biri Everett C. Hughes’tan ödünç aldığı “kariyer” kavramıdır. Kavram çeşitli toplumsal grupları profesyonel veya bürokratik kariyer kavramı çerçevesinde ele almayı önerir (Cuff vd. 2013:143). Kavram “bir mesleki yörüngede konumlanmış herhangi birinin bu yörünge içerisinde bir konumdan diğer bir konuma doğru yaptığı hareketlilik silsilesine gönderme yapar” (Becker 2013:48). Buradan hareketle Becker, sapkınılığı sabit bir durum, nitelik ya da hal olarak almaktan ziyade, farklı ve değişken aşamaları ve evreleri olan bir kariyer olarak ele alır. Kariyer nesnel olarak bir dizi statü ve açıkça tarif edilmiş görevlere göndermede bulunurken, öznel olarak “bir kişinin kendi hayatını nasıl değerlendirdiğine ve çeşitli özelliklerinin, eylemlerinin ve başına gelenlerin anlamını nasıl yorumladığına dair hareket halindeki bir bakış açısidir” (Hughes 1937:410). Damgalı bireylerin ahlaki kariyerlerini ele alan Goffman (2014:66) iki ayrı safhadan bahseder: “i) damgalı bireyin normallerin bakış açısını öğrendiği ve içselleştirdiği safha ve ii) bu damgaya sahip olduğunu artık iyice öğrendiği ve ona sahip olmanın beraberinde getirdiği sonuçları bu kez ayrıntılı bir biçimde ve netlikle kavradığı safha.” Goffman bu iki safhanın birbiri arkasına gelmesi ve birbirini etkilemesinin, damgalı bireyin hayatının geri kalanındaki ahlaki kariyer güzergâhlarını ayırtıracığını ve farklı örüntülerin ortaya çıkacağını söyler.

Damgalı bireyin manevi kariyeri hangi temel örüntüyü arz ederse etsin, bir damgaya haiz olduğunu öğrendiği deneyim anı her zaman hususi bir önem arz eder; çünkü bu andan itibaren, kendileri de aynı damgaya sahip ötekilerle yeni bir ilişkiye sürüklenmesi muhtemeldir. (Goffman 2014:70)

Genellikle “belli kurallar grubunu ihlal eden norm dışı davranışta bulunmak” ile başlayan sapkının kariyerindeki son hamle “organize bir sapkın grubuna dahil olmaktır” (Becker 2013:63). Dans müzisyenleri örneğinde bu grup toplumun daha geleneksel üyelerininkinden farklı bir kültür ve ya-

şam tarzını inşa edebilirler. Robert Redfield'in kültürle ilgili antropolojik tanımından ("bir toplumun üyeleri tarafından alışıl gelmiş olarak kabul edilen davranışların herkes için geçerli hale gelmesi") hareket eden Becker, bu grupların bir altkültür oluşturduklarını söyler: "Nerede bir grup insan başka insanlardan bir miktar yalıtılmış bir parça ortak yaşama, toplum içinde ortak bir yere, ortak sorunlara ve belki de birkaç tane ortak düşmana sahipse orada bir kültür doğar." (Hughes'tan akt. Becker 2013:112)

Benzer bir şekilde, Erving Goffman da *Tımarhaneler* adlı çığır açıcı çalışmasının bir bölümünde "Akıl Hastasının Ahlâki Kariyeri"ni (Goffman 2015:139-185) ayrıntılı bir şekilde ele alır. Goffman, kariyer terimini bir kişinin hayatı boyunca izlediği yolun herhangi bir toplumsal aşamasına gönderme yapmak için kullanır: "Kavramın bir yönü, benlik imgesi ve kabul edilen kimlik gibi, değer verilen ve sıkı sıkıya kavranan iç meselelere ilişkindir. Diğer yönü ise resmî konumla, yasal ilişkilerle ve yaşam tarzıyla ilgilidir ve herkesin erişebildiği kurumsal kompleksin bir parçasıdır" (Goffman 2015:139). Bu vurgulardan hareketle akıl hastasının kariyerini yatış öncesi hasta, hastanede yatan hasta ve eski hasta aşaması olarak üç ana aşamaya ayırır.

Sapkınlığın içkin bir durum veya hal olmadığını, sapkın davranışı belirleyen şeyin kural koyma ve dayatma iradesi olduğunu belirtmiştik. Becker tarafından bir girişimcilik eylemi olarak adlandırılan, bir kuralın uygulanması sürecin ilk adımı, birinin –bir girişimcinin– zanlıyı cezalandırmaya önayak olmasıdır. İkinci adımsa, eylemin kamuyla paylaşılması ya da teşhir edilmesidir. Üçüncü adımdaysa insanlar bunu yapmakta fayda gördüklerinde kuralın dayatılmasını zorunlu kılarlar. Son olarak, kuralın uygulanmasına cesaretlendiren kişisel çıkarın mahiyeti, uygulamanın gerçekleştiği durumun karmaşıklığına göre değişir (Becker 2013:156). Bununla birlikte, bir kuralın uygulanması zorunlu değil, seçicidir ve kişiye, zamana ve duruma bağlı olarak değişiklikler gösterir. Esrar Vergisi Yasası'nın hikâyesini aktaran Becker kural koyma ve dayatma iradesinin bir toplumsal iktidar mücadelesi olduğunun ve farklı çıkarların süreçteki rolünün altını çizer. Yasa sürecinin dışında kalanlar ise yasanın oluşumuna katkıda bulunduğu hariciler sınıfı –esrar kullanıcıları– olmuştur: "Güçsüz, örgütsüz ve karşı saldırı için gerekli meşru temellerden yoksun esrar içicileri otumlara temsilci göndermemişler ve onların bakış açısı kayıtlara geçmemiştir." (Becker 2013:180)

Sapkınlık meselesini ele alanları bekleyen önde gelen zorluklardan biri sürece müdahil olan her iki tarafı da –yani hem kuralı çiğneyenlerin hem de kuralı dayatanların bakış açılarını da– ele almanın ya da yakalamanın zorluğudur. Örneğin madde bağımlılığını çalışan bir araştırmacı iki farklı ana hikâye dinlemek ve aktarmak zorunda kalacaktır: Madde bağımlılı-

ğının doğruluğunda iddia eden ve madde bağımlılarını yargılayan haricilerin kötülüğünde ısrarcı olan bir hikâye ve bağımlıların suçlu, güvenilmez ve ahlâksız tipler olduğunu vurgulayan karşı hikâye. Araştırmacı hangi hikâyeyi öne çıkardığı oranda tek taraflı ve saptırılmış bir görüş sunmakla suçlanacaktır. Bununla birlikte, iki farklı bakış açısını da anlamlı kılan “daha yukarıdan bir gerçeklik” tarifi yapmak da mümkün olmayacaktır (Becker 2013:211). Becker, *Hariciler*’de sunduğu anlatının “gerçekliğin” çarpıtılmış bir görüntüsü olmadığını not eder:

Bu, çalıştığımız insanların gerçekliğidir. Deneyimlerini yorumlayarak yaratıkları ve ona göre hareket ettikleri bir gerçekliktir. Eğer bu gerçekliği sunmazsak o zaman açıklamaya çalıştığımız olguya ilişkin tam anlamıyla sosyolojik bir kavrayış geliştiremeyiz. (Becker 2013:212)

Hariciler kuramsal ve kavramsal yaklaşımının özgünlüğüne ek olarak, araştırma tasarımı ve kullandığı yöntemler açısından da etkileşimci bir araştırma gündeminin ana hatlarını bize sunmaktadır. Kendi çerçevesini de *etkileşimci sapkınlık kuramı* olarak adlandırır. Becker, bir kuram inşa etmeye başlamadan evvel kuramlaştırmaya çalıştığımız şeye yakından bakmamız gerektiğini söyler. Bu açıdan Blumer’in sosyal bilimci ile araştırma nesnesi arasında yakın ilişki olması gerektiği yönündeki önerisini takip eder (Joas 2013:119). Temel veri toplama yöntemi olarak yoğun alan gözlemine başvurusu, etkileşimci kuramın sıradan, gündelik ve alelade olanı ciddiye alması ve gizemli ve görünmez güçleri açıklayıcı etkenler olarak kabul etmesi ile ilgilidir (Becker 2013:234). Araştırmacıyı bekleyen zorlu görevlerden biri gündelik ve sıradan olanı incelerken, bunların sosyolojini analitik kategorileri ile bağıntısını ortaya koyabilmektir:

Çömez sosyologlar alan araştırması yapmakta sıklıkla büyük zorluk çekerler; çünkü kitaplarda okudukları biçimiyle sosyolojiyi etraflarında gördükleri insan etkinliklerinde bulamazlar. Bir fabrikayı ya da bir okulu gözlemlemek için sekiz saat harcadıktan sonra, iki sayfa notla ve “pek bir şey olmadı” açıklamasıyla dönerler. Söylemek istedikleri anomi, tabakalaşma, bürokrasi ya da alışlagelmiş sosyolojik konulardan herhangi birini sahada bulamadıklarıdır. Bu kavramların analitik amaçlar doğrultusunda, yani insanların birlikte yaptıkları bazı şeyleri daha iyi kavrayabilmek için, bu birlikte yapılan şeylerin belli açılardan yeterince birbirleriyle benzeştiklerine ve bu sebeple de benzer bir çözümlemeye olanak verdiklerine kanaat getirerek bizim tarafımızdan inşa edildiğini fark etmezler. (...) Önemli bir yöntemsel sorun, etnografik ayrıntılardan, araştırmaya başladığımızda sahip olduğumuz

ya da araştırma esnasında farkına vardığımız sorunsalları ele almada faydalı olacak kavramlara geçişi sağlayacak bir prosedürü sistematikleştirebilmektir. (Becker 2013:231)

Becker'ın yoğun saha çalışması vurgusu Blumer'in araştırmacıları doğrudan ampirik toplumsal dünyanın incelenmesine çağırmasıyla paraleldir. Ampirik toplumsal dünya insanların gerçek grup yaşamına karşılık gelir. "İnsanların, kendi yaşam biçimleriyle iştigal ederken bireysel ya da grup olarak deneyimlediklerinden ve yapıp ettiklerinden; bazılarının eylemlerinin yayılmasıyla diğerlerinin eylemlerini etkilemesinden doğan iç içe geçmiş büyük eylem komplekslerini kapsar ve katılımcılar arasındaki çok çeşitli ilişkileri cisimleştirir" (Blumer 1969:35). Basitçe söyleyecek olursak ampirik toplumsal dünya gündelik deneyimin dünyasıdır; araştırmacının önündeki zorluk ise bu dünyanın yakından incelenmesidir.

Gündelik yaşamın hayret verici bir dikkat ve ayrıntı düzeyinde ele alınışına verilebilecek en özgün örneklerden biri şüphesiz Erving Goffman'ın çalışmalarıdır. *Tımarhaneler: Akıl Hastalarının ve Kapatılmış Diğer Kişilerin Toplumsal Durumu Üzerine Denemeler* (2015), *Damga* (2014), *Gündelik Yaşamda Benliğin Sunumu* (2012) ve birbirinden değerli diğer eserleriyle Amerikan sosyoloji geleneğinin kült isimlerinden biri olmuştur Goffman.

Goffman'ın en bilinen ve okuması son derece keyifli çalışması *Gündelik Yaşamda Benliğin Sunumu* (2012) mükemmel bir gündelik yaşam sosyolojisi örneğiydi. Kitabın konusu bireylerin kendilerini ve faaliyetlerini nasıl sundukları ve başkalarının kendisi hakkındaki izlenimlerini nasıl yönlendirdiği ve denetlediğidir. Oyun, rol yapma ve performans bu yönlendirme ve denetleme uğraşının merkezinde yer alır. "Kişi" (*person*) sözcüğünün kökeninde "maske" olması bir rastlantı değildir Goffman'a göre ve kişilerarası iletişim ve etkileşim belirli bir "yapmacıklığı" ve "sahteliği" barındırmak zorundadır. Örneğin herhangi bir dersi aldığınız hocanızla ödev ve sınav konuları hakkında, sınıf ortamında yaptığınız konuşma ile yurt odanızda aynı konu hakkında arkadaşlarınızla yaptığınız sohbet arasındaki farkı düşünün. İki farklı alandaki iletişim ve davranış biçimleriniz arasındaki fark Goffman'ın 'kuruluşlar' olarak terimleştirdiği organizasyonlarda yaygın bir davranış örüntüsüdür: Hastaneler, mağazalar, oteller, bürolar vd.

Goffman tiyatro benzetmesinden yararlanarak bu alanları "ön" ve "arka" bölgeler biçiminde tanımlar ve onların mevcudiyetini bireysel benliğin sunulusunun çoğu kez bir takım işi, kolektif bir etkinlik olduğunu göstermek için kullanır. Tiyatroda olduğu gibi, kamunun gözü önünde olup biten şeyler [diğerlerine] belirli bir duyguyu iletecek biçimde organize edilir. Bu tür organi-

zasyonlarda, ayrıca çoğu kez ilişkili hizmetin yetkin, profesyonel bir biçimde sunulmasına uygun düşmeyen tutumlar yer alır. (Cuff vd. 2013:154)

Bununla birlikte performanslar her zaman sorunsuz değildir. Goffman, performanslarda yaşanan aksamalara “hadiseler” der: Kasıtsız hareketler, davetsiz misafirlikler, çam devirmeler, gaflar ve rezaletler gibi.

Tımarhaneler “akıl hastası” kategorisini tümüyle sosyolojik bir bakış açısıyla ele alma çabasının bir ürünüdür. Goffman, bir total kurum olan akıl hastanelerinde, dışarıdan bakıldığında olağanüstü, mantıksız, aptalca, akıl dışı ve korkunç olarak görülen pek çok kural ve davranışın aslında belirli bir mantığa dayandığını gösterir. Yapılması gereken şey, sözlü kültürleri inceleyen antropoloğun yaptığı gibi, akıl hastasının hayata bakış açısını kavramaktır. Böylelikle kural ve davranışların belirli bir mantığa ve sosyallik örüntülerine sahip olduğu kavranacaktır. Yani, “akıl hastalarına” özgün olduğu ya da hastalığa içsel olduğu düşünülen hasta davranışının kapatılmış kurum içerisinde karşılıklı toplumsal etkileşimin sonucu olarak ortaya çıktığını iddia eder: “Akıl hastanelerini çalışan bir kişi, akıl hastaları için iddia edilen deliliğin ya da ‘hasta davranışı’nın, öncelikli olarak akıl hastalığının bir ürünü olmadığını, fakat iddia sahibinin, hastanın içinde bulunduğu durumla olan toplumsal mesafesinin bir ürünü olduğunu fark eder” (Goffman 2015:142). Örneğin hastaların biriktirme ya da çöp karıştırma gibi davranışları zihinsel problemlerinin bir parçası olarak değil, sistemden istifade etmenin yolları olarak görülür. Özel hayatın olmadığı ve kaynakların kıt olduğu bir ortamda bu tür davranışlar ayakta kalma ve kendi dünyasını inşa etme süreçlerinin bir parçasıdır. (Cuff vd. 2013:155; Goffman 2015:227)

Sürekli gözetim, yasak alanlar, diğer hastalarla birlikte davranmak durumunda kalınması, yat-kalk-yemek-eğlence saatlerinin bürokratik olarak idare edilmesi, hastalarla çalışanlar arasındaki katı hiyerarşi... Bütün bu etmenler total kurumların temel olgularıdır. Goffman böyle bir ortamda hastaların kendine saygı kırıntılarını sürdürebilme mücadelesinde başvurduğu yolları araştırır (Cuff vd. 2013:155). Goffman saklama araçlarına, çeşitli rol yapma türlerine, hastaların kendi aralarındaki gizli işaretlemelerine ve özellikle de gözden ve gözetimden uzak kalabildikleri mekânlara (*serbest bölgeler*) yoğunlaşır:

Serbest bölgeler, personel-kapatılmış kişi ilişkisinin olağan gösterisinin sahne arkalarıdır. Central Hospital’deki serbest bölgeler, çoğu zaman, özellikle yasaklanmış faaliyetlerin gerçekleştiği yerlerdi. Hastanenin arkasındaki ormanlık alan kimi zaman gizlice içki içmek için kullanılırdı. Rekreasyon binasının arkasındaki alan ve hastane arazisinin ortasına yakın bir yerde bulunan büyük ağacın gölgesi poker oynamak için kullanılırdı. (Goffman 2015:243)

Becker ve Goffman sosyal bilimcilere ve iletişim öğrencilerine basitçe şunu söyler: Konforlu ofislerinizden, ezberlerinizden, hazır teorik çerçevelerden, önyargılarınızdan ve ön-kabullerinizden kurtulun ve dış dünyanın karmaşıklığını, sahanın içinde kaybolarak, hiçbir ayrıntıyı atlamadan kavramaya gayret edin.

Eleştiriler ve genel değerlendirme

Chicago Okulu'na yöneltilen en önemli eleştirilerden biri, okulun ampirik yönü kuvvetli ama teorik açıdan zayıf eserler ortaya koyduğudur. Kimi yorumlar Chicago Okulu çalışmalarının, özellikle de Park liderliğinde yapılan araştırmaların, bir tür gazetecilik faaliyetini andıran ve betimleyici düzeyde kalan, yetersiz çalışmalar olduğunu iddia eder. Bir başka eleştiri ise sembolik etkileşimciliğe yönelir. Teorinin benliğin bilinç düzeyi üzerine yoğunlaştığı, bilinçaltı ya da bilinçdışı boyutlarını ise göz ardı ettiği söylenir. Gerçekten de gerek Mead'in, gerek Blumer'in sembolik etkileşimci çerçevelerinde bilinçdışının ya da bilinçaltının hiç sorunsallaştırılmadığı görülür (Hardt 1992:19). Sembolik etkileşimcilik, kişiler arası olgulara yoğunlaşırken, güç ve egemenlikle ilişkili sorunları göz ardı etmekle de eleştirilir (Joas 2013:99). Bir başka eleştiri de kişilerarası ilişkilere yoğunlaşan etkileşimcilerin, toplumsal aktörleri birbirine bağlayan ve aynı zamanda sınırlandıran görünmez nesnel ilişki ve yapıları göz ardı etmesidir (Postill 2010:16).

Tüm bu eleştirilerin haklılık payı vardır. Lakin Chicago Okulu, sosyoloji ve iletişim bilimleri alanlarına getirdiği antropolojik ve etnografik ruhla; modern şehir hayatının son derece renkli ve ayrıntılı resmini çizmesiyle; araştırmacıları masalarının başından kalkmaya ve gerçek insanların, gerçek toplumsal ve kültürel ilişkilerine tanık olmaya çağırmasıyla 20. yüzyılda sosyal bilim zanaatının gelişiminde paha biçilmez katkılarda bulunmuştur. Burada özellikle iletişim bilimcilerin çıkarması gereken çok önemli bir ders vardır: İletişim toplumsal yapılara, benlik oluşumuna, gündelik etkileşimlere, daha başka bir ifadeyle aklıma gelebilecek tüm toplumsal yapı ve pratiklere işlemiş, gömülü bir haldedir. Chicago Okulu bizi medya ve iletişimi bir pratik olarak ele almaya, iletişimciyi de toplumsal ilişkileri uzaktan, masa başında değil, sokakta, sahada, gerçek yaşamın kir ve pası içinde anlamaya çalışmaya davet eder. Bu ders, iletişim ve medya çalışmalarının “temsil” sorunsalı ve metin analizi konularına fazlasıyla boğulmuş Türkiye örneği için ayrıca kıymetlidir.

Okuma Önerileri

- Bütünlüklü bir analiz ve tarihçe için Morva (2013).
- Eleştirel bir çerçeve için Hardt (2005).
- Okulun önemli temsilcilerin eserleri için Park ve Burgess (2015), Becker (2013), Goffman (2012, 2014, 2015).

ERKEN DÖNEM AMERİKAN İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI II: GÜÇLÜ ETKİLER PARADİGMASI

Bu bölümde Chicago Okulu ile aynı tarihsel dönemde faaliyet gösteren ama iletişim olgusuna bambaşka bir paradigma içerisinden yaklaşan farklı bir Amerikan geleneğine odaklanacağız. Davranışsalcı bir yaklaşıma sahip olan bu gelenek, kendine kitle iletişim araçlarının etkilerini merkezî problem olarak belirlemiştir. 20. yüzyılın ilk yarısında son derece popüler olan ve güçlü etkiler paradigması olarak adlandırılan bu kuramsal geleneğin İkinci Dünya Savaşı sonrasında yerini yeni paradigmalara ve sorulara bıraktığını göreceğiz.

Bu bölümde ele alınacak olan konular şunlardır:

- Kitle iletişim araştırmaları üzerine ilk araştırmalar ve çalışmalar
- Payne Fund çalışmaları
- Walter Lippmann ve kamuoyu
- Harold D. Lasswell ve propaganda

Kitle iletişim araçları ve güçlü etkiler paradigması

Kitle iletişimi alanı üzerine çalışmaya başlayan biri, genellikle, bu araçların önem ve etkisinin büyüklüğünü ileri sürerek işe başlar. Sonra, anlamaya çalıştıkça yaşamının önemli bir bölümü bunun tam olarak böyle olmadığını bulmakla geçer. Hayal kırıklığı yaratan herhalde iletişim olgusunun toplum-

sal yaşam açısından önemsizliğinin ortaya çıkması değil, araca ve tekniklere atfedilen nitelikler ve bu nitelikleri bilmenin, böyle bir gizeme sahip olmanın sağlayacağını düşündükleri özel statünün sağlam biçimde elde edilmiş olmasıdır. (Alemdar ve Kaya 1983:5)

Korkmaz Alemdar ve Raşit Kaya'nın yukarıdaki sözleri, kitle iletişim araştırmalarının ve teorilerinin ortaya çıkış ve olgunlaşma dönemleri için de geçerlidir. İletişim araştırmacılarının, ortaya çıkan her yeni araçla (telgraf, radyo, televizyon ya da internet) ilgili sordukları ilk soru bu aracın etkisinin ne olduğu olmuştur. Bu sebeple, kitle iletişimi araştırmalarının tarihinin, kitle iletişim araçlarının insanlar üzerindeki etkilerinin araştırılmaya başlamasına dayanır diyebiliriz (Abercrombie ve Longhurst 1998:4).

McQuail ve Windahl (1997:17), kitle iletişim araştırmalarının, özellikle 20. yüzyılın başında önceleri kitle basın organlarının etkileri ve daha sonra film ve radyonun ahlâksal ve toplumsal sonuçlarına duyulan ilgiye dayanmakta olduğunu söylerler. Bu araştırmaların işlevsel bir yanı da vardır. Eğitim, propaganda, telekomünikasyon, reklam ve kamu ve insan ilişkileri alanlarının verimliliğinin nasıl artırılacağı ve etkilerinin nasıl sınanacağı erken dönem iletişim araştırmalarının merak konuları olmuştur. Böyle bir tarihsel zemin üzerinde yükselen etki araştırmaları özellikle iletişim araçlarının kitleler üzerindeki olumsuz etkileri üzerinde durmuştur. Bu yaklaşıma göre medya, yozlaşma, uyuşma, kandırılma, zihin bulandırma, şiddete teşvik ve benzeri olumsuzlukların temel sorumlusudur.

Kitle iletişim kuramları ile propaganda incelemeleri arasında güçlü bir bağ söz konusudur. James Carey (1997:15), kitle iletişim araştırmalarının Birinci Dünya Savaşı civarlarında savaş ve barış zamanı propagandasının incelenmesi ile ortaya çıktığını söyler. Savaş zamanında büyük askerî güçlerin ve devletlerin propaganda faaliyetleri öne çıkarken, barış zamanında çıkar gruplarının, özellikle de büyük şirketlerin ve işadamları sınıfının öndedir. Propaganda analizlerinin neredeyse tamamının üzerinde hemfikir oldukları nokta, kitle iletişim araçlarının ve gitgide karmaşıklaşan halkla ilişkiler ve reklamcılık makinesinin toplumsal düzen için tehdit oluşturduğudur. Bu analizlere göre şeytani propaganda makinesi, kitlelerin ve bu kitlelerin parçası olan bireylerin, rasyonel, makul ve akılcı karar vermelerinin önünde bir engel teşkil eder. Çok basitçe söyleyecek olursak; kitle iletişim araçları çok güçlü ve örgütlüdür ve birey bu güçlü ve örgütlü makine karşısında bir başına ve takatsizdir. Ünlü iletişim bilimci Wilbur Schramm'ın sözleriyle:

Birinci Dünya Savaşı, Komünist ve Nazi propagandası ardından izleyici "boy hedefi" olarak ele almıyordu. Eğer devasa propaganda makinesinin ve kit-

le iletişim araçlarının devasa çarklarının arasına girerse insan kolayca değiştirilip dönüştürülebilirdi bu düşünceye göre. Propaganda bir nefret sözcüğü olarak anılır oldu. İletişimin karşı konulamaz gücünün karşısında savunmasız insanlar vardı. (Schramm 1971:8)

1933 ve 1945 yılları arasında Nazi Almanyası'nda Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı yapmış olan Joseph Goebbels'in "Dünyaya ilk sözü söyleyen her zaman haklıdır" sözleri kitle iletişimi ve propagandaya duyduğu inancı yansıtıyordu. Gerçekten de Goebbels'in kitle iletişim araçlarının gücüne duyduğu inanç pek çok iletişim araştırmacısı tarafından paylaşılıyordu. Örneğin Rose, ırksal hoşgörü mesajı yayan filmler ve diğer iletişim araçlarının, özellikle konu hakkında yeterince düşünmemiş çocuklar üzerinde etkili olacağını iddia etti. Herz ise propagandanın savunmaya değil, saldırıya yönelik bir silah olduğunu vuruluyordu (Klapper 1960:53-54).

İletişimin kendisini hem bilimsel bir inceleme nesnesi hem de bilimsel bir disiplin olarak inşa etme sürecinde iki tarihî figürün öne çıktığını görürüz: Walter Lippmann (1889-1974) ve Harold D. Lasswell (1902-1978). Şimdi bu iki isme biraz daha yakından bakalım.

Walter Lippmann ve *Kamuoyu* (1922)

Modern iletişim araştırmaları, Lippmann'ın *Public Opinion* (Kamuoyu, 1922) başlıklı kitabı ile başlar. Her ne kadar kitabın başlığı *Kamuoyu* olsa da kitabın konusu kitle iletişim araçlarıdır. Hatta Elisabeth Noelle-Neuman (1998:166), kitabın en zayıf kısımlarının kamuoyunu tanımladığı ve tartıştığı kısımlar olduğunu belirtir ve kitabı bitiren bir kişinin şu sonuca varacağını şaka yollu not eder: "Kamuoyu nedir, hâlâ bilmiyorum." Bununla birlikte kitap, belirli bir araştırma geleneğini başlatmış ve kitle iletişim araçları araştırmalarındaki merkezî sorunsalı değiştirmiştir (Carey 1997:22). Yine Noelle-Neumann'dan aktaracak olursak:

Gerçekte, bu kitap –sansasyonel bir havaya bürünmeyen– bir ifşa kitabıdır. Fakat ifşaları insanın doğal eğilimlerine, insanın kendi imgesine öyle aykırıdır ki, yayımlanışından uzun bir süre sonra bile hâlâ yepyenidir ve entelektüel düşün tarafında hâlâ özümselememiştir. Lippmann, modern dünyada insanların nasıl bilgi edindiği, yargı oluşturduğu ve buna göre davrandığı hakkında kendimizi nasıl rasyonelce kandırdığımızı ortaya koyar. (Noelle-Neumann 1998:167)

Son derece geniş kapsamlı ve etkileyici bir çalışma olan *Kamuoyu*’nda Lippmann, insanların kendi düşünceleri ve kavrayışları ile medyanın ona sunduğu düşünce ve kavrayışlar arasındaki ilişkiyi tartışır. Daha basitçe söylersek, insanların gerçeklik olarak algıladıkları çevreleri ve kendilerine ait olduğunu düşündükleri düşünceler üzerinde medyanın, medyanın sunduğu imgelerin ve medya tarafından sunulan gerçeklik örüntülerinin büyük bir etkisi vardır. Lippmann’a göre insan ve çevresi arasında bir sözde/sahte-çevre (*pseudo-environment*) vardır. Lippmann’ın 1922 gibi çok erken bir tarihte ortaya attığı bu güçlü önerme 20. yüzyılın ikinci yarısında pek çok kuramcı tarafından da farklı bağlamlarda ve şekillerde gündeme getirilecektir. İnsanlar çevrelerinde olup bitenleri oldukları haliyle, tüm karmaşıklığı ve açıklığıyla göremezler; daha ziyade çevrelerinin temsilleri ve kurgular üzerinden düşünürler ve kanaat oluştururlar. Lippmann, “kurgu”dan kastının “yalan” olmadığını belirtir; söz konusu olan, çevrenin insan tarafından belirli bir ölçüde temsilidir. Peki, insanlar neden “kurgu”lara, sözde/sahte çevrelere ihtiyaç duyarlar? Lippmann bunun cevabını şu önemli ve etkileyici pasajda şu şekilde verir:

Siyasi bakımdan ilişki içinde olduğumuz dünya, menzilimizin ve görüş alanımızın, düşüncelerimizin dışında yer almaktadır. İnsan bu dünyayı önce araştırmak, betimlemek ve kafasında tasarlamak zorundadır. Hiç kimse, tüm varoluşu bir bakışta kavrayabilecek bir Aristoteles tanrısı değildir. İnsan, gerçekliğin, kendi yaşamını emniyete almaya, onu idare etmeye yetecek kadarını kavrayabilen bir yaratıktır ki bu, zaman terazisinin kefesinde ancak birkaç kısa bilgi ve mutluluk anıdır. Fakat aynı yaratık, hiçbir çıplak gözün göremeyeceği şeyleri görebilmesini, hiçbir kulağın işitemeyeceği şeyleri işitmesinin sağlayan yöntemler icat etmiştir; bu yöntemler sayesinde bir bireyin tek başına yapabileceğinden çok daha fazla nesneyi sayıp birbirinden ayırt edebiliyor. İnsan tini sayesinde, dünyada daha önce hiç görmediği, dokunamadığı, koklayamadığı, duyamadığı ya da aklında tutamadığı koca bölgeleri görmeyi öğreniyor. Böylece, kafasında, ufku dışındaki bir dünyaya ait imgeleri istediği gibi oluşturuyor (Lippmann 1922:29; Noelle-Neumann 1998:169).

Lippmann’ın çerçevesinde iki nokta dikkati çeker. Bunlardan birincisi, gerçek dünyanın ya da Lippmann’ın deyişiyle gerçek çevrenin (*real environment*) kavranamayacak derecede karmaşık ve çetrefil oluşudur. İkincisi ise gerçek çevrenin karmaşıklığı karşısında bireylerin bu karmaşıklığı kavrayabilecek, sınıflandırabilecek ve anılandırabilecek niteliklerden yoksun olduğudur. Bu yargı, Lippmann’ın modern toplumlarda demokrasinin alacağı biçim hakkındaki düşüncelerini derinden etkilemiştir.

Walter Lippmann (1889-1974)

Modern iletişim bilimlerinin kurucu figürü, gazeteci, muhabir ve siyasi analist. “Soğuk Savaş” terimini ilk kullanan, “stereotip” kavramını sosyal psikolojiye katan kişi. Pek çok araştırmacıya göre 1922 yılında yayımlanan eseri *Public Opinion* hem modern gazetecilik çalışmalarının hem de iletişim araştırmalarının kurucu metinlerinden biriydi. Bir süre ABD başkanı Thomas Woodrow Wilson’a danışmanlık da yapan Lippmann, Wilson’un ünlü 14 prensibinin yazılmasında yardımcı oldu. Gazetecilik alanına yaptığı katkılardan dolayı 1958 ve 1962 yıllarında özel Pulitzer ödüllerini alan Lippmann 1974’te New York’ta hayata gözlerini yumdu.

Lippmann’ın iletişim, kamuoyu ve gazetecilik hakkında yazdıkları çağının çok ötesindeydi ve hâlâ güncelliğini korumaktadır.

Lippmann’a göre “insanların kendileri ve başkaları hakkında kafalarında oluşturdukları imgeler, gereksinimler, niyetler ve ilişkiler, onların kamuoyudur. Grupların davranışlarının ya da gruplar adına ön plana çıkan bireylerin davranışlarının temelini oluşturan imgeler, büyük harfle başlayan Kamuoyu’dur” (Lippmann 1922:29). Bununla birlikte, Lippmann, insanların kafalarındaki imgelerin (*the pictures in our heads*) çevrelerinde gerçekten olup bitenlerin eksik ve çarpık bir temsili olduğunu söyleyerek sunduğu çerçeveyi biraz daha karartır. İnsanların gereklere ulaşmasının önündeki engelleri kitabın ikinci bölümünde ayrıntıları ile sıralar:

1. *Sansür ve mahremiyet*: Sansür ve mahremiyet iddiası bilgiye erişmenin önündeki önemli engellerdendir. Lippmann bu bölümde “propaganda”yı da engellerden biri olarak ele alır. Propagandayı, “belirli bir olaya bağımsız erişimimizi engelleyebilen bir grup insanın, haberleri kendi amaçlarına göre eğip bükebilmesi” olarak tanımlar (Lippmann 1922:42). Kelimenin tam anlamıyla propaganda faaliyetini yürütmek için de belirli bir şekilde sansür gereklidir. “Propagandanın mümkün olabilmesi için kamuya olay arasında bir bariyerin olması gerekir.” (Lippmann 1922:43)
2. *Temas ve fırsat*: Lippmann, az sonra propaganda bölümünde ele alacağımız Creel Komitesi gibi organizasyonlarla kamuoyunun şekillendirilebileceğini ve yönlendirilebileceğini söyler. Buna ek olarak, insanların bilgiye erişimde farklı kaynaklara ve fırsatlara sahip olması da önemli bir etmendir. Kişinin eğitim ve gelir düzeyi, okuryazar olup olmaması gibi faktörler edinebileceği bilginin sınırlarını belirler.
3. *Zaman ve dikkat*: Lippmann, vatandaşların çoğunun dış dünya hakkında bilgi edinme konusunda o kadar de istekli olmadığını ve bu konuda za-

man ayırmaktan kaçındıklarını söyler. Ayrıca, farklı araştırmalara referansla, insanların dikkat eşiklerinin de düşüklüğüne vurgu yapar.

4. *Hız, kelimeler ve açıklık:* Az önceki noktayla bağlantılı olarak, kitle iletişim araçları mesajlarını olabilecek en az kelimeyle, olabildiğince hızlı, spotlarla ve özetlerle iletmeğe gayret ederler. Özellikle bu koşullar altında, dil de istenen mesajın iletilmesinde her zaman başarılı olmayabilir. Yani, yanlış bilgilendirmenin ve yanlış anlaşılmanın olması kaçınılmazdır.

CREEL KOMİTESİ (COMMITTEE ON PUBLIC INFORMATION - KAMUOYU BİLGİLENDİRME KOMİTESİ)



Adını siyasetçi ve danışman George Creel'dan alan (1876-1953), Creel başkanlığında kurulan ve asıl adı Kamuyu Bilgilendirme Komitesi olan oluşum, Amerika Birleşik Devletleri hükümetinin bağımsız bir birimdir. Komitenin amacı Amerika Birleşik Devletleri'nin Birinci Dünya Savaşı'na girmesi konusunda kamuoyunu etki altına almak ve yönlendirmektir. Kuruluş tarihi olan 14 Nisan 1917'den 30 Haziran 1919'a kadar geçen 16 ay içerisinde, her türlü propaganda tekniğini ve kitle iletişim aracını kullanarak Birleşik Devletler'in savaşa girmesi konusunda kamu desteğini harekete geçirmeye çalışmıştır. Komite bültenler, posterler, radyo yayınları ve filmlerle

mesajını yaymaya çalışmıştır. Komitenin en ilginç faaliyetlerinden biri 75 bin kişilik "Dört Dakika Adamları"ndan oluşan bir gönüllü ordusu toplaması olmuştur. Bu kişiler, sosyal olaylar ve toplantılarda Amerika'nın savaşa girmesinin faydaları üzerine dört dakikalık (çünkü komiteye göre bir insanın dikkatini diri tutabileceği en ideal uzunluk dört dakikadır) konuşmalar yapmakla görevlendirilmişlerdir. Savaşın sonuna doğru yaklaşık 5.200 toplulukta, 314 milyon kişiye, 7,5 milyon konuşma yapıldığı tahmin edilmektedir.

Hâlâ cevaplanması gereken önemli bir soru var: İnsanlar eğer çevrelerinde olup bitenleri gerçekten tamamıyla algılamaktan acizlerse, kanaatlerini ve davranışlarını neye göre oluşturur ve belirlerler? Lippmann'a göre bu sorunun cevabı "stereotipler" ya da kalıpyargılardır:

Çoğunlukla yaptığımız şey önce görüp sonra tanımlamak değildir; daha ziyade önce tanımlar, sonra görürüz. Dış dünyanın yol açtığı aşırı, cızırtılı kafa karışıklığının içinde kültürümüzün bizim için hali hazırda tanımlamış olduklarını ayırt ederiz ve ayırt ettiklerimizi de kültürümüz tarafından bize kalıpyargı haline getirilmiş şekilde algılarız. (Lippmann 1922:81)

Lippmann, kişilerin detaylar ya da ayrıntılardan ziyade görünürdeki işaretleri görmeye meyilli olduğunu söyler. İnsanlar tiplerle düşünmeye ve genellemelere eğilimlidir çünkü bunun aksini yapmak çok yorucu ve zordur. Modern dünyanın koşturmacası ve telaşına, bir de aynı dünyanın karmaşıklığı eklendiğinde, kalıpyargılar insanlar için güvenli sığınaklar haline gelir. Kalıpyargılar dünyanın tam bir resmini sunmasalar da bizim uyum sağladığımız olası bir dünyanın resmini sunarlar bize: “Burada bendimizi evde hissederiz. Buraya uygundur. Buranın bir üyesiyizdir. Yolu biliriz. Burada tanıdık, normal ve güvenilir olanın cazibesini hissederiz.” (Lippmann 1922:95)

Lippmann, kafamızdaki imgeler ve sahte çevrenin inşasında basın ve haberlerin önemli bir rol oynadığını vurgular. Her gün okuyucunun eline ulaşan gazete aslında bir dizi seçimin ürünüdür: Hangi haberler basılacaktır, hangileri basılmayacaktır; kaçınıcı sayfada, sayfanın neresine, hangi büyüklükte basılacaktır; ne kadar vurgulanacaktır... (Lippmann 1922:354). Lippmann, editörü bekleyen en zorlu görevin bu tercihleri yapmak olduğunu ve bunların da kesin kurallardan ziyade, bazı temayüllere ve alışkanlıklara dayandığını söyler. Neyin haber değerine sahip olduğunu belirleyen bu kişilere ileride Kurt Lewin “eşik bekçisi” (*gatekeeper*) adını verecektir. Lewin ve onun eşik bekçiliği kuramını ilerleyen bölümlerde daha ayrıntılı şekilde ele alacağız.

Buraya kadar anlatılanlardan şöyle bir sonuç çıkar: Lippmann, aydınlanmış ve bilgilenmiş bir kamuoyuna inanmaz. Yani toplumun çok büyük bir kesimi toplumsal ve siyasal meselelerle ilgili yarım yamalak, eksik bir bilgiye sahip olacaktır. Zaten vatandaşların çoğu karmaşık toplumsal ve siyasal meselelerle ilgilenmeyecektir bile. Kamuoyu toplumun ortak çıkarını belirleyecek kapasite ve araçlardan yoksundur; o halde, bu ortak çıkarı belirleyecek, yerel ve kısmi değil evrensel bir çerçeveye sahip olan bir uzmanlar sınıfına ihtiyaç vardır (Lippmann 1922:310). James Carey’in (1997:23) yerinde tespitiyle, “Lippmann siyaseti kamunun, kamuyu da siyasetin dışına iter. Bugünün terimleriyle konuşursak, kamusal alanı depolitize eder.” Lippmann’ın kafasındaki “vatandaşsız bir demokrasi”dir. Demokrasiyi –halk istese de istemese de– işletecek olan kişisel çıkar ya da amaçlardan sıyrılmış, zamane filozof kralları olan bilim insanlarıdır.

Gördüğümüz üzere, Walter Lippmann, özellikle *Kamuoyu* kitabı ile kendisinden sonra gelecek olan araştırmacılara son derece zengin, geniş ve kışkırtıcı bir çerçeve bırakmıştır. Bununla birlikte kamuoyuyla ilgili ortaya koyduğu karamsar tablo Lippmann'ın katılımcı demokrasi fikrine karşı bir tutum almasına yol açmıştır. Bir önceki bölümde incelediğimiz Chicago Okulu'nun önde gelen isimlerinden John Dewey ise ortaya neredeyse Lippmann'ın tam aksi bir iddia atacaktır. Dewey'e göre özgür basın ve kesintiye uğramayan iletişim demokratik bir toplumsal düzenin oluşması için olmazsa olmaz bir gerekliliktir ve ayrıca bunu başarmak da imkânsız değildir. Lippmann'cı anti-demokratik karamsarlığın karşısında Immanuel Kant'tan Hannah Arendt'e ve daha sonra da Jürgen Habermas'a uzanan bir hatta aydınlanmış bir kamusalılık fikrine duyulan inanç her daim yer almıştır.

Harold D. Lasswell ve *Propaganda*

Kitle iletişim araçlarına karşı Lippmann'ın şüpheci tavrını paylaştan önemli bir isim Harold Dwight Lasswell'dir (1902-1978). Kitle iletişim araçları ve propaganda sadece demokratik bir siyasal kültür için tehlike arz etmez; aynı zamanda vatandaşların bilişsel gelişimi ve kültürel gelişimi önünde de bir engel teşkil eder. Dünya Savaşında Propaganda Tekniği (*Propaganda Technique in the World War*) başlıklı çalışmasında Lasswell sözcük hakkında şunları yazar:

Pek çok zihinde uğursuz bir çınlamaya yol açan bir sözcük ortaya çıktı – Propaganda. Etrafımızda, bilinmeyen bir kurnazlık tarafından aldatıldığı ve aşagılındığı görülen kafası karışık, huzursuz veya kızgın insanların sayısında hiç olmadığı kadar artış var. Propaganda sıklıkla bir sövgü nesnesi, bu yüzden de ilgiyi, tartışmayı ve nihayetinde incelenmeyi gerektiriyor. (Lasswell 1938:2)

Lasswell'in *Propaganda* kitabına daha yakından bakmak, dönemin iletişim araştırmalarının ruhunu kavrayabilmek açısından yararlı olacaktır. Lasswell, modern dünyada ve siyasal sistemlerde resmî ve gayrı-resmî propagandanın işgal ettiği önemli yeri vurgulayarak başlar çalışmasına. Savaş zamanında propaganda, düşman devlete karşı girişilen mücadelede askerî baskı ve ekonomik baskının ardından gelir. Propagandanın başlıca amacı “önemli sembolleri –daha somut olarak hikâyeleri, raporları, resimleri ve toplumsal iletişimin diğer biçimlerini– kullanarak kanaati kontrol etmektir” (Lasswell 1938:9). Savaş zamanı propagandasının spesifik amacı ise düşman devletlere karşı duyulan kini beslemek, dost ve tarafsız kuvvetlerle de dostane ilişkiler kurmak ve bu devletleri düşman devletlere karşı harekete geçirmeye ça-

lışmaktır. Propagandacı, düşmanın tüm toplumsal mirası hedef alan bir kötülük olduğu ve ulusal değerlerin hayata geçirilmesi önünde yegâne engel olduğu konusunda kitleleri ikna etmelidir (Lasswell 1938:58). Ayrıca, savaşın sebebi, savaşı başlatan düşmandır ve barışın önündeki yegâne engel de odur. Bu yüzden düşman hem küstah ve kirli olmakla kalmaz; aynı zamanda doğası gereği kötücüdür (Lasswell 1938:78).

Halkın düşmana karşı duyduğu nefreti harekete geçirmek için karşı devleti tehditkâr ve kanlı bir saldırgan olarak sunun. Düşmanı, el üstünde tutulan ideallerin ve ulusun ve ulusun tekil bireylerinin hayallerinin gerçekleşmesi önünde bir engel olarak gösterin. (...) Karşıt devleti tüm ahlâki standartları ihlal eden ve özsaygıyı ayaklar altına alan bir şeytan olarak sunun. (Lasswell 1938:192)

Harold Dwight Lasswell (1902-1978)

İletişim çalışmaları ve siyaset bilimi alanlarında Amerika'nın en önde gelen araştırmacılarından biridir. Doktora çalışmalarını Chicago Üniversitesi'nde tamamlayan Lasswell daha sonra Yale Üniversitesi'nde çalışmaya başlamıştır. Amerikan Siyaset Bilimi Derneği (American Political Science Association-APSA) ve Dünya Sanat ve Bilim Akademisi (the World Academy of Art and Science-WAAS) başkanlıklarını yürütmüştür. İkinci Dünya Savaşı sırasında Kongre Kütüphanesi'nde Savaş Zamanı İletişim İncelemeleri için kurulan bölümde çalışmış ve Hitler'in arkasındaki halk desteğini anlayabilmek için Nazi propaganda filmlerini incelemeye tâbi tutmuştur.

Özellikle propaganda üzerine yaptığı incelemeler ve kendi adıyla anılan iletişim formülü iletişim çalışmaları alanının öncü çalışmalarıdır. Yenilikçi yaklaşımı ve üretkenliği ile her zaman kendi çağının ilerisinde bir bilim insanı olarak anılmıştır.

Propagandacı savaşın korkunç yanlarını kamuoyundan gizler ve bunun yerine savaşla ve savaşmakla ilgili güzellemeler üretir: Kahramanlık hikâyelerini, vatanseverliği, askerî deha ve pitoresk anları öne çıkarır (Lasswell 1938:98). Düşmanın güçsüzlüğüne yapılan vurgu, her an savaşın kazanılacağı iddiası ile pekiştirilir. Bir yandan düşmanın moralini bozmaya yönelen bu taktik aynı zamanda propagandayı yapan tarafın inancını pekiştirir.

Propaganda makinesinin yurttaşların kanaatlerini ve tutumlarını dönüştürme gücünü vurgulayan Lasswell, demokratik devletlerde propaganda ve propaganda kurumlarına karşı doğal bir şüphenin olduğunu vurgular. Lasswell, yukarıda kısaca ele aldığımız Creel Komitesi'ne karşı bir senatörün itirazını buna bir örnek olarak gösterir.

Kamuoyunu Bilgilendirme Komitesi, bir cumhuriyet için son derece tehlikeli bir kuruluştur; çünkü partizan bir şekilde ya da partizan çıkarlar uyarınca kullanılabileceği için, elinde tuttuğu olağanüstü güç sebebiyle, herhangi bir partinin ya da yönetimin bu kuruluşu meşru göreceğini ya da onaylayabileceğini düşünmüyorum. (Lasswell, 1938:14)

Propagandanın işlevlerini ortaya koyan Lasswell, başarılı ve etkin bir propaganda faaliyetinin nasıl yapılması gerektiğine dair önerilerde de bulunur. Lasswell'e göre bir propaganda faaliyetini etkin yapan şey faaliyetteki birlik ve koordinasyondur. Devletin farklı kanatları (askerî, siyasi, diplomatik vs.) propaganda faaliyetinde birlik içerisinde ve uyumlu bir şekilde çalışmalıdır. Kopukluğun sonuçları ise tehlikelidir. Kimi zaman bu birlik sadece devletlerin içerisinde değil, aynı zamanda dost devletler arasında da sağlanmak durumundadır. İttifak halindeki devletlerin propaganda faaliyetlerini uyumlu hale getirmeleri gerekebilir.

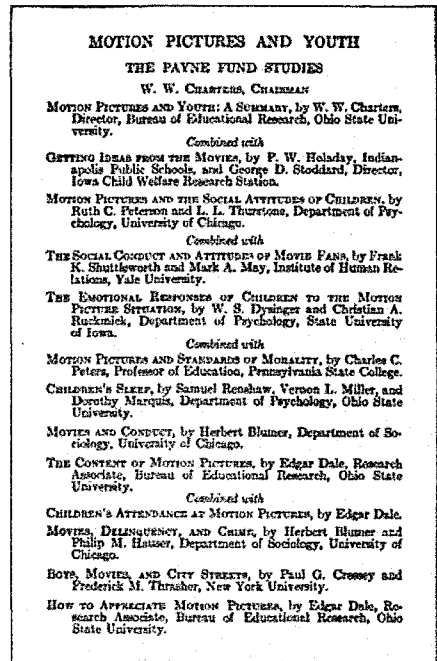
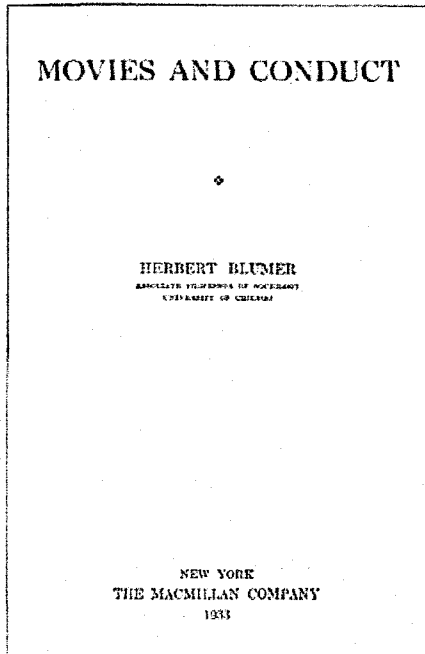
Başarılı propaganda faaliyetinin ikinci önemli özelliği ise her zaman aktüel politikanın bir adım ötesinde olması ve onun ritmini belirleyebilmesidir. Bu, çelişkilerin ve uyumsuzlukların giderilmesi için de önemlidir. Lasswell bir propagandacının başına gelebilecek en kötü şeyin kendisi ile diplomatlar arasında açık bir çelişkinin ve ihtilafın ortaya çıkması olduğunu söyler. Bunları engellemek içinse –üçüncü özelliğe geliyoruz– propagandacıya sadece politikaların uygulanmasında değil, aynı zamanda oluşturulmasında da yer verilmesi gerekir. Son olarak, propagandacı, propaganda faaliyetinin hedefi olan toplumsal kesimi çok iyi tanımalı, korkularını, arzularını bilmeli ve onların dilinden konuşabilmelidir (Lasswell 1938:14-33). Başarılı bir propaganda faaliyeti verili koşullar altında eldeki tüm kaynakların ve araçların hünarlı bir şekilde kullanılmasını gerektirir. Bununla birlikte Lasswell, propagandanın kötüye kullanılması riski konusunda uyarılarda bulunmuştur. Propaganda kişisel ya da partizan amaçlar için ya da ticari ve sınıfsal çıkarlar için de kullanılabileceği akılda tutulmalıdır (Lasswell 1938:34, 37).

Payne Fund çalışmaları: Sinema ve çocuklar

Bu bölümde, 1920'lerin sonunda, Payne Fund adlı bir hayırsever vakıf tarafından desteklenen sinema filmlerinin toplum, özellikle de çocuklar üzerindeki etkilerini açıklamaya çalışan çalışmaları ele alacağız. 1920'li yıllar Amerika Birleşik Devletleri'nde sinemanın çok ciddi bir atılım ve sıçrama gerçekleştirdiği bir dönemdi. Hem filmlerin üretiminde hem de tüketiminde son derece önemli gelişmeler meydana geliyordu. Birinci Dünya Savaşı yılların-

da aile eğlencelerinden biri olan sinema, 1920'lere gelindiğinde neredeyse tüm yurttaşların gündelik hayatlarının ayrılmaz parçalarından biri haline geldi. Bununla birlikte, Amerikan film endüstrisi gitgide dünyaya yayılıyor- du. Bir zamanlar Los Angeles'ın küçük bir köyü olan Hollywood, hızla Ame- rikan ve hatta dünya film endüstrisinin başkenti olma yolunda ilerliyordu (Lowery ve DeFleur 1983:32). 1922'de ABD'de satılan bilet sayısı 40 milyon- ken, 1920'lerin sonunda bu sayı 90 milyona yükselmışti bile. 1929 yılında sinemaya gidenlerin 40 milyonu henüz reşit değildi ve 14 yaş altındaki ço- cukların sayısı ise 17 milyon civarındaydı.

Genellikle aşk, suç ve seks konularını işleyen filmlerin, muhafazakâr diye- bileceğimiz Amerikan toplumunda rahatsızlık ve kaygı uyandırması kaçınıl- mazdı. Dönemin önemli tartışmalarından biri, sinema filmlerinin ve sinema- ya gitme faaliyetinin kendisinin toplumsal yapı, ahlâk ve özellikle gençlerin ve çocukların gelişimi üzerine olumsuz etkileriydi. Film endüstrisi üzerin- deki baskı arttıkça, konu Sinema Filmi Araştırma Konseyi'nin öncülüğünde ve Payne Fund adlı vakfın desteği ile araştırılmaya başlandı. 1929 ve 1932 arasındaki üç yıllık araştırma döneminde sinema filmlerinin çocuklar üze- rindeki etkilerini konu alan 13 ayrı araştırma yapıldı ve bunlar ayrı başlık- larda yayımlandı. Konuyu farklı açılardan alan bu çalışmalar, iletişimin bi- limsel bir araştırma alanı olarak kendini inşa etmesinde özel bir rol oynadı (Lowery ve DeFleur 1983).



Lowery ve DeFleur, 1920'li yıllardaki önemli bir başka gelişmenin de sosyal bilimlerle istatistiğin buluşması olduğunu söyler. Niceliksel araştırma yöntemlerinin ve istatistiğin temel kavramlarının (örneklem, evren, ölçme, merkezî eğilim ölçütleri, korelasyon ve olasılık gibi) sosyal ve beşeri bilimlerin farklı alanlarında kullanılması kimi iletişim araştırmacılarını da bu tekniklerin kullanmaya yöneltti. Zira bu dönemde yapılan etki araştırmalarının önemli bir kısmı spesifik medya etkilerinden ve neden sonuç ilişkilerinin bilimsel bir çerçevede ele almaktan ziyade, propagandanın etkilerini ortaya çıkarmayı hedefliyordu.

Lowery ve DeFleur, Payne Fund çalışmalarını ve temel bulgularını özetlerken çalışmaların iki kategoride toplandığından bahsederler. Birinci kategoride filmlerin içeriklerini ve izlerkitle profilini orta çıkarmaya yönelik çabalar yer alır. İkinci kategoride ise izlerkitlenin maruz kaldığı tema ve mesajların, onlar üzerindeki etkilerini ölçmeye yönelik araştırmalar yer almaktadır. Örneğin, Edgar Dale bir yandan 1929-1930 yıllarında sinema filmi izleyicilerinin ayrıntılı bir tasvirini yapmaya girişmiş; sağlıklı ve kesin ulusal istatistiklerin olmadığı bir dönemde genel nüfus eğilimleri ve diğer araştırma ve bulgulardan hareketle yaş gruplarına göre sinema izlerkitlesini ortaya koymaya çalışmıştır. Çalışmasında 5-8 yaş arası çocukların dahi sinemaya gittiğini; okul çağındaki çocukların ise sinemaya yetişkinlerden daha fazla gittiğini ortaya koymuştur. Dale, bir başka çalışmasında 1.500 sinema filmi analiz etmiş, filmleri konuları, içerikleri, temaları, filmlerin geçtiği yerler, giyim tarzları vd. değişkenlere göre sınıflandırdığı son derece sistematik bir içerik analizi sunmuştur.

P.W. Holaday ve George D. Stoddard çocukların ve yetişkinlerin sinema filmleri sayesinde bilgilendiklerini ve öğrendiklerini de akılda tuttuklarını ortaya koymuştur. Ruth C. Peterson ve L.L. Thurstone ise sinema filmlerinin çocukların etnik grup, ırk kategorileri ve toplumsal sorunlar gibi meselelere karşı tutumlarında değişikliğe yol açtığını göstermiştir. W.S. Dysinger ve Christian A. Ruckmick ise sinema filmlerinin çocuklarda tetiklediği duyguları ortaya koymaya çalışan bir çalışma yürütmüşlerdir. Katılımcılara bağlanan elektrotlar ve mekanik cihazlarla film izleme anındaki galvanik deri tepkisini ölçmeye çalışmışlar ve tehlike, çatışma ve trajedi sahnelerinin en büyük etkiye yol açtığını belirtmişlerdir.

Yukarıda Chicago Okulu ve sembolik etkileşim bağlamında ele aldığımız Herbert Blumer, filmler ve davranışlar arasındaki ilişkiyi ele aldığı çalışmasında yetişkin ve çocuk 1.800'den fazla kadın ve erkek katılımcının otobiyografik notlarından hareketle sinema filmlerinin çocukluk oyunlarına, yetişkin davranışlarını taklit etme örüntülerine, kurdukları hayallere, duygusal deneyimlerine ve hayat tarzlarına etkilerini incelemiştir. Blumer

(1933:3), insanların deneyimleri ile ilgili bilgi edinmek için, onların deneyimlerine odaklanmak gerektiğini iddia eder; araştırmacıların yargılarından ve çıkarımlarından değil. Çalışmada 634 üniversite öğrencisi, 481 önlisans öğrencisi, 583 lise öğrencisi, 67 ofis çalışanı ve 58 fabrika işçisi olmak üzere toplam 1.823 kişi ile görüşülür. Katılımcıların beyanları, sinema filmlerinin çocukken oynanan oyunlar üzerinde büyük etkisi olduğu; ergenlerin sinema filmlerinde gördüğü davranış ve tarzları taklide yöneldiği; yine ergenlerin hayaller için sinema filmlerinin zengin bir kaynak sunduğu ortaya konmuştur. Blumer'in katılımcıların özyaşam öykülerinden ve beyanlarından aktardığı uzun alıntılar ve tanıklıklar medyanın etkileri ile ilgili özgün ve zengin bir malzemenin ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Toparlayacak olursak, yapılan açıklamaların ve araştırma tasarımlarının sağlamlığından bağımsız olarak, Payne Fund çalışmaları 20. yüzyılın ilk çeyreğinde iletişim araştırmalarının ciddi bir bilimsel alan olarak inşasında ve kabul görmesinde son derece önemli bir rol oynamıştır.

Genel değerlendirme

Lippmann ve Lasswell kitle iletişim araçlarının ve propagandanın kitlelerin düşünce, tutum ve davranışlarını değiştirmede oynadığı güçlü role vurgu yaptı. Dönemin iletişim araştırmacılarının önemli bir kısmı, ikisinin ayrı ayrı açtığı yolu takip etti ve çeşitli alanlarda kitle iletişim araçlarının etkilerini çözümlediler. Çalışmaların ortaklaştığı nokta kitle iletişim araçlarının gücüne, bu araçları tüketen kitlelerin de zayıf, etkiye açık ve edilgen konumuna vurgu yapmalarıydı. Bir açıdan bakıldığında, güçlü etkiler paradigması, bir önceki bölümde incelediğimiz kitle kültürü ve kitle toplumu eleştirisi geleneğini yeniden üretiyordu. Lippmann'ın sıradan insana duyduğu güvensizlikle Ortega Y Gasset'nin vasat insana duyduğu tiksinti arasındaki mesafe çok da fazla değildi. Kitle iletişim araçlarının merkezileşmiş, organize yapısının karşısında kitlelerin dağınık, odaklanamayan ve her an galeyana gelmeye hazır doğası duruyordu. Bu yüzden de kitle iletişim araçlarının işleyişi ve etkileri “sihirli mermi”, “derialtı şırınga” gibi metaforlar eşliğinde ele alılabiliyordu. İletişim örgütlü bir gücün örgütsüz birey ve kitlelere “yaptığı”, “dayattığı”, “zerk ettiği” bir şeydi bu yaklaşımda. Bireyler ve kitlelerse iletişime “maruz kalan” edilgen varlıklar olarak tahayyül ediliyordu.

Wilbur Schramm (1971:7), iletişim araçlarının ve propagandanın kitlelerin tutum ve davranışlarını değiştirme kudretine sahip olduğunu vurgulayan bu yaklaşıma “mermi teorisi” adını verdi. Çünkü bu yaklaşım iletişimi kitleleri vurmaya, avlamaya yönelik bir faaliyet olarak kavırıyordu. Bu yak-

laşım lar (aşağıda Lasswell formülünde de tartışacağımız üzere) iletişimi bir kişinin (ya da kurumun) bir diğerine (ya da kitlelere) “yaptığı” bir şey olarak ele alıyordu; hep birlikte gerçekleşen bir faaliyet değil. Kitle iletişiminin amacı izleyiciyi avlamaksa, izleyiciye de bu ilişkide “av” olmaktan başka bir rol düşmüyordu tabii. Mermi teorisi pasif bir izleyici tahayyül ediyordu: medyanın etkilerine ve karar değiştirmeye açık; medya mesajlarına direnme ya da bu mesajları eleştirel bir süzgeçten geçirme kapasitesinden yoksun bir izleyici.

Etki araştırmalarında özellikle iki konu öne çıkıyordu: Oy verme davranışı ve tüketim tercihleri. Yani bu çalışmalar siyasal propaganda ve halkla ilişkiler reklamcılık faaliyetlerinin etkilerini ortaya koyma gayretindeydiler. Bununla birlikte, etkinin nasıl ölçüleceği konusunda ne bir mutabakat vardı ne de sistematik çabalar. Sinema filmlerinin gençler ve çocuklar üzerindeki etkilerini incelemeye yönelik girilen ve Payne Fund adlı özel vakıf tarafından desteklenen çalışmalar bu uğrakta özel bir önem taşıdı. Spekülatif düzeyde ve propaganda bağlamında ele alınan medya etkileri sorunsalı, niceliksel ve niteliksel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı Payne Fund çalışmaları ile bilimsel bir temelde incelenmeye başlandı. Araştırma tasarımı, örneklem, deney ve kontrol grupları, tutum ve davranışlarda istatistiksel olarak anlamlı değişikliklerin olup olmadığının araştırılması iletişim araştırmaları tarihinde önemli bir dönüm noktasına işaret ediyordu. Denilebilir ki, İkinci Dünya Savaşı ve sonrasında yapılan iletişim araştırmalarının, sorgusuz sualsiz kabullenilen güçlü etkiler paradigmasından sınırlı etkiler paradigmasına doğru kayışında bu bilimsel çerçevenin yaygınlaşması ve norm haline gelmesi etkili olmuştur. Önümüzdeki bölümde “güçlü etkiler paradigması”nın yerini alan “sınırlı etkiler paradigması”na ve güçlü etkilerin yeni bir kılıkta geri dönüşünü ele alacağız.

İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI SONRASI İLETİŞİM ÇALIŞMALARINDA ETKİ SORUNU: SINIRLI ETKİLERDEN GÜÇLÜ ETKİLERE

Bu bölüm anaakım iletişim kuramlarının İkinci Dünya Savaşı sonrasındaki güzergâhını sunmayı hedefliyor. 20. yüzyılın ilk yarısındaki, önceki bölümde ele aldığımız güçlü etkiler paradigmasının sorgulanması ve yeni araştırmalarla tahtından edilmesi ile başlıyor bölüm. Güçlü etkiler paradigmasının ardından sınırlı etkilere geçiş olarak adlandırabileceğimiz bu dönüşüm, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ile doruk noktasına ulaşacaktır. Medya etkisinin abartılmasının yerini bu kez de etkinin neredeyse yok sayılması alacaktır. Bununla birlikte, çok sayıda kuramcı etki sorununu farklı terimlerle ve yöntemlerle ele almaya gayret edecek; medyanın uzun vadeye yayılan, dolaylı ve daha karmaşık etkilerine odaklanana çalışmalar yapılacaktır. İşte bu bölümün konusu sınırlı ve güçlü etkiler arasındaki salınının bu farklı uğraklarıdır.

Bu bölümde ele alınacak olan konular şunlardır:

- Sınırlı etkiler paradigması, iki aşamalı akış kuramı ve kanaat önderleri
- Gündem belirleme, çerçeveleme, bağımlılık, suskunluk sarmalı, yetiştirme kuramları eşliğinde etki sorununu yeniden ele alan yaklaşımlar

Sınırlı etkiler paradigması

Bazı insanların dikkatine bazı koşullar altında sunulan, bazı konular hakkındaki bazı iletilerin bazı sonuçları vardır.

– Berelson'dan akt. Joseph Klapper,
The Effects of Mass Communication, 1960, s. 4.

Wilbur Schramm'a göre, 20. yüzyılın ikinci yarısına doğru iletişim bilimcileri iki noktanın farkına varmaya başladılar: Birincisi, ne salt sosyolojik ne de psikolojik modellerin yeterli olduğuydu. İkincisi ise iletişimin birinin bir diğerine yaptığı bir şey, eylem olmaktan ziyade, bir paylaşım eylemi, bir ilişki olarak ele alınması gerektiği idi.

Klapper, *Kitle İletişiminin Etkileri* (1960) adlı çalışmasında etki paradigmasını sorgulayan çok sayıda çalışmanın son derece ayrıntılı bir envanterini sundu. Klapper, kitle iletişiminin etkilerinin sınırlı olduğunu; kitle iletişim araçlarının tek başına izleyici üzerinde etkiler yaratamayacağını; daha ziyade diğer unsurlar arasında bir unsur olduğunu ve genellikle de kitle iletişim araçlarının mevcut durumları pekiştirme işlevini gördüğünü iddia etti.

İknaya yönelik kitle iletişiminin tutum yaratmak, mevcut tutumları güçlendirmek veya değiştirmek ve tutum değişikliğine yol açmak gibi amaçlarının olduğunu gözlemledik. Araştırmalar sağlam bir şekilde göstermektedir ki, bu türden kitle iletişimi tutumları değiştirmekten ziyade mevcut tutumları pekiştirmeye ve dönüştürmekten ziyade değiştirmeye yaramaktadır. (Klapper 1960:18)

Peki bu neden böyle olmaktadır? Yani neden kitle iletişim araçları daha önceden zannedildiği kadar güçlü ya da etkili değildir? Klapper, bu soruların cevabı olarak mevcut araştırma bulgularından hareketle şu açıklamaları getirir:

1. *İnsanların mevcut fikir ve ilgileri, yani yatkınlıkları* onların kitle iletişim araçlarıyla kurduğu ilişkiyi ve kitle iletişim araçlarının bu insanlar üzerindeki etkisini belirler. Genellikle insanlar kendi tutum ve ilgileri ile uyumlu kitle iletişimine daha açıktırlar. Bu süreçte şu mekanizmalar işler:
 - a. *Seçici maruz kalma*: İnsanlar kendi fikir ve ilgileri ile uyumlu medya içeriklerini takip etmeye eğilimlidir; sempatik bulmadıkları ya da onları rahatsız eden medya içeriklerinden kaçınırlar.
 - b. *Algıda seçicilik*: İnsanlar medya içeriklerini kendi düşüncelerine göre algılama ve hatta uyarlamaya eğilimlidirler.

Alport ve Postman (1945) dedikodunun dönüşümü üzerine şimdi klasikleşmiş olan çalışmalarında, sözlü mesajların dağılma sürecinde, mevcut bilgi ve tutum alanlarıyla uyumlu hale getirilmek üzere geçirdikleri değişimleri incelerler. Çalışmanın bir aşamasında, katılımcılara bir ağız dalaşı ile ilgili bir resim gösterilir. Resimde elinde ustura olan beyaz bir adam bir trende bir zenci ile tartışmaktadır. Deneklerden resmi daha önceden görmemiş diğer deneklere tanımlamaları istenmiş, bu deneklerden de başka deneklere ve bunlardan da başka deneklere... Derken art arda gelen anlatılarda bir noktada usturanın zencinin elindeymiş gibi tanımlanmaya başladığı fark edilmiştir. Sonuç olarak, algılayıcının yatkınlıklarıyla uyumlu olmayan malzeme onun kavrayışına uyumlu hale getirilmek üzere yeniden biçimlendirilir (Klapper 1960:22).

- c. *Seçici akılda tutma*: Seçici maruz kalma ve algıda seçicilikle yakından ilgili olarak, insanlar, yatkın ve yakın oldukları medya içeriklerini saklamaya ve akılda tutmaya daha eğilimlidirler.
2. *Gruplar ve grup normları*: İletişim araştırmaları geç de olsa grupların ve toplumun farkına varmıştır. İzlerkitleler izole, tekil bireylerden oluşmaz. Toplumun ve toplumu oluşturan türlü türlü grupların parçalarıdır. Gruba duyulan bağlılık ya da grup içi tartışmalar gibi unsurlar insanların kitle iletişim araçlarını algılama ve kavrama biçimlerini etkiler.
3. *Kitle iletişiminin kişilerarası yayılımı*: İnsanlar sadece kitle iletişim araçlarının mesajlarına maruz kalmazlar; aynı zamanda bu mesajları diğerlerine (örneğin arkadaşları ya da aileleri) aktarırlar ya da anlatırlar. Pek çok araştırma kitle iletişim mesajlarının bu türden yayılımının mesajın etkisini kuvvetlendirici bir etkisi olduğunu vurgular. Bu kuvvetlendirici etki, özellikle “kanaat önderleri”nin varlığında daha da pekişir. “Kanaat önderliği” kavramı ilk olarak Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet’in *Halkın Seçimi* (People’s Choice) (1948) başlıklı çalışmalarında net bir şekilde tanımlanmıştır. Hatta bu araştırmalar, pek çok insanın ilgili kitle iletişiminden ziyade kanaat önderlerinden etkilendiğini iddia etmektedir.
4. *Hür teşebbüs toplumunda kitle iletişim araçlarının doğası*: Serbest teşebbüsün baskın olduğu bir toplumsal düzende, ticari birer işletme olan kitle iletişim kuruluşları hâkim kültürel değerlerin kuvvetlendirilmesi yönünde bir tavır takınır. Zira yapıları gereği, ticari kâr ile ayakta kalan bu kuruluşlar toplumun çok farklı kesimlerinden okuyucu ve izleyicileri yakalamak zorundadırlar. Yani izlerkitlenin herhangi bir bölümünü kendinden yabancılaştırmaktan korkan medya kuruluşları kimsenin itiraz etmeyeceğini düşündüğü fikirleri ve içerikleri yaymaya eğilimlidir. Başka bir deyişle, evrensel olarak kabul edileni yankılar ya da zaten kutsal olanı kutsar.

Buradan çıkan sonuç şudur. Ticari medya insanların görüşlerini değiştirmeye, şekillendirmeye çalışmaktan ziyade, genel geçer toplumsal değerleri güçlendirmeye ve pekiştirmeye yönelir (Klapper 1960:18-43).

MARSLILARIN İSTİLASI: AMERİKA'DA RADYO PANİÇİ

30 Kasım 1938 akşamı Amerika bir grup Mars askerinin istilasına uğradı. En azından CBS radyosunun o geceki yayını dinleyen ve tiyatrocusu Orson Welles'in ara ara girdiği "son dakika" istila haberlerine dikkat kesilen altı milyon insanın büyük bir kısmı bunun gerçek olduğuna inandı. H.G. Wells'in etkileyici *War of the Worlds (Dünyaların Savaşı)* adlı bilimkurgu klasiğinin radyo tiyatrosu canlandırılırken yaşanan panik, medyanın insanlar üzerindeki etkilerinin sınırsızlığına bir kanıt abidesi olarak iletişim çalışmalarını alanındaki yerini aldı.

Elbette radyo programının amacı bir panik yaratmak değildi. Ama sonuç, bir iletişim aracı olarak radyonun gücü hakkında son derece güçlü iddiaların ortaya atılması oldu. Meseleyi ayrıntılı bir şekilde inceleyen Lowery ve DeFleur (1983) yaşananları tam olarak anlayabilmemiz için radyonun popülerliğini ve içinde bulunulan tarihsel koşulları dikkate almamız gerektiğini söyler.

Yazarlar 1938 yılında 32 milyon hanenin 27 milyonunda radyo bulunduğunu; bunun telefon, araba, elektrik bağlantısı, gazete ya da dergi sahipliğinden daha fazla olduğunu not eder. İkinci nokta ise 1929 ekonomik bunalımının ardından gelen güvensizlik ve karmaşa hissinin devam etmesi ile ilgilidir. Aynı zamanda yükselen faşizm ve komünizm tehditleri nedeniyle zaten Amerikan halkı radyolarının başında dikkat kesilmiş durumdadırlar. Radyo haber bültenleri de tam bu dönemde "Son Dakika" haber uygulamasına geçmişlerdir.

Son derece inandırıcı ve dramatik bir şekilde, normal bir şekilde ilerleyen bir program içerisinde Marslıların saldırısı dinleyicilere aktarılmış "45 dakika içerisinde Marslılar gezegenlerinden havalanmış, yok edici silahlarını hazırlamış, iletişimimizi engellemiş, nüfusu demoralize etmiş ve ülkenin önemli bir kısmını işgal etmişti" (Lowery ve DeFleur 1983:59). Olayların zamanlaması ve akışın ustalıklı ayarlanması anlatının inandırıcılığını pekiştiren faktörlerden oldu. Programı başından beri dinleyenler aktarılanların bir mizansen olduğunun farkında olsa da tahmini olarak yaklaşık 1 milyon dinleyici yaşananların gerçek olduğuna inanmıştı. Aktörlerden birinin İçişleri Bakanı'nı taklit ederek yaptığı basın açıklaması gerçeklik etkisini iyice artırdı.

Panik haberleri radyo yönetimine ulaştığında hem programın sonunda hem de sonraki saatlerde söz konusu olanların bir tiyatro oyunu olduğu defalarca tekrar edildi:

Saat 20.00'dan 21.00'a arasında yayınlanan Orson Welles'in Mercury Tiyatrosu'nu dinleyen ve söz konusu olanın H.G. Wells'in *Dünyalar Savaşı* adlı ünlü romanının modernize edilmiş bir uyarlaması olduğunu fark edemeyen dinleyicilerimize, program boyunca dört kez tekrar ettiğimiz olguyu bir kez daha yinelemek isteriz. Her ne kadar

bazı Amerikan şehirlerinin isimleri zikredilmiş olsa da, tüm romanlarda ve dramatisasyonlarda olduğu üzere, hikâyenin tümü ve olayların tamamı kurgudur (Lowery ve DeFleur 1983:61).

Ama panik program sona ermeden evvel başlamıştı. Sadece New Jersey'de bir mahallede 20'den fazla aile kendini sokaklara atmıştı. Boston, Pittsburgh, Alabama, Kansas City, Washington, tüm bu yerlerden panik haberleri yükseliyordu.

Olayın ardından önce Orson Welles, daha sonra da CBS ve Mercury Tiyatrosu topa tutuldu. Zarara uğrayanlar tazminat talep ettiler. Bazı şikâyetçilerin zararlarının radyo kanalı tarafından karşılandığı bile oldu.

Daha sonra Princeton Üniversitesi Radyo Araştırmaları Ofisi bir araştırma yürüttü ve araştırmanın sonuçları *The Invasion from Mars* (1940) başlığıyla Hadley Cantril, Hazel Gaudet ve Herta Herzog tarafından kitaplaştırıldı. Birçok kuramsal ve yönetsel soruna sahip olsa da bu kitap iletişim araştırmaları klasikleri arasındaki yerini aldı.

Araştırma bulgularına göre yaklaşık 1.7 milyon kullanıcının yayının bir haber bülteni olduğunu zannettikleri, 1.2 milyon kişinin de haberden ötürü heyecanlandığı vurgulandı. Radyo yayının dramatik açıdan son derece mükemmel olması; o dönem radyoya ve radyodan gelen bilgilere duyulan güven; programda "uzmanlara" yer verilmesinin güven artırıcı etkisi; gerçek mekânlara referans verilmesinin yarattığı gerçeklik etkisi; programı dinlemeye başından değil de sonradan başlamak gibi nedenler sıralandı. Bir kısım insan ise olayı radyodan değil, komşularından öğrenmişti, yani olay aynı zamanda ağızdan ağza yayılıyordu. Bunlara ek olarak, dinleyicilerin kişilik özelliklerinin (duygusal güvensizlik, özgüven eksikliği vb. arttıkça etkiye açıklık), inançlarının (dinî inançla işgale inanma arasında pozitif ilişki), dikkat düzeylerinin, diğer medya kanallarını kullanma kabiliyetlerinin de olayların gerçekliğine inanıp inanmama konusunda etkili olduğu vurgulandı.

Böyle bir kuramsal derdi olmasa da çalışma "sihirli mermi" kuramına vurulan ilk darbelerden biri oldu. Neden bazı insanların medya içeriğinin etkisi altında kalırken diğerlerinin kalmadığını açıklamada kullanılan unsurların çokluğu, algıda seçicilik, toplumsal ilişkiler, kişilik özellikleri gibi medya dışı faktörlerin iletişim çalışmalarının konusu haline gelmesine yol açtı. Bu açıdan, *The Invasion From Mars* kitle iletişim araştırmaları tarihinde yeni bir paradigmanın kapılarını açıyordu.

Kitle iletişim araçlarının etkisini sınırlandıran çok sayıda unsur eklenebilir. Örneğin, medya mesajının kişi için taşıdığı önem, kişinin medya mesajından etkilenme olasılığını etkiler. Dinsel ve ırksal önyargılar gibi, kişinin kendi benliğini tanımlayışında önem taşıyan, ego ile ilgili tutumlar medya mesajına karşı dirençlidir. Ya da bir konuyla ilgili başlangıçta takınılan tutumun "yoğunluğu", kişinin o konu hakkında tutum değiştirme olasılığını azaltır. Ya da başka araştırmalar kitle iletişiminin ikna gücünün, insanların

daha önceden hakkında çok da fikir sahibi olmadığı konularda daha fazla olduğunu gösterdi. Örneğin Berelson, kitle iletişiminin daha ziyade kamuoyunun gündemine yeni gelmiş ve çok da oturmamış konularda daha etkili olduğunu vurguladı (Klapper 1960:45-47, 55).

1940'lı ve 1950'li yıllar boyunca sınırlı etki kuramını geliştiren isimlerin başında Paul Felix Lazarsfeld (1901-1976) ve Carl Hovland (1912-1961) geldi. Her iki kuramcı da medyanın etkisinin ancak bilimsel ve ampirik yöntemlerle anlaşılabilirliğini iddia ettiler ve bunu başarabilmek için nesnel ampirik araştırma tasarımları uyguladılar.

Carl Hovland ve iknanın yapısı

Yale Üniversitesi'nde psikoloji profesörü olarak çalışan Carl Hovland, İkinci Dünya Savaşı sırasında Savaş Enformasyon Dairesi bünyesinde Amerikan ordusu için çalışmıştır. Hovland, Arthur A. Lumsdaine ve Fred D. Sheffield ile birlikte Yale Üniversitesi Grubu'nu kurarak haberleşme psikolojisi ve ikna üzerine araştırmaları ile ün kazanmıştır.

Hovland ve ekibinin Savaş Enformasyon Dairesi'nin talebi ile yaptığı bir araştırmanın bulguları, kitle iletişim araçlarının etkileri ile ilgili o güne değin genel kabul gören birçok iddianın sorgulanmasına yol açmıştır. 1945 yılında, İkinci Dünya Savaşı'nın sonlarına doğru ordudaki erlerin savaşın bittiği ve barışın geldiği yönündeki iyimserliğin yol açtığı gevşemenin nasıl aşılabileceğini düşünen Amerikan ordusu, Hovland'dan konuyla ilgili en etkili ve ikna edici iletişim biçiminin ne olduğunda dair bir araştırma yapmasını ister. Hovland, askerlerin "denek" olarak kullanılacağı ve araştırıldıklarından haberlerinin olmayacağı bir deney tasarlar. En etkili ve ikna edici iletişim biçiminin nasıl olacağını merak eden Hovland ve ekibi (1985:215) şu soruyu sorar: "Sunduğumuz ve savunduğumuz ana eldeki delillerce açık bir şekilde destekleniyorsa, bu durumda, sadece savunduğumuz tezi destekleyen materyalleri savunmak mı, yoksa savunduğumuz teze karşıt görüşte olanların savlarını da birlikte sunmak mı daha etkin yol olacaktır?" Bir başka deyişle, tartışmalı bir konu hakkında sadece tek yanlı bir sunum yapan iletişim mi; yoksa konunun farklı taraflarını ele alan bir iletişim mi daha etkili olacaktır?

Bu soruyu cevaplayabilmek adına "Tek Yanlı" ve "Her İki Yanlı" olmak üzere iki farklı radyo programı hazırlanır ve deneklerin bir kısmına (214 kişi) tek yanlı, bir kısmına (214 kişi) her iki yanlı program dinletilir. 197 kişi ise kontrol grubu olarak iki programı da dinlemezler. Radyo programlarından tek yanlı olanı (buna Program A diyelim) sadece bir görüşe yer verir: Savaşın beklenenden uzun süreceği görüşünü ve on beş dakika boyunca bu-

nu ayrıntılı şekilde ele alır. Diğer radyo programı ise (buna da Program B diyelim) Program A'nın üzerine dört dakikalık bir ekleme yaparak oluşturulmuş, 19 dakikalık bir programdır. Yani içerik olarak Program A'nın tamamını içerir ama eklenen dört dakikada savaşın beklendiği kadar uzun sürmeyeceğine yönelik karşı iddialar da programda yer bulur. Lakin anlaşılacağı üzere, karşıt görüş (yani savaşın uzun süremeyeceği) diğer görüşe oranla çok daha az temsil edilmektedir. Bununla birlikte, diğer programa kıyasla Program B, karşıt görüşe yer vermesi bakımından tek yanlı değil, iki yanlı bir sunum gerçekleştirmektedir.

Deneklere fark ettirmeden, askeri eğitim müfredatlarının bir parçası olarak programı dinlemeden önce ve programı dinledikten sonra konuyla ilgili görüşlerinin sorulduğu anket formları cevaplatılır ve önceki ve sonraki cevaplarda verilen yanıtlarda farklılık olup olmadığı araştırılır. Her iki radyo programını da izlemeyen kontrol grubu da aynı soruları yanıtlar ve aynı şekilde analiz edilir.

Kontrol Grubu: Bir deney ya da çalışmada, diğer deneklerden/katılımcılardan farklı olarak test edilen değişkene (ilaç, uyarıcı, mesaj vd.) maruz kalmayan, deneye/çalışmaya kontrol amaçlı katılan gruba verilen isim.

Araştırmanın sonuçları son derece çarpıcı olmuştur. Hovland ve ekibi, tek yanlı sunumun başlangıçta, yani deney öncesinde, programda savunulan görüşten yana olanlar üzerinde daha büyük etki yarattığını ortaya koyarlar. Diğer yandan, başlangıçta programın görüşüne katılmayan denekler üzerinde iki yanlı sunumun daha büyük etki yarattığı görülmüştür. Bir başka deyişle, bir izleyicinin tek yanlı mı yoksa iki yanlı iletişimden mi daha fazla etkileneceğinin cevabı, söz konusu izleyicinin programa maruz kalmadan önceki görüşleri ile programda savunulan görüşler arasındaki uyum/uyumsuzlukta yatmaktadır. Buradan hareketle denebilir ki, iletişimin ya da propagandanın etkili olup olmayacağı sadece mesaja ya da araca değil mesajı alan kişinin, mesajı almadan önceki düşünceleriyle de ilgilidir. Hovland ve ekibi bu durumu, katılımcıların eğitim düzeyleri ile tek yanlı ya da çift yanlı programlardan etkilenme düzeyleri arasındaki ilişkiye odaklanarak daha karmaşık hale getirir. Araştırma, çift yanlı sunumun daha eğitilmiş denekler üzerinde; tek yanlı sunumun ise daha az eğitim gören denekler üzerinde etkili olduğunu vurgular. Hovland ve ekibi (1985:227) araştırmanın temel bulgularını şu sözlerle özetler: "Bütün bu neticelerden şu anlaşılıyor ki, her iki programın da *bir bütün olarak* grup üzerindeki toplam etkileri grubun eğitimsel kompozisyonuna ve gruptaki başlangıç kanaatine bağlıdır."

Bu ve benzeri çalışmalar, izlerkitleyi türdeş, birbirinin aynı gruplar olarak ele alan güçlü etkiler paradigmasının aşınmasında son derece önemli bir rol oynamıştır.

İki aşamalı akış kuramı

Davranışsal bilimlerde “iki aşamalı akış” kadar etkili olmuş başka bir kuram bulmak gerçekten zordur. Kuramın kökleri, Paul Felix Lazarsfeld, Bernard Berelson (1912-1979) ve Hazel Gaudet’in (1908-1975) 1940’ların başında başlayıp 1944’te kitaplaştırdıkları araştırmaları *People’s Choice* (Halkın Seçimi) ve daha sonra Elihu Katz (1926-) ve Lazarsfeld’in 1955 yılında, başka bir araştırmadan hareketle kaleme aldıkları *Personal Influence* (Kişisel Etki) adlı çalışmalarıdır.

Paul Felix Lazarsfeld (1901-1976)

Amerika’da sosyolojinin ve iletişim bilimlerinin en önemli, kurucu figürlerinden biri olan Lazarsfeld, entelektüel ve sosyalist bir ailenin çocuğu olarak dünyaya geldi ve eğitim hayatının tamamını doğduğu Viyana’da geçirdi.

Matematik doktorası alan Lazarsfeld daha sonra psikoloji ve sosyal psikoloji ile ilgilenmeye başladı. Matematik, istatistik ve sosyal psikoloji alanlarındaki uzmanlığını saha araştırmalarında kullanan Lazarsfeld 1928 yılında Ekonomik Psikoloji Araştırma Merkezi’ni kurdu ve burada tüketici araştırmaları ve medya tüketimi üzerine araştırmalar tasarladı.

Araştırmaları Rockefeller Vakfı’nın ilgisini çeken Lazarsfeld 1933-1935 yılları arasında Rockefeller Seyahat Ödülü’nü kazanarak Amerika’ya geldi. Bu kararı almasında Avusturya’da Nazilerin gücü ele geçirmesinin ve Lazarsfeld’in ailesinden de bireylerin içinde olduğu Yahudi ve muhalif kesimleri tasfiye etmeye başlamasının rolü oldu.

Amerika’da çeşitli kurumlara ziyarette bulunan ve araştırmalara katılan Lazarsfeld 1937 yılında Princeton Üniversitesi’nde başlayan, radyo dinleyicileri üzerine büyük bir araştırmanın başına geçti. Bu çalışmanın da parasal kaynağını Rockefeller Vakfı sağlıyordu. Çalışmalarını 1930’ların sonunda New York’taki Columbia Üniversitesi’ne taşıyan Lazarsfeld, burada Robert K. Merton ile tanıştı ve birlikte çalışmaya başladılar.

Lazarsfeld 1940 yılında Bernard Berelson ve Hazel Gaudet ile iletişim çalışmalarının en önde gelen eserlerinden birine kaynaklık edecek olan *Erie County araştırmasına* başladı. Araştırmanın bulguları *People’s Choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign?* (Lazarsfeld vd. 1948) başlığıyla kitaplaştırıldı.

Lazarsfeld’in araştırmalarını yürüttüğü araştırma merkezinin ismi 1944 yılında Bureau of Applied Social Research (Uygulamalı Toplumsal Araştırmalar Bürosu) olarak değiştirildi. Lazarsfeld savaş yıllarında da Office of War Information’da (Savaş Enformasyon Dairesi) danışmanlık faaliyeti yürüttü.

Elihu Katz’la birlikte Illinois-Decatur’da yaptıkları çalışma *Personal Influence* (Katz ve Lazarsfeld 1955) başlığıyla basıldı. Lazarsfeld ve Katz bu çalışmada kişisel etki, kanaat önderlerinin kitle iletişimindeki rolü ve iki aşamalı akış modelini daha da geliştirdi (Erdoğan, Keloğlu-İşler ve Durmuş 2005).

Lazarsfeld öncülüğünde, Columbia Üniversitesi Uygulamalı Toplumsal Araştırmalar Bürosu ve Savaş Enformasyon Dairesi'nde yapılan çalışmalar daha önceden gördüğümüz “hipodermik iğne”, “sihirli mermi” modellerinin varsayımlarının ve sonuçlarının sorgulanmasında büyük rol oynadı. Carey, neredeyse şans eseri farkına varılan grip bir durumla karşı karşıya kaldığını söyler: Araştırmalar etkiden bahsederken sonuçlar; uyarıcılardan bahsederken de cevaplar ortada yoktu. Bunun karşısında Lazarsfeld ve diğer araştırmacılar gerek yatkinlikleri gerek diğer aracı unsurlar sayesinde medyanın kötü etkilerine karşı korunabiliyorlardı. Bu unsurlardan bazıları psikolojikti (insanlar mesajları kendi istek ve ihtiyaçlarına göre algılıyordu), bazılarıysa toplumsaldı (insanlar mesajları parçası oldukları toplumsal grubun üyeleri olarak yorumlamaktaydılar) (Carey 1997:16).

SAVAŞ ENFORMASYON DAİRESİ (OFFICE OF WAR INFORMATION)

Amerika Birleşik Devletleri'nde İkinci Dünya Savaşı'nda hem yurttta hem de dışarıda savaş propagandası yapmak ve bilgilendirme faaliyetlerini koordine etmek üzere 1942 yılında kuruldu ve 1945'e kadar faaliyetlerine devam etti. Faaliyetlerini sadece propaganda ile sınırlandırmayan daire, aynı zamanda kitle iletişim araçlarının etkilerinin nasıl ölçülebileceği ve geliştirilebileceği üzerine çalışmalar ve deneyler yaptı. Farklı kuramsal, ideolojik ve politik eğilimlerden araştırmacıları içerisinde barındıran dairenin çalışanları arasında iletişim dünyasından şu isimler göze çarpıyordu: Wilbur Schramm, Harold Lasswell, Samuel Stouffer, Leonard Cottrell, Carl Hovland, Hadley Cantril, Charles Dollard, Paul Lazarsfeld, Louis Guttman, Robert Merton, Ithiel de Sola Pool, John Clausen, Edward Barrett, Nathan Leites, Morris Janowitz, Daniel Lerner, Edward Shils, Alexander Leighton, Leo Lowenthal, Hans Speier, Herbert Marcuse, Clyde Kluckhohn, Frank Stanton, George Gallup, Elmo Roper. (Erdoğan vd. 2005)

Halkın Seçimi kitabının alt başlığı şuydu: *Başkanlık kampanya sürecinde seçmen kararını nasıl verir? (How the voter makes up his mind in a presidential campaign?)* Çalışma, insanların oy davranışı üzerindeki medya ve siyasal propaganda etkisini açıklamayı hedefledi. Bunu yapabilmek için bir grup sosyal bilimci Ohio'daki Erie kasabasına giderek 1940 Mayıs'ından Kasım ayına kadar bölgede bir araştırma yürüttü. Araştırmanın amacı, başkanlık yarışında seçim kampanyalarının topluluk üzerindeki etkilerini ölçmekti. Araştırma kapsamında 600 katılımcının her biriyle 7 ay boyunca, ayda bir kere olmak üzere görüşme yapıldı. Panel tekniği olarak adlandırılan, belirli bir süre içerisinde katılımcılarla birden fazla görüşme yapma esasına dayalı

nan bu metot 1930'lerden itibaren pazarlama ve kamuoyu araştırmalarında kullanılmaya başlandı. Panel tekniğinin amacı, katılımcıların fikir değiştirip değiştirmediklerini ve her iki durumda da bunun sebeplerini anlamaktı. Katılımcılar, çalışma süresince siyasi fikirlerini değiştirmeyenler ile fikirlerini çeşitli biçimlerde değiştirenler olmak üzere iki ayrı gruba ayrılmıştır. Bunların bazıları parti bağlılıklarını değiştirmiş, kimisi kampanya boyunca bir karara varamamış, bazılarıysa adaylardan birine oy vereceğini söyleyip seçim günü sandığa gitmemiştir. Araştırma fikirlerinde dalgalanma yaşayan ve gergitleri olan bu insanlara, bu insanların kişilik özelliklerine ve radyo ve gazeteyle maruz kalma biçimlerine özel bir ilgi göstermiştir. Lazarsfeld ve arkadaşları aslında siyasi kanaatlerin oluşum sürecini açıklamaya çalıştıklarını "kanaati tanımlamadık, kanaatin oluşum sürecini inceledik" sözleriyle belirtir (Lazarsfeld vd. 1948:X).

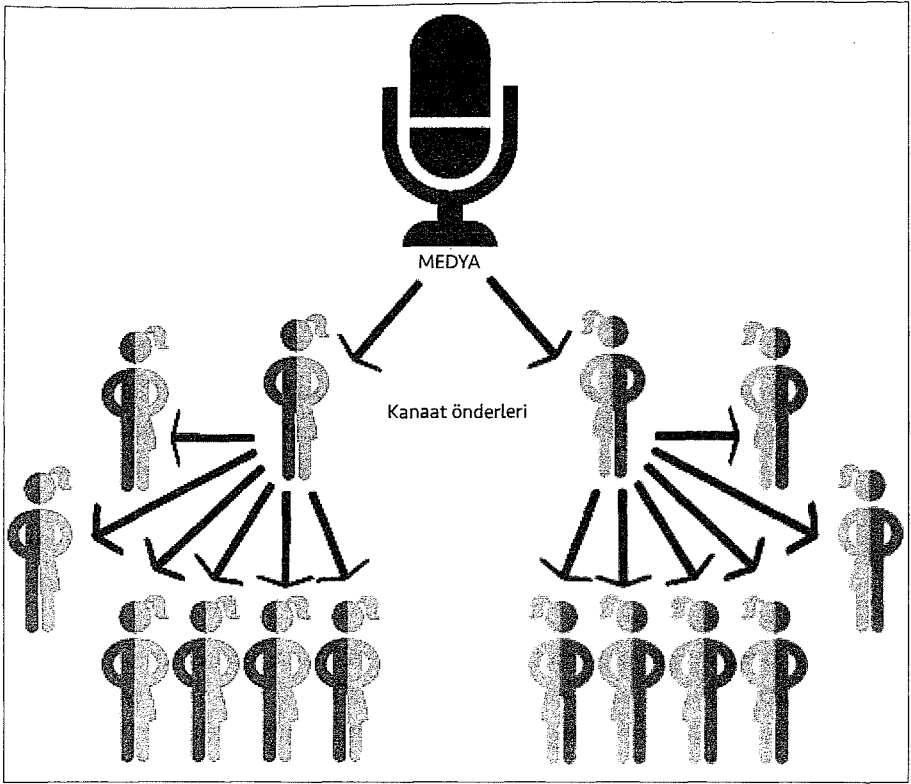
Katz (1957), *People's Choice* kitabının üç temel bulgusunun olduğunu belirtir: Kişisel etkinin rolü; kişisel etkinin akışı; kanaat önderleri ve kitle iletişim araçları arasındaki ilişki.

1. *Kişisel etkinin rolü*: Hali hazırda hangi adaya oy vereceğine karar vermiş seçmenlerin kararları seçim kampanyasıyla ya da kitle iletişim araçları ve propagandayla zor değişmektedir. Kararlarını seçim kampanyasının sonlarına doğru veren ya da kampanya sürecinde karar değiştiren seçmenler de karar değişikliklerinde kişisel etkinin rolünün daha fazla olduğunu vurgulamışlardır. Buradan yazarlar oy verme kararında kişisel etkileşimin, kitle iletişim araçlarına kıyasla daha sık ve daha etkili olduğu sonucuna varmışlardır.
2. *Kişisel etkinin akışı*: Kişilerarası etkinin bu kadar önemli olduğu sonucuna vardıktan sonra sorulacak ikinci soru etki sürecinde bazı insanların diğerlerinden daha önemli olup olmadığıdır. *Halkın Seçimi* çalışmasında bu, şu iki soru sorularak araştırılmıştır: "Yakın zamanda herhangi birini kendi siyasi fikirlerinizin doğruluğu konusunda ikna etmeye çalıştınız mı?" ve "Yakın zamanda herhangi bir kimse size siyasa bir mesele hakkında danıştı mı?" Araştırmanın bu safhada iki önemli bulgusu vardır. Birincisi, kanaat önderleri politik meselelerle ve seçimlerle daha fazla ilgilidirler. İkincisi, kanaat önderlerine toplumun her kesiminde rastlamak mümkündür. Her sınıf, meslek, cinsiyet ya da yaş grubundan kanaat önderi bulmak mümkündür.
3. *Kanaat önderleri ve kitle iletişim araçları*: Araştırma, toplumun geri kalanı ile kıyaslandığında kanaat önderlerinin radyo, gazete ya da dergilere kayda değer bir şekilde daha fazla maruz kaldığını göstermektedir. Bazı insanların diğerlerine kıyasla daha aktif ve belagatini daha

güçlü olduğu görülmüştür. Araştırma ekibinin kanaat önderleri olarak adlandırdığı bu kimseler grubun çıkarları konusunda daha hassas ve önemli konularda görüşlerini açıklamak konusunda daha isteklidirler.

Elinizdeki çalışmada vardığımız sonuç, kanaat önderlerinin bir işlevinin kitle iletişim araçlarıyla kendi gruplarındaki diğer insanlar arasında aracılık yapmak olduğudur. Genellikle, insanların bilgileri doğrudan gazetelerden radyo ve diğer kitle iletişim araçlarından aldıkları varsayılır. Lakin bizim bulgularımız bunun doğru olmadığını gösterdi. İnsanların büyük bir bölümü bilgilerinin büyük kısmını ve fikirlerinin çoğunu kendi gruplarında yer alan kanaat önderleri ile kişisel temaslarından elde etmektedirler. Kanaat önderleri olarak adlandırılan bu bireylerin kendileri de kitle iletişim araçlarını diğer insanlardan daha fazla takip etmektedirler. Herhangi bir propaganda analizi için bilginin iki aşamalı akışı su götürmez bir pratik öneme sahiptir. (Lazarsfeld vd. 1948:XXIII)

Katz, *Halkın Seçimi* araştırmasının bu bulgularının son derece rahatlatıcı olduğunu söyler. Önceki bölümlerde 20. yüzyılın başında iletişim kuramlarına hâkim olan propaganda yaklaşımının karamsar, boğucu ve kişiyi çaresizlik duygusu ile baş başa bırakan önermelerinden bahsetmiştik. Hatırlayalım: Propaganda kuramı bir yandan iletişim araçlarının ikna (ve ikna sonucunda gelen davranış değişikliği) gücünü ölçsüz bir şekilde kabul ederken kitle iletişimi yoluyla yayılan mesajlara “maruz kalan/maruz bırakılan” bireylerin ve kitlelerin iktidarsızlığını vurguluyordu. Lazarsfeld ve arkadaşlarının araştırma bulguları ise bizlere kitle iletişiminin etkilerinin daha az garantili ve daha sınırlı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu vurgu aynı zamanda modern şehir toplumları ile ilgili çarpık algının da yeniden gözden geçirilmesini gerektirir. Çünkü propaganda kuramı birbirleri ile iletişim halinde olmayan, birbirlerine değil de kitle medyasına bağlı, bağlantısı kopmuş, atomize birey algısından hareket eder. *Halkın Seçimi* ise kitle iletişimi ve kitle iletişiminin etkileri, birbirine bağlanmış bireylerin oluşturduğu ağlar içerisinde konumlandırılır (Katz 1957:61). Ağızdan ağza yayılanlar bu kadar önemliyken, sözleri dinlenenler bu kadar yayılmışken ve bu kişiler etki ettikleri insanlardan daha fazla medyaya maruz kalıyorken şunu söylemek mümkündü araştırmacılar için: *Fikirler genellikle radyo ve yazılı basından kanaat önderlerine, daha sonra onlardan nüfusun daha az aktif kesimlerine akarlar* (Katz 1957:64). Bu noktadan hareketle kuramı şu şekil eşliğinde modelleştirmek mümkündür:



İki aşamalı akış modeli.

Fakat *Halkın Seçimi*'nde bu hipotezler yeterince sınanıp incelenemedi. Bunun sebebi araştırmanın kanaat önderleri değişkenini hesaba katarak tasarlanmamış olmasıydı. Örneğin, kimlerin kanaat önderi olarak belirleneceği konusunda önemli bir muğlaklık vardı. Erie çalışmasının ardından yapılan çalışmalar bu sorunları aşmaya ve kişilerarası iletişim konusunu derinleştirmeye çalıştı. Merton, Rovere'de kişilerarası etki ve iletişim davranışlarını inceledi; Katz ve Lazarsfeld Decatur'da pazarlama, moda, sinemaya gitme ve kamusal meseleler konusunu ele aldı (Katz ve Lazarsfeld 1955); 1948 seçim kampanyasını incelemek için de Elmira'da Berelson, Lazarsfeld ve McPhee tarafından benzer bir araştırma yürütüldü ve son olarak da Coleman, Katz ve Menzel yeni ilaçların doktorlar arasında yayılması üzerine bir araştırma yaptılar (Katz 1957:62). İlaç araştırması aynı zamanda, 10. bölümde ele alacağımız "yeniliklerin yayılması" kuramı çerçevesinde yapılan bir çalışmaydı. Çalışma, yeni bir ilacın (ilaç gerçektir ama etik gerekçelerle çalışmada adı Gammanym kondu) doktorlar tarafından nasıl ve ne kadar hızla benimsendiği sorusunu sordu ve dört ayrı eyaletten 216 doktorla anket yaptı. Son de-

rece detaylı bir araştırma yöntemine başvurulmuş çalışmada, doktorların beyanları ile eczanelerde toplanan reçeteleri karşılaştırıldı ve aynı zamanda doktorların kurduğu profesyonel ilişkilerle ilgili beyanları hep birlikte ele alınarak her bir doktorun belirli ağlar içerisindeki konumu tespit edilmeye çalışıldı. Araştırmanın en temel bulgusu, yerel tıp toplulukları ile ve diğer meslektaşlarla sürekli temas halinde olan doktorların yenilikleri daha hızlı benimsedikleri idi. Doktorlara Gammanym'den ilk nasıl haberdar oldukları sorulduğunda %57'si ilaç şirketi temsilcisinden, %18'i eczanelerden gelen postalarından, %7'si mesleki dergilerden, %7'siyse diğer doktorlardan haber aldıklarını söyledi. Lakin haberdar olmak illa ilacı benimsemek ve hastalara yazmak anlamına gelmiyordu. Bir doktor ilacı yazmadan evvel saygı duyduğu ve görüşlerine değer verdiği bir meslektaşına danışıyordu. Doktorların neredeyse %90'ı şirketlerin ya da dergilerin verdiği bilgilerden daha farklı bilgi kaynağına ihtiyaç duyuyorlardı. Hastanelerde çalışmayan ve kendi özel muayenahaneleri olan doktorlar yeni ilacı diğer meslektaşlarından daha yavaş benimsiyorlardı. Başka bir ilginç bulgu ise görüşlerine değer verilen ya da kanaat önderi olarak kabul gören doktorların yenilikleri diğerlerinden çok daha erken benimsemeleri oldu. Son olarak şehirleri dışındaki kurumları ziyaret eden ve şehir dışındaki mesleki toplantılara katılan doktorların ve de tıp fakültelerine yakın yerlerde çalışan doktorların yenilikleri daha hızlı ve erken benimsemeleri oldu (Coleman vd. 1966).

Bu yeni araştırmalar kanaat önderinin önemini verili olarak kabul etti. Cevaplanmaya çalışılan sorular ise şunlardı: kanaat önderleri nasıl sınıflandırılabilir? Kimler hangi konularda hangi kanaat önderleri tarafından etkilenmektedir? Kanaat önderlerini etkileyen etkili diğer kişiler var mıdır?

Kişisel Etki bu sorulardan hareketle kanaat önderlerini altı ayrı grup altında inceledi. En önemli ve nadir bulunan en sık rastlanan gruba doğru ilerleyen bu tasnifte ilk sırada "Büyük Düşünürler" yer aldı. Adam Smith, Karl Marx ya da Thomas Jefferson gibi, faaliyet alanlarını dönüştüren büyük isimler bu listede yer aldı. Bu isimler her çağda bir elin parmaklarını geçmeyecek kadar azdır. Bu grubu her ülkede bir düzineyi geçmeyen, Aldous Huxley, Spinoza ya da Abraham Lincoln gibi "Büyük Öğrenciler" takip eder. Üçüncü grupta "Büyük Yayıncılar", büyük düşünülerin felsefelerini yayan kişiler vardır. Örneğin Katz ve Lazarsfeld, Walter Lippmann'ı bu gruba dahil eder. Dördüncü grupta sayıları daha fazla olan "Daha Küçük Yayıncılar" yer alır. Beşinci grup "Katılımcı Yurttaşlardır": Düzenli olarak oy veren, ulusal kampanyalara parasal ya da lojistik destek sağlayan, Kongre üyelerine mektup yazan ve güncel konularda tartışmaların bir parçası olan vatandaşlar bu grupta yer alır. Son grupta ise "Politik Olarak Etkisizler" gelir. Su-ya sabuna dokunmayan, politikayla ya da memleket meseleleri ile pek ilgi-

lenmeyen kişiler bu grubun içerisindeyler ve toplumun büyük bir çoğunluğunu oluşturlar.

Kişisel Etki, bir yandan insanlara kimlerden etkilendiklerini sorarak kanaat önderlerini ele aldı; diğer yandan da kanaat önderlerine kimleri etkilediklerini sorarak kanaat önderi-takipçi ilişkisini de inceledi. *Kişisel Etki* kanaat önderlerini de etkileyen kişiler olduğunu vurguluyordu. Bu kişileri kanaat önderlerinin kanaat önderleri olarak düşünmek mümkündür. Son olarak, çalışma kanaat önderliğinin kişilerin değişmez bir “özellği” olmadığını, kanaat önderliğinin bazı zamanlarda, bazı konularda söz konusu olduğunu vurguladı.

Todd Gitlin, 1978 yılında kaleme aldığı “Medya Sosyolojisi: Egemen Paradigma” (2008) başlıklı makalesinde iki aşamalı akış kuramının son derece ayrıntılı ve sert bir eleştirisini sunar. Gitlin, iki aşamalı akış kuramının katı bir davranışçılıkta köklendiğini belirtir. Kitle iletişim araçlarının yüzeyde yatan “etkileri” ve bunların yarattığı “tutum” değişikliklerini incelemesi açısından son derece kısıtlı ve kısa vadeli bir çerçeveye yaslanmaktadır. Aynı zamanda, araştırmalar yönetsel bir bakış açısı tarafından da sınırlandırmaktadır. Lazarsfeld ve arkadaşlarının çalışmaları bilimsel açıklamalardan daha çok, özel sektör ve devletin üst kademelerinde çalışan yöneticiler için izleyici tepkileri ve tüketici davranışları hakkında tahmine dayalı kuramlar üretmeyi hedefliyordu (Gitlin 2008:26). Bu durum kendini satın alma ve politikanın orantılanabilir kararlar olarak ele alınmasında da gösterir. “Yönetsel” terimi Lazarsfeld’in 1941 tarihli “Yönetsel ve Eleştirel İletişim Araştırmaları Üzerine Düşünceler” (1941) başlıklı makalesinden gelmektedir.

Gitlin’in en kritik eleştirilerinden biri ise hem klasik etki araştırmalarının hem de iki aşamalı akış kuramının göz ardı ettiği çok önemli bir konuyla alakalıdır: Karar değişikliğinin gözlemlenmediği durumların yorumlanması. Hem klasik etki araştırmaları hem de sınırlı etki paradigması medyanın ve propaganda faaliyetinin kişilerin tutum ve davranışlarında değişikliğe yol açıp açmadığına odaklanmıştır. Herhangi bir tutum ve davranış değişikliği olmadığı durumlarda da etkinin olmadığı, bunun yerine örneğin pekiştirmenin olduğu sonucuna varılmıştır. Burada şu önemli soru gündeme gelir: herhangi bir tutum ya da davranış değişikliğinin olmaması ya da “pekiştirme”, medyanın etkisiz olduğu anlamına mı gelir? Gitlin’in cevabına bakalım:

...fikirlerin pekiştirilmesi, tutum ve eylemler arasında vazgeçilmez bir bağlantıdır. Eğer kitle iletişim araçları “sadece” “var olan fikirleri” pekiştiriyorlarsa, pekâlâ eyleme geçmeyi hazırlıyor ya da fikirleri yeni rutin davranışlara bağlıyor olabilirler. Dahası “pekiştirme”, insanların yeni durumları nasıl algıladıkları ve tepki verdikleri konusunda önemli derecede belirleyici olan

bilincin görece devamlılığa sahip bir konfigürasyonu olan *ideolojinin* içine tutumu dahil eden önemli bir destek noktası olarak da anlaşılabilir. (Gitlin 2008:32-33)

Son olarak, iki aşamalı akış kuramı eksik ve yanlış bir güç ve iktidar anlayışından hareket etmektedir. Örneğin Lazarsfeld medya içeriğinin kurumsal kökenleri, medyanın yapısal özellikleri ya da medyanın sahiplik yapısıyla ilgilenmez. Bu gelenek için iktidar ve güç serbestçe dolaşan ve eşitlik durumundaki bir piyasa malıymış gibi ele alınır. İlerleyen bölümlerde Frankfurt Okulu, İngiliz Kültürel Çalışmaları ya da Ekonomi Politik Yaklaşım gibi kuramsal geleneklerde bu iktidar anlayışının tam tersi bir yaklaşımın benimseneceğini göstereceğiz. Eleştirel gelenek içerisinde yer alan bu kuramsal gelenekler bize medyanın kurumsal yapısının ve sahiplik ilişkilerinin asimetrik ve eşitsiz bir şekilde yapılaştığını gösterecekler.

Pasif izleyiciden aktif izleyiciye: Kullanımlar ve doyumlar paradigması

Sınırlı etki paradigmasının iletişim çalışmaları alanına en önemli katkılardan biri medya tüketicilerinin, yani izlerkitlenin, sadece medyaya maruz kalan pasif ve birbirinin aynı alıcılar olarak ele alınmasına itiraz etmesi oldu. İnsanların medya içeriği ile seçici bir ilişki kurduğu görüldü: hangi medya içeriklerini seçecekleri, hangilerine dikkat edecekleri, hangi mesajların hangi bölümlerine odaklanacakları, medya mesajlarının ne kadarını/nasıl hatırlayacakları kişiden kişiye farklılık göstermekteydi. Sınırlı etki paradigmasının açtığı bu yolun derinleştirilmesi ve medyanın farklı kullanımları konusunun derinlemesine ele alınması kaçınılmazdı. Kullanımlar ve doyumlar tam da bu tarihsel uğrakta son derece dinamik ve esnek bir yaklaşım olarak iletişim çalışmaları alanında benimsenen ve günümüzde de hâlâ canlılığını koruyan bir yaklaşım olarak ortaya çıktı.

Kullanımlar ve doyumlar, kişilerin medyayı nasıl kullandığını anlamaya çalışan psikolojik bir iletişim yaklaşımıdır (Papacharissi 2009:137). Yaklaşım, etki araştırmalarının medyanın insanlar üzerindeki etkisine odaklanan temel sorusunu ters yüz eder: “*Medya insanlara ne yapar*”, yerine “*İnsanlar medya ile ne yapar?*” sorusunu sorar. Böylelikle dikkat ve ilgi kaynaktan alıcıya doğru kayar ve iletişim sürecinde güç yer değiştirir: Artık üreticileri kontrol eden izlerkitledir.

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının kurucu isimlerinden Elihu Katz kuramın ilk formülasyonlarından birini şu şekilde yaptı:

“Kullanımlar” yaklaşımı, kitle iletişim araçlarının en güçlüsünün dahi, kişiyi –içinde yaşadığı toplumsal ve psikolojik bağlamda “işine yaramayacaksa”– öylesine etkileyemez demektedir. “Kullanımlar” yaklaşımı, insanların değerlerinin, çıkarlarının, ilişkilerinin, toplumsal rollerinin önemli olduğunu ve insanların gördüklerini ve duyduklarını seçici bir şekilde bu çıkarlara doğru “büktüğünü” iddia eder. (Katz 1959:2-3)

McQuail ve Windahl (1997:154), kullanımlar ve doyumlar araştırmalarını “klasik” ve “modern” olmak üzere iki döneme ayırmaktadırlar. Yazarlara göre, klasik dönem 1940’lı yıllarda Uygulamalı Toplumsal Araştırmalar Bürosu tarafından New York’ta yapılan çalışmaları içerir. Bir açıdan da kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının kökenleri Lasswell’in, iletişimin temel işlevlerini “çevrenin izlenmesi”, “olayların ilişkilendirilmesi” ve “toplumsal mirasın aktarımı” olarak sıraladığı “Toplumda İletişimin Yapısı ve İşlevi” başlıklı (1971) makalesine kadar geri götürülebilir. Klasik dönemdeki araştırmalarda ev kadınlarının arkası yarın kuşaklarını nasıl tükettiğini, onlara nasıl doyumlar sağladığını ve onların beklentilerini nasıl karşıladığına dair soruşturmalara yer verilir (Jensen ve Rosengren 2005:55). 1940’lı yıllarda Herzog’un radyo dinleyicileri (özellikle bilgi yarışmaları ve pembe dizi dinleyicileri) üzerine yaptığı araştırmalar yaklaşımın ilk olgun adımlarından biridir. Radyodaki bilgi yarışmalarını doyumlar açısından incelediği çalışmasında bu programların rekabet hissini yaşamak, eğitim ve öğrenme hazzı ve kendini tartma amacıyla izlendiğini ortaya koymuştur (Herzog 1940). 1970’li yıllarda Blumler ve Katz’ın öncülüğünde yapılan araştırmalar da yaklaşımın modern dönemini oluşturmaktadır (Katz vd., 1973; Ruggiero, 2000). Bu iki döneme, yakın zamanda kullanımlar ve doyumlar yaklaşımını diğer iletişim kuramları ve yaklaşımları ve özellikle de geleneksel medya/yeni medya yakınsamasını birlikte düşünmeye çalışan çabalar eklenebilir (Papacharissi 2009; Rubin 2009; Ruggiero 2000).

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının üç temel amacı şu şekilde sıralanabilir: i) İnsanların, ihtiyaçlarını karşılamak için kitle iletişim araçlarını nasıl kullandıkları sorusuna cevap bulmak ii) İnsanların kitle iletişim araçlarını kullanımlarında altta yatan güdülerini keşfetmek iii) Bireysel kitle iletişim aracı kullanımının olumlu ve de olumsuz sonuçlarını belirlemek. (<http://www.utwente.nl>)

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının en sık uygulandığı alanlardan biri televizyon izleyicileri oldu. Rubin (1983), televizyon kullanımlarından kaynaklanan iki izleyici tipolojisinden bahsedebileceğini söyler. Birinci tipoloji televizyonu eğlence ve tüketim amaçlı kullanırken, ikinci tipoloji bilgi edinme gayreti ile daha gerçekçi (*nonescapist*) sebeplerle izlemektedir (1983:37).

Erol Mutlu ise kullanımlar doyumlar kuramının televizyon izleme nedenleri olarak şunları sıraladığını belirtir:

1. *Oyalanma, kaçış*: Gündelik yaşamın alışlagelen ve sıkıcı rutinin dayattığı kısıtlamalardan uzaklaşma; sorunların, dertlerin insana yüklediği sıkıntılardan kaçma; ve duygusal boşalma, rahatlama
2. *Kişisel ilişkiler*: Can yoldaşlığı, ahabpılık.
3. *Kişisel kimlik*: Kişisel referans; gerçekliğin araştırılması; değer pekiştirme.
4. *Gözetim altına alma*: Gündemde olup bitenleri takip etme, haberdar olma. (Mutlu 1999:81-85)

Bu ilk dönemde yürütülen kullanımlar ve doyumlar araştırmaları pek çok yönden eleştirilmiştir. Lometti vd. kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının muğlak bir kavramsal çerçeveye dayandığını, önemli kavramları yeterince net açıklamadığını, kafa karıştırıcı bir açıklayıcı ağıta sahip olduğunu ve izlerkitlelerin medya içeriğini alımlama meselesine eğilmediğini vurgular (akt. Ruggiero 2000:6). Gitlin de kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının davranışçı yönelimini eleştirir ve kuramın bu yüzden medya-izlerkitle-iktidar ilişkisi ile ilgili can alıcı noktaları gözden kaçırdığını öne sürer (Gitlin 2008). Carey, liberal çoğulcu iletişim perspektifinin en özlü ifadelerinden biri olan kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının siyasal/ideolojik yönelimini şu sözlerle tanımlar.

Yaklaşım, modern liberal, kapitalist demokrasilere yöneltilen bildik eleştirileri yanlışlamaya ya da en azından savurmaya çalıştı. İster sağdan gelsin ister soldan bu eleştiriler Batılı demokrasilerdeki tahakküm kurucu güçleri ve totaliter eğilimlere dikkat çekmiş, bunları da kitle medyasının yapı, içerik ve sahiplik örüntüleri ile ilişkilendirmişti. (Carey 1997:18)

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının en önemli sınırlılığı ise metodolojik bireyciliğe saplanması ve toplumsal faktörleri göz ardı etmesidir: “Kullanımlar ve doyumlar temelde psikolojik indirgemeci (*psychologistic*) bir sorunsaldır – kişilerin anlık durumlarını, ihtiyaçlarını ve süreçlerini, içinde bulundukları toplumsal koşullardan soyutlayarak ele alır” (Morley 1992:48). Kitle iletişim çalışmalarında izlerkitleye “etkinlik” kazandıran kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı önemli bir dönüm noktasına işaret etmekle birlikte izlerkitleye aşırı bir serbesti tanır ve mevcut toplumsal/sınıfsal kısıtları ve de iktidar yapıla-

Metodolojik bireycilik: Toplumsal görüngülerin kaynağının bireylerin eylem ve davranışları olduğunu iddia eden; bu yüzden de analiz birimi olarak bireyi esas alan felsefi ve yöntemsel yaklaşım.

rını göz ardı eder. İzleyicinin, medya mesajının pasif alımlayıcısı olarak görüldüğü yaklaşıma bir tepki olarak yükselen kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, herhangi bir yapısal sınırlamadan muaf, kadiri mutlak bir izleyici kavramına sarılır.

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının çağdaş yorumları bu sorunların ve kısıtlılıkların üstesinden gelebilmek adına kuramı farklı açılardan revize etmeye çalışmaktadır. Bu yönde dikkat çekici çabalardan biri Rubin ve Windahl'm (1986) kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ile bağımlılık kuramını uzlaştırma ve sentezleme çabasıdır. Bağımlılık kuramı, karmaşık modern toplumlarda medyanın bir zorunluluk olduğu ve insanların bilgi edinmek için değişen oranlarda ve şekillerde medyaya bağımlı olduğu öncülünden hareket eder. Bağımlılık kuramı, medya etkisinin "toplumsal sistem", "medya sistemi" ve "izlerkitle" arasındaki üçlü etkileşimin bir sonucu olduğunu vurgular. Rubin ve Windahl (1986:186), bağımlılık kuramının toplumsal-yapısal etkilere yaptığı vurgu ile kullanımlar ve doyumların iradeci yaklaşımının birlikte düşünülmesinin yerinde olacağını iddia ederler.

Thomas Ruggiero, "21. Yüzyılda Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı" (2000) başlıklı önemli makalesinde özellikle yeni iletişim teknolojilerinin medya ekolojisini köklü bir şekilde dönüştürmesiyle birlikte kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının iyice önem kazandığını belirtir. Ruggiero, yeni iletişim teknolojilerinin, özellikle de internetin etkileşim (*interactivity*) ve kullanıcı türevli içerik üretme gibi özelliklerinin kullanımlar ve doyumlar tarafından benimsenen aktif kullanıcı paradigması içerisinde en iyi şekilde açıklanabileceğini vurgular. Hatta pek çok yorumcu, internetle birlikte klasik izlerkitle kavrayışımızı yeniden gözden geçirmemiz gerektiğini vurgular (Livingstone 2004; Ruggiero 2000:21).

Güçlü etkilere geri dönüş: Etki paradigmasında yenileme çabaları

Kitle iletişim araçlarının etkilerinin abartılı bir şekilde vurgulandığı dönemin ardından çubuğun tam aksi bir yöne bükülmesi önemli soruları beraberinde getirdi. Gitgide büyüyen, yaygınlaşan, çeşitlenen kitle iletişim araçlarının etkilerini hiçe saymak ne kadar mümkündü? Özellikle televizyonun neredeyse her eve girmesiyle birlikte medya gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası haline geldi. Televizyonun temel haber alma, bilgilenme ve eğlence aracı haline geldiği ve televizyon başında geçen sürenin gitgide arttığı bir çağda etki sorununu yeniden düşünmek gerekiyordu. Bu kaygılardan hareketle, bir dizi kuram ve kuramcı medyanın etkilerini farklı çerçevelere yas-

lanarak açıklamaya çalıştı. 20. yüzyılın ilk yarısındaki güçlü etki paradigmasından farklı olarak, 1960'lı ve 1970'li yıllarda medyanın uzun erimli, dolaylı ve salt davranışsal olmayan etkilerini açıklamaya çalışan bir dizi kuram ortaya çıktı. Şimdi bu kuramların en önde gelenlerini ele alacağız:

- Gündem belirleme
- Çerçeveleme
- Bağımlılık
- Suskunluk sarmalı
- Yetiştirme

Gündem belirleme (*agenda-setting*)

Gündem belirleme kuramının kökenlerini, diğer pek çok kuram ve yaklaşımda da göreceğimiz üzere Walter Lippmann'ın *Kamuoyu* çalışmasında bulmak mümkündür. Lippmann'a göre insanların gerçeklik olarak algıladıkları çevreler ve kendilerine ait olduğunu düşündükleri düşünceler üzerinde medyanın, medyanın sunduğu imgelerin ve medya tarafından sunulan gerçeklik örüntülerinin büyük bir etkisi vardır. Dış dünyanın bilgisine aracı-sız bir şekilde ulaşması mümkün olmayan insanlar için medya belirli anlam haritaları sunar. Lippmann'ın görüşlerinden hareket eden Bernard Cohen de *The Press and Foreign Policy* (Basın ve Dış Politika) başlıklı çalışmasında medyanın insanların "ne düşüncelerini" belirleme konusunda yeterince başarılı olamasa da "ne hakkında" düşüneceklerini belirlemede oldukça etkili olduğunu belirtir (İrvan 2001:70). Buradan da gündem belirleme kuramının en temel önermesine gelinir: "Medya insanlara ne düşüneceklerini değil, ne hakkında düşünmeleri gerektiğini söyler."

Gündem belirleme yaklaşımının bir diğer kaynağı ise Kurt Lang ve Gladys Engel Lang'ın 1959 tarihli "Kitle Medyası ve Oy Kullanma" (1981) başlıklı makalesidir. Yazarlar makalelerine yukarıda ayrıntılı bir şekilde ele aldığımız sınırlı etki paradigmasını eleştirerek başlarlar. Lang ve Lang'e göre, güçlü etki paradigmasının eleştirisini yapan Lazarsfeld ve Berelson gibi araştırmacıların vardığı nokta medya ve etki meselesini yanlış kavramak olmuştur. Güçlü etki paradigması da sınırlı etki paradigması da medya etkisini kısa vadede bir mesele olarak alma yanlışına düşerler. Bu yaklaşımlar medyaya maruz kalmanın birikerek çoğalan (*cumulative*) ve uzun döneme yayılan etkisini göz ardı eder. Örneğin, oy verme davranışı söz konusu olduğunda bakılması gereken, kampanya süreci boyunca medyanın oy verme kararına etkisinden ziyade, yarışan partilerin oy verenler nezdindeki imajı olmalıdır: "Bu

imaj sadece bir kampanyanın ürünü değildir tabii; resmî yarış başlamadan çok önce hazır ve nazırdırlar” (Lang ve Lang 1981:330).

Sadece kampanya süresince değil, aynı zamanda kampanya aralarında da medya insanlara adaylar ve partiler hakkında bir perspektif sunar ve onların imajlarını şekillendirir; kampanyanın hangi konular etrafında gelişeceğinin belirlenmesine yardımcı olur ve belirli bir kampanyayı ayırt eden özgün atmosferi ve hassas alanları tayin eder. (Lang ve Lang 1981:332)

Bu vurguların ardından Lang ve Lang, gündem belirleme yaklaşımının en kilit önermelerinden birini kendi sözleri ile şu şekilde formüle ederler:

Medya, dikkati belirli konulara yöneltir. Siyasal figürlerin imajlarını inşa eder. İnsanların ne hakkında düşünmesi, bilgilenmesi ve hislenmesi gerektiğini öneren konuları öne sürer. (...) Seçtikleri malzeme ile medya bize siyasal dünyaya “aşına olma” görüntüsü sunmaktadır fakat çoğumuz olup bitenle ilgili en dolaylı bilgiyle donanmışızdır. (Lang ve Lang 1981:337)

Gündem belirleme yaklaşımının en önde gelen temsilcileri ise Maxwell E. McCombs ve Donald L. Shaw’dur. Kuramcılar, 1940’lı yıllardaki etki araştırmalarının büyük ölçüde tutum ve davranış değişikliğine yoğunlaştığını, oysa medya etkisinin bir etkiler zinciri içinde gerçekleştiğini iddia ettiler. Onlara göre “ilk aşamada etki ‘haberdar etme’ ya da ‘farkındalık yaratma’ biçiminde ortaya çıkıyordu. Yani insanlar medya aracılığıyla çevrelerinde olup bitenlerin farkına varıyorlardı. İkinci aşamada, insanlar haberdar oldukları sorunlar hakkında daha fazla bilgi edinme yoluna gittikleri için etki ‘bilgi’ düzeyinde ortaya çıkıyordu. Tutum değişikliği ancak üçüncü aşamada görülüyordu. Son aşamada ise davranış değişikliği söz konusuydu” (Irvan 2001:69). İnsanlar medyayı takip ederek neler olup bittiğinin yanı sıra, hangi konuların önemli, hangilerinin önemsiz olduğunu da öğrenirler (Yüksel 2001:23). Hangi konunun önemli olup olmadığı meselesi önceliklerin belirlenmesi ile ilgili olması bakımından önemlidir (Dearing ve Rogers 1996). Örneğin “kadın cinayetleri”, “çevre” ya da “yaşlılık” gibi konuları ele alalım. Gündem belirleme yaklaşımına göre, bu önemli toplumsal sorunlarla ilgili üretilen medya içeriğinin azlığı ya da çokluğu, bu sorunlara verilen önemi de belirleyecektir.

“Medyanın Gündem Belirleme İşlevi” (1972) başlıklı önemli çalışmalarında McCombs ve Shaw medyanın önem verdiği ve halka ilettiği meselelerle, halkın önem verdiği meseleler arasında bir örtüşme olduğu önermesinden hareket eder. Çalışmada bir örnek olaydan hareketle medyanın gündemli ile

seçmenlerin gündemi karşılaştırılır ve medya gündemi ile izleyici gündeminin çakıştığı bulgusuna erişirler. Bununla birlikte ilk dönem gündem belirleme çalışmalarında sebep ve sonuç ilişkisi hususunda bir kafa karışıklığı mevcuttur. Bir başka deyişle, gündemi belirleyen unsurun medya mı olduğu, yoksa medyanın okuyucuların, dinleyicilerin ve izleyicilerin siyasal kaygı ve isteklerini mi yansıtmaya meyilli olduğu çok açık değildir. Sonraki yıllarda kamuoyunun yaşadığı dönüşümlerle medya gündemindeki dönüşümler arasındaki ilişkiyi daha ayrıntılı bir şekilde inceleyen çalışmalar medyanın önemli oranda gündem belirleme gücüne sahip olduğunun altını çizdi. Shanto Iyengar'ın çalışmaları medyanın gündem belirleme gücünün, gündemdeki konuyla ve konuyla ilgili konuşan aktörlerle yakından ilgili olduğunu ortaya koydu. Örneğin işsizlik gibi can yakıcı bir konu, medyada ne kadar yer aldığından bağımsız olarak kamuoyunun önde gelen sorunlarından biri oluyordu. Ya da ABD başkanının bir konu hakkındaki beyanatı, o konunun medyada ne kadar yer aldığından bağımsız olarak gündemin en önemli maddelerinden biri olabiliyordu. Son olarak Iyengar, gündem belirlemenin tek yönlü bir süreç olduğunu belirtti: haberler kamunun konuya ilgi düzeyini etkilerken tersi geçerli değildi, yani kamunun önemli gördüğü meseleler illaki medyada yer bulmuyordu (Iyengar ve Simon 1993:367).

Elbette medya gündemi rastgele belirlenmez. Medyanın neleri önemli, neleri önemsiz olarak belirleyeceğini belirleyen bir dizi kişisel ve yapısal unsur vardır. Örneğin haber içeriklerini belirleyenlerin bireysel özellikleri; medyanın profesyonel rutinleri; kurumsal, ekonomik yapı; haber kaynakları ile kurulan ilişki ve ideolojik etkiler medya gündemini belirleyen ve iç içe geçmiş karmaşık unsur ve süreçlerdir (Irvan 2001).

Gündem belirleme yaklaşımından doğan iki ayrı çalışma alanından bahsetmek yerinde olacaktır: “İkinci aşama gündem belirleme” (*second level agenda-setting*) ve “öne çıkarma” (*priming*).

İkinci aşama gündem belirleme, gündem belirleme yaklaşımının bir uzantısı olarak medyanın sadece ne üzerine düşünmemiz gerektiği hususunda başarılı olmadığını, aynı zamanda bahsi geçen konular hakkında nasıl düşünmemiz gerektiği konusunda da etkili olduğunu söylemektedir (McCombs 2005:546). Bu önermeyle paralellikler içeren *öne çıkarma* ise medyanın, insanlara politik meseleleri ve figürleri değerlendirirken belirli kıstasları, şema ve kriterleri sunduğunu iddia eder. Örneğin, medya, uluslararası politikayı gündemin en önemli konusu olarak belirliyorsa ve sunuyorsa, seçmenlerin partiler ve siyasetçiler hakkındaki yargılarının oluşmasında bu konular önem kazanacaktır. Iyengar ve Kinder (2010) medyanın öne çıkarma sürecinin dinamiklerini ve bunun seçmen davranışı üzerindeki etkilerini şu şekilde açıklarlar:

1. İnsanlar siyaset dünyasındaki her şeye yakın ve ayrıntılı bir ilgi göstermezler. (Lippmann'ın sözlerini hatırlayalım).
2. İnsanlar her meseleyi enine boyuna incelemekten ziyade, ellerinin altındaki, en kolay ulaşabilecekleri bilgiye dayanarak yargıya varırlar.
3. Medya, akla ilk hangi konuların geleceğini belirleme konusunda önemli bir güce sahiptir.
4. Medya bir kez gündemi belirlediğinde seçmenler için önemli meseleleri öne çıkarır. 'Televizyon haberleri, bazı konulara dikkat çekerek ve diğerlerini görmezden gelerek hükümetlerin, başkanların, politikaların ve adayların hangi ölçülere ve normlara göre değerlendirileceklerini etkiler' (Iyengar ve Kinder 2010:63).
5. Öne çıkarma, insanların kime oy vereceğini etkileyebilir (Perloff 2014:130).

Perloff (2014:131), gündem belirlemeden oy davranışına uzanan bu ilişkiyi şu basit şema ile şöyle açıklamaktadır:

Medya gündemi → Öne çıkarma → Seçmen gündemi → Oy kullanma

Çerçeveleme kuramı (*framing theory*)

Sanatçılar, bir tablonun içine konduğu çerçevenin, izleyenlerin o tabloyu nasıl yorumlayacağı ve tabloya nasıl tepki vereceği üzerinde etkisi olabileceğinin farkındadırlar. Sonuç olarak, bazı sanatçılar eserlerini nasıl sunacakları konusunda son derece dikkatlidirler. İzleyicilerinin resmi en doğru şekilde görmelerini sağlayacak çerçeveyi seçmeye gayret ederler. Gazeteciler de -çoğunlukla bilinçaltı olarak- iş siyasal dünyayı tanımlamak olunca benzer şekilde davranırlar. İzlerkitlelerin konuları ve politikaları nasıl yorumlayacakları ve değerlendirecekleri üzerinde etkisi olan imge ve kelimeleri seçerler. (Tewksbury ve Scheufele 2009:17)

Diyeim ki, gazetede genç bir kadının kocası tarafından öldürülmesi ile ilgili bir haber okuyorsunuz. Gerçekleşen eylem nasıl tanımlanıyor? Maktul ve mücrim nasıl adlandırılıyor? Olayın sorumlusu olarak kimler ve neler gösteriliyor? Olay ahlâki açıdan nasıl değerlendiriliyor? Benzeri olaylara karşı nasıl çözümler sunuluyor? İşte bu ve benzeri sorulara vereceğiniz cevaplar o haberin nasıl çerçevelendiğini gösterecektir bize.

Gündem belirleme kuramı medyanın insanlara ne düşünmesi gerektiğini değil, *ne hakkında* düşünmesi gerektiğini söylediğini iddia ediyordu. Çerçe-

veleme kuramı ise medyanın, özellikle de haberlerin, insanlara belirli konular hakkında *ne şekilde* düşünmeleri gerektiğini söylediğini iddia eder. Çerçevelerin en önde gelen işlevi belirli olayları belirli şekillerde tanımlamak ve daha da önemlisi, olaylar arasında ilişkiler kurarak olayları birbirine bağlamaktır. Amerika’da kürtaj haberleri üzerine yapılan bir deneyden bahsedilir. Söz konusu tıbbi prosedür hakkında birbirinin aynısı gazete haberlerinin bir kısmında “*fetüs*”, diğer kısmında ise “*bebek*” kelimesi kullanılır. “Bebek” kelimesinin kullanıldığı haberleri okuyan okuyucular, kürtaj üzerindeki denetlemelerin artırılmasını daha fazla desteklerler. Yani haberdeki tek kelimenin değişmesi bile, insanların algı ve tutumlarını etkiler (Tewksbury ve Scheufele 2009:19-20).

Çerçeveleme kuramının temelleri Heider ve Simmel’in psikoloji deneylerine ve Goffman’ın çerçeveleme üzerine sosyolojik analizlerine dayanmaktadır. Heider ve Simmel insanların gündelik yaşamlarında karşı karşıya kaldıkları karmaşık bilgi yığınına anlaşılır kılmak için belirli yüklemelerde (*attribution*) bulunduğunu ifade eder. Ünlü çalışmalarında, geniş bir karenin etrafında ve içinde hareket eden üç geometrik şekille (geniş bir üçgen, küçük bir üçgen ve bir yuvarlak) yapılan bir animasyon deneklere izletilmiştir. Deneklere bu nesnelerle ilgili sorular sorulmuş ve deneklerin nesneleri, bu nesnelere kişisel özellikler atfederek/yükleyerek sınıflandırdıkları ve anlamlandırdıkları görülmüştür: örneğin, iki üçgen ve bir yuvarlak, bir kız için mücadele eden iki adam (biri zorba, diğeri kahraman) olarak algılanmıştır (bkz. <http://www.all-about-psychology.com/fritz-heider.html>)

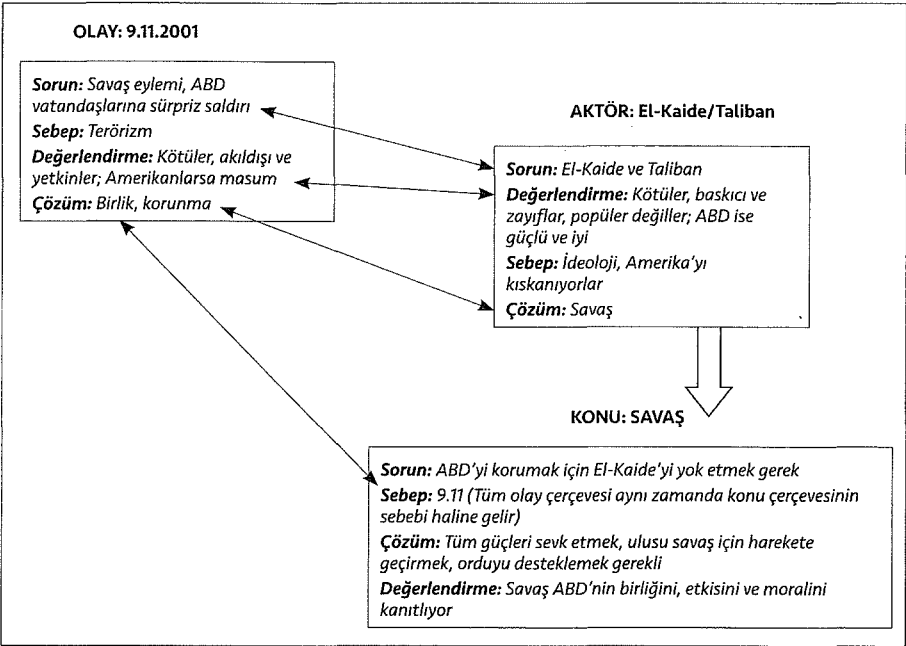
Goffman insanların gündelik yaşamlarında karşılaştıkları durumları anlamlandırabilmek ve sınıflandırabilmek için “birincil çerçevelere” başvurduklarını belirtir (Goffman 1986). Bu birincil çerçeveler insanların yeni bilgileri sınıflandırabilmek için başvurdukları görece istikrarlı ve toplumsal olarak paylaşılan kategori sistemleri olarak tanımlanabilir. Vatandaşlar bir yandan yeni bilgileri/haberleri bu birincil çerçeveler içerisinde okurlar; diğer yandan da medya bilgilerin/haberlerin sunumunda birincil çerçevelere başvurur (Tewksbury ve Scheufele 2009:18).

Çerçevelemenin çok klasik ve güzel bir tanımını Entman yapar: “Çerçevelemek esasen seçmeyi ve önem vermeyi barındırır. Çerçevelemek, *bir sorunun belirli bir şekilde tanımlanmasını, istenen nedenselliklerin kurulmasını, tercih edilen ahlâki değerlendirmelerin yapılmasını ve istenen çözüm önerilerinin gündeme gelmesini sağlamak amacıyla, algılanan gerçekliğin bazı bölümlerini seçmek ve bir iletişim metninde daha önemli hale getirmektir*” (Entman 1993:52). Bir başka deyişle, çerçevelemeyi yapan kişi, bir olay veya konunun, amaçladığı şekilde algılanmasını, olaylar arasında istediği bağlantıların kurulması-

nı sağlamak için onun bazı yönlerini seçer ve öne çıkarır. Bu önermeleri parçalara ayırılım:

1. Çerçeveler sorunları tanımlar: Bir etmenin, hangi fayda ve maliyetle, ne yaptığını
2. Çerçeveler sebepleri teşhis eder: sorunu ortaya çıkaran güçleri belirler.
3. Çerçeveler ahlâki yargılarda bulunur: Etmenleri ve sonuçları değerlendirirler.
4. Çerçeveler çözüm önerir: sorunların nasıl çözüleceğine ve çözümlerin olası etkilerine dair önerilerde bulunurlar.

Amerika'da 11 Eylül 2001 tarihinde İkiz Kuleler'e gerçekleştirilen terörist saldırının ve Terörle Savaş'ın Amerikan haber medyası tarafından nasıl çerçevelendiğini inceleyen Entman çerçeveleme sürecini şu şekilde anlatır:



11 Eylül saldırılarının çerçevelenmesi. (Kaynak: Perloff 2014:158)

Tekrarlar ya da belirli kavramların tanıdık sembollerle ilişkilendirilmesi bir kavramı öne çıkarmanın yöntemlerinden bazılarıdır. Lakin çerçeveleme sürecinde seçme ve öne çıkarma kadar önemli olan bir diğer konu ise elenenler ve geride kalanlardır. Zira her seçim bir eleme, bir dışarıda bırakma eylemidir aynı zamanda. Kürtaj örneğine dönersek, haber metninde “fe-

tüs” terimini kullanmak “bebek” terimini tercih etmemek demektir ve bu elemenin kendisi bize çok şey anlatır. Meselelerin belirli şekilde çerçeveselenmesi, alternatif yorumları, açıklamaları ve çözüm önerilerini görünmez kılabılır. Yukarıdaki “Terörle Savaş” örneğine geri dönelim. 11 Eylül saldırıları Amerika’yı kıskanan kötücül ve irrasyonel güçlerin saldırısı olarak değil de; Amerika’nın 20. yüzyıl boyunca sürdürdüğü emperyalist ve militarist dış politikasının geri tepmesi olarak çerçeveselenirse sorun-sebep-çözüm-değerlendirme dörtlüsünün tümünü yeniden ele almamız gerekecektir.

Bağımlılık kuramı (*dependency teory*)

Bağımlılık kuramı kitle iletişimini toplumsal sistemlerle ilişkilendirmeye çalışan bir yaklaşımdır. Temelleri DeFleur ve Ball-Rokeach tarafından atılan bu yaklaşım medya ve izlerkitleleri daha geniş toplumsal sistemler içerisinde konumlandırmaya çalışır. Yazarlara göre modern toplumlarda toplumsal yapı karmaşıklaştıkça kişilerin toplumsal sistemle temas noktaları azalır. İnsanlar etraflarında olup biteni anlayabilmek için gitgide daha fazla kitle iletişim araçlarına ihtiyaç duyarlar. Medya toplumsal eylemin hem toplum hem de grup ve birey düzeyinde devamı ve dönüşümünde önemli bir rol oynar. Kitle iletişim araçlarının hem bireysel hem de toplumsal düzeyde oynadığı bu önemli işlevi anlayabilmek için “izlerkitle”, “medya” ve “toplum” arasındaki üçlü ve karşılıklı ilişkiyi kavramak gerekmektedir. “Medya etkilerini tam olarak kavrayabilmemiz için bu değişkenleri tek tek, karşılıklı etkileşimleri açısından ve sistematik bir şekilde incelemek gerekir” (Ball-Rokeach ve DeFleur 1976:5; DeFleur ve Ball-Rokeach 1975:261).

DeFleur ve Ball-Rokeach, bağımlılık kuramının medya-izlerkitle-toplum üçlüsü arasındaki karşılıklı ilişkilerini üç ayrı başlık içerisinde ele alır.

1. Medya-izlerkitle ilişkisi
2. Toplum-medya ilişkisi
3. Toplum-izlerkitle ilişkisi

DeFleur ve Ball-Rokeach’ın ilk olarak “medya-izlerkitle” ilişkisine yoğunlaşmasının sebebi şehirli-sanayi toplumlarında insanların kitle iletişim araçlarına bağımlılığının en üst düzeyde olmasıdır. Zira izlerkitlenin medya-bağımlılık düzeyi, medyanın izlerkitle inanç, duygu ve davranışları üzerindeki etkisinin sınırlarını belirlemektedir. Konuyu daha da derinleştirmeden önce “bağımlılık” teriminden ne anlaşıldığı ortaya konmalıdır: *Bağımlılık bir tarafın ihtiyaçlarının giderilmesi ve hedeflerine ulaşmasının, diğer ta-*

rafın sağladığı kaynaklara bağlı olduğu bir ilişki türüdür (Ball-Rokeach ve DeFleur 1976:6).

İnsanlar bilgilenme ihtiyaçlarını gidermek için medyaya farklı biçimlerde bağımlı hale gelirler. Örneğin, bir kimsenin toplumsal dünyasını öğrenmek istemesi; o dünya içerisinde anlamlı ve etkili bir şekilde hareket etme ihtiyacı; ya da gündelik sorunlardan ya da gerilimlerden kaçma isteği gibi ihtiyaçlardan hareketle medyaya bağımlı hale gelir insanlar. “İhtiyaç ne kadar artarsa bağımlılık da o kadar artar ve medya tarafından sunulan bilginin izlerkitlenin biliş, hissediş ve davranışları üzerindeki etkisinin güçlenme olasılığı da artar” (Ball-Rokeach ve DeFleur 1976:6). Şu ana kadar kuramla ilgili söylediklerimiz kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ile benzerliği ortaya koymaktadır. Fakat DeFleur ve Ball-Rokeach bizi bu benzerlik konusunda uyarır ve kullanımlar ve doyumlar yaklaşımını sadece izlerkitleye odaklanmakla, izlekitle-medya-toplum üçlüsü arasındaki karşılıklı ilişkileri göz ardı etmekle suçlar. Yukarıda kullanımlar ve doyumlar bölümünde de gösterdiğimiz üzere, yakın zamanda bu iki perspektifi yakınlaştırmaya çalışan çabalardan bahsetmek mümkündür (bkz. Rubin ve Windahl 1986).

DeFleur ve Ball-Rokeach medyanın sunduğu bilginin kişiler için taşıdığı önemin bağımlılığı ve medya mesajının etkisini artıran bir başka unsur olduğunu vurgular. Örneğin, siyasetteki gelişmeleri yakından takip eden bir izleyici topluluğu için sporda yaşanan gelişmelerin çok da önemi olmayacaktır. Medyaya bağımlılığı artıran bir başka önemli unsursa toplumsal değişim ve krizlerdir. Modern dünyada sık sık yaşanan bu altüst oluş dönemlerinde, var olan referans çerçeveleri ve değer sistemleri geçerliklerini yitirmektedir. İnsanlar da bu gibi süreçlerde medya mesajlarına dönmekte, medyaya daha duyarlı ve bağımlı hale gelmektedir.

Diğer yandan, toplum-medya ilişkisi medyaya erişim ve elverişlilik konularını etkiler ki, bu da kişilerin medya deneyimini etkileyen önemli bir yapısal unsurdur. Örneğin kişilerin eğitim (okuryazarlığı düşünelim) ve gelir durumları, onların belirli medya türlerine erişimi önünde bir engel teşkil edebilir. Medyanın mevcut siyasal, hukuki, ekonomik yapılar ve kurallarla (yani toplumsal sistem ile) çevrelenmiş olması da hem medyanın yapısını ve içeriğini, hem de izlerkitlenin medya deneyimini şekillendirir.

Toplum-izlerkitle ilişkisine geldığımızda, DeFleur ve Ball-Rokeach, toplumun tüketicilerin medya kullanım ihtiyaç ve motivasyonları üzerinde etkileri olduğunu ve üyelerine kurallar, bilgi ve kanunlar sunduğunu belirtir. Nasıl ki izlerkitleler belirli bir toplumsal sistem içerisine yerleşmişlerse, toplumsal sistemin de onlara ihtiyacı vardır: toplumsal ve kültürel grupların birey üyelere; siyasal sistemin oy verenlere; ekonomik sistemin tüketicilere olan ihtiyacında bunu görürüz.

Görüldüğü üzere, bağımlılık kuramı medyanın modern kapitalist toplum-
larda oynadığı önemli rolü ve insanlar üzerindeki güçlü etkilerini medya-
toplum-izlerlikle üçlüsüne ve bu üçlü arasındaki karşılıklı ilişkiye odakla-
narak açıklamayı hedeflemektedir.

Suskunluk sarmalı (*spiral of silence*)

Batı Almanların üçte birinden fazlası, “başkalarının benim hakkında ne dü-
şündüğü umurumda değil” demişti. İnsanların kendileri hakkında düşütle-
ri yanığı bundan daha büyük olamazdı.

– Elisabeth Noelle-Neumann, *Kamuoyu*, 1998, s. 34.

“Kamuoyu araştırmalarında saptanan bireysel fikirlerin toplamı kamuoyu
olarak bilinen korkunç bir siyasal güce nasıl dönüşüyor?” Kamuoyunun bi-
reyler ve toplum üzerinde bir denetim mekanizması işlevi gördüğünü iddia
eden Elisabeth Noelle-Neumann, bu soruyu cevaplamaya çalışır. Ona gö-
re medyanın etkilerini ancak kamuoyu kavramını ve kamuoyunun nasıl bir
kontrol ve baskı mekanizmasına dönüştüğünü açıklayarak kavrayabiliriz.

“Suskunluk sarmalı kuramı, –sadece birbirini tanıyan gruplar değil– top-
lumun ortak uzlaşmanın dışına çıkan bireyleri dışlamak ve toplumdan ihraç
etmekle tehdit ettiği, öte yandan bireylerin de genellikle bilinçsiz, muhte-
melen genetik bir dışlanma korkusuna sahip oldukları görüşünden hareket
eder” (Noelle-Neumann 1998:234). Dışlanma korkusu insanları sürekli ola-
rak hangi görüşlerin/davranışların/tercihlerin kabul edildiğini hangilerinin
onaylanmadığını belirleyebilmek için etraflarını gözlemlemek ve kestirim-
lerde bulunma durumunda bırakır. İnsanlar çevrelerini dikkatle gözlemler,
diğer insanların ne düşündüğünü, eğilimlerinin ne olduğunu anlamaya ça-
lışırlar. Örneğin, Chicago Okulu bölümünde ele aldığımız Erving Goffman,
insanlar için diğer insanların onlar hakkındaki düşüncelerinin son derece
önemli olduğunu; bu yüzden de insanların, diğer insanların onlar hakkmda-
ki düşüncelerini kontrol etmek için çeşitli stratejilere başvurduğunu söyler.
Noelle-Neumann sadece siyasal konulara göndermede bulunmaz; gelenek-
ler, temel kültürel kodlar ya da moda da bahsi geçen anlaşmanın bir parça-
sıdır: “Moda, yenyiken insanın dışlanmadan açıkça gösterebileceği ve bir sü-
re sonra da dışlanmamak için açıkça göstermek zorunda olduğu davranış bi-
çimidir.” (Noelle-Neuman 1998:140)

Görüşlerinin, toplumun geri kalanıyla uyum içerisinde olduğunu düşün-
düklerinde ise gerek özel gerek kamusal alanda konuşmalara daha fazla ka-
tılırlar, rozetler, çıkartmalar ya da özel kıyafetlerle kendilerini daha sık ifa-

de ederler. Azınlıkta olduklarını düşündüklerinde ise daha dikkatli davranır ve susmayı tercih eder. Susmaları, toplum içerisinde olduklarından daha zayıf görünmelerine yol açar. Suskunluğun kendini yeniden üreten bir sarmalla dönüşmesinin sebebi budur. Noelle-Neumann “konuşma” ve “susma” fiillerinden ne anladığını şu sözlerle açıklar:

Yakaya bir rozetin takılması, arabaya bir çıkartmanın yapıştırılması “konuşmaktır”; bir görüşe sahip olmamıza rağmen, bunları yapmamak ise “susmaktır”. *Frankfurter Rundschau* gibi belli bir çizgiye sahip bir gazeteyi herkesin görebileceği bir biçimde taşımak “konuşmaktır”, gazeteyi cebe tıkmak ya da daha az biline bir gazetenin içine saklamak da “susmaktır”. Bildiri dağıtmak konuşmaktır, afiş asmak, afiş sökmek ya da rakip partinin amblemini taşıyan arabanın lastiğini patlatmak da konuşmaktır. 1960’lı yıllarda bir erkeğin uzun saçlı olması konuşmaktı. (Noelle-Neumann 1998:49-50)

Suskunluk sarmalı kuramı beş varsayım üzerine kuruludur:

1. Toplum sapkın bireyleri dışlamakla tehdit eder.
2. Bireyler sürekli olarak dışlanma korkusu duyarlar.
3. Bu dışlanma korkusu, bireylerin her an fikir iklimini değerlendirmeye çabalamalarına yol açar.
4. Bu değerlendirmenin sonuçları, kamu önündeki davranışları ve özellikle de fikirlerin açıkça ifade edilmesini ya da gizlenmesini etkiler.

Beşinci varsayım dört varsayımı birleştirir ve buradan kamuoyunun inşası, tesisi ve yeniden üretimi ile ilgili çıkarımlarda bulunur (Noelle-Neumann 1997:227).

Noelle-Neumann bireylerin kendi yaşamı ve kişisel deneyimiyle ilişkili olmayan tüm konularda fikir iklimini medya üzerinden takip ettiğini belirtir. Tartışmalı konular söz konusu olduğunda kamuoyunun hükümeti ya da toplumun bir üyesini etkileme gücü medya aracılığı ile biçimlenmektedir. Noelle-Neumann medya-kamuoyu ilişkisi üzerine şunları not eder:

- Bir tartışmadaki çoğunluk ve azınlığın görece gücü medya tarafından çarpıtılmış biçimde görülür: yani başat medya bakış açısı doğrultusunda görülür.
- Toplumdaki çoğunluk kampı, etkili medya tarafından desteklendiği takdirde konuşmak için azınlığa göre daha isteklidir.
- Eğer medya karşıt kampı, yani azınlığı desteklerse çoğunluk kampı sessiz çoğunluk haline gelir.

- Azınlık medyanın düşmanca tutumuyla karşılaşırsa sessizliğe bürünür.
- Azınlık medyadan destek gördüğü takdirde çoğunluktan daha fazla konuşma arzusu duyar, çünkü etkili medyanın kamusal otoritesi tarafından güçlendirilmiştir. (Noelle-Neumann 1997:228-229)

Suskunluk sarmalı kuramı pek çok açıdan eleştirilmektedir. İlk eleştiri, Noelle-Neumann'ın dışlanma korkusunu insan doğasına bağlaması, kültür faktörünü göz ardı etmesidir. Bazı kültürler daha bireyciyken diğerleri daha toplulukçu olabilir ya da bazı kültürler farklı düşüncelere açıkken diğerleri kapalı olabilir. Yani kültürel özellikler dışlanma-içerme mekanizmalarının nasıl işlediğini belirleyecektir. İkinci nokta yaklaşımın kullandığı yöntemle ilişkindir. Burada yer vermedik ama Noelle-Neumann ve ekibinin saha araştırmaları büyük oranda kişilerin beyanına (onlara sorulan sorulara verilen cevaplara) dayanmaktadır. Oysa “susma” ya da “konuşma” edimleri sadece kişilerin beyanlarından hareketle değil, aynı zamanda diğer araştırma yöntemleri ile de incelenmelidir. Ayrı bir eleştiri, suskunluk sarmalı hipotezlerinin büyük topluluklardan ziyade, yüz yüze iletişimin güçlü olduğu daha küçük topluluklarda geçerli olduğudur. Son olarak İrvan (1997:446) eğer Noelle-Neumann'ın varsayımları doğru kabul edilirse, bir de konuşkanlık sarmalı olarak adlandırabileceğimiz bir unsurdan bahsedebileceğimizi söyler: “Herhangi bir konuda kendi görüşlerinin fikir iklimi içinde daha fazla desteklendiğini gören kişiler daha fazla konuşma eğiliminde olacaklardır.”

Peki günümüz yeni medya koşullarında suskunluk sarmalı kuramının herhangi bir geçerliliği var mıdır? “Çevrimiçi Suskunluk Sarmalı” başlıklı makalelerinde Pablo Porten-Cheé ve Christiane Eilders (2015) bu soruyu yanıtlamaya çalışırlar. Yeni medya mecraları, sosyal medya ve kullanıcı türevli içerik gibi unsurlarla tanımlanan medya ekolojisinde suskunluk sarmalı tezlerinin geçerliliğini araştırırlar. Zira çevrimiçi ortamlarla birlikte, fikir ikliminin içeriği ve içerik sağlayıcıları önemli ölçüde değişmiştir. Profesyonel medya üreticilerinin, editörlerin, gazetecilerin ya da muhabirlerin yerini, sıradan sosyal medya kullanıcısı ve içerik üreticisi almıştır ki, bu da daha çeşitli, çoğul ve kişiselleştirilmiş bir içerik dolaşımını mümkün kılmıştır (Porten-Chee ve Eilders 2015:144). Bu denklem, tüketici tarafı için de daha fazla seçim şansı ve kendi tercihlerini destekleyen medya içeriklerine yönelebileme özgürlüğü anlamına gelmektedir. Son olarak, çevrimiçi ortamlarda kişilerin “anonim” varlık gösterebilme şansı, aykırı görüşlerin daha rahat dillendirilmesini sağlamaktadır.

Porten-Cheé ve Eilders (2015:145) çevrimiçi ortamlarla geleneksel medya arasında hem hâkim fikir ikliminin algılanması hem de buna verilen tepki açısından farklılıklar olduğunu iddia eden çalışmalardan bahseder. Bazı

çalışmalar, çevrimiçi ortamlarda aykırı fikir dillendirmenin bırakın dışlanmaya yol açmayı, daha fazla fikir beyanını provoke ettiğini söyleyerek suskunluk sarmalı tezinin tam aksi bulguların altını çizer. Diğer araştırmalar ise anonimliğin aykırı fikir beyanını kolaylaştırdığını; bununla birlikte fikir beyanının zahmetsiz bir süreç olması sebebiyle çevrimiçi dünyanın anonim olmayan kullanıcıları da konuşmaya sevk ettiğini vurgular.

Yazarların bu vurgularına karşın, Pew Araştırma Merkezi tarafından 2014 yılında yapılan bir araştırma, suskunluk sarmalı kuramının çevrimiçi ortamlar için de geçerli olduğunu vurgular. 1.800 yetişkinle yapılan anketin bulgularına göre sosyal medya kullanıcıları daha ziyade kendi fikirlerine yakın olan kişilerle arkadaşlık kurmakta ve kendi fikirlerine yakın gördükleri ortamlarda görüş bildirmeye meyletmektedirler. Aynı şekilde, takipçilerinin ya da arkadaşlarının hoşlanmayacağını düşündükleri fikirlerini de paylaşmaktan çekinmektedirler. Buna bir de çevrimiçi arama algoritmalarının yapısı ve ayna ve yankı etkileri de eklendiğinde çevrimiçi dünyanın gitgide daha benzer-sever (*homophily*) bir ortama dönüştüğünü söylemek mümkün olur. Zira arama motoru ve sosyal medya algoritmalarının uyguladığı filtreler sizi, sizinle aynı kelime, beğeni ve tercih havuzuna sahip olan kişilerle buluşturur. Ayna etkisi de baktığınız her yerde kendi görüşlerinizi, sizi destekleyen olguları görme ve kendinizi olduğunuzdan daha güçlü ve kalabalık hissetmenize yol açar. Yankı etkisinde ise söz konusu olan benzer seslerin ve fikirlerin sürekli olarak birbirini destekledikleri ve adeta yankıymışçasına çoğaldığı ve yoğunlaştığı durumu tarif eder. Bir başka deyişle, çevrimiçi dünya farklı fikirlerin çarpıştığı ve aykırı seslerin hâkim seslerle karşılaştığı ve çarpıştığı bir mecra olmaktan gitgide uzaklaşır.

George Gerbner, yetiştirme kuramı ve kültürel göstergeler (*cultivation theory*)

Bu bölümde hem anaakım hem de eleştirel medya kuramlarının bir parçası olarak düşünebileceğimiz özgün bir iletişim kuramını inceleyeceğiz. Karışıklığı engellemek için hemen not edelim. “Yetiştirme Kuramı” bazı yerlerde “Ekme Kuramı” bazen de doğrudan İngilizce adından hareketle “Kültivasyon Kuramı” olarak da adlandırılmaktadır. İngilizce “*cultivation*” toprağı işlemek, yetiştirmek, ekmek, gübrelemek, yerleşmek anlamına gelir ki, kültür kelimesiyle aynı kökene sahiptir – Latince *cultura* ve *colore* (Williams 2011:105). “Yetiştirme”, Gerbner’in medyanın etkilerini ve modern toplumlarda oynadığı önemli rolü açıklamak için başvurduğu kilit kavramdır. Gerbner’e göre medya etkilidir. Ama bu erken dönem güçlü etki paradigma-

sının iddia ettiğinden farklı bir etkidir. Medya insanların inanç, tutum ve davranışları üzerinde gözlemlenebilir ve kısa vadeli etkiler yaratmaz; uzun vadeli bir süreçte insanların toplumsal gerçekliği algılama biçimlerini şekillendirir, eker.

Gerbner’i güçlü etki paradigmasının basitçe bir devamı olarak düşünmek sorunludur. Zira Gerbner ampirik yöntemlerle sosyal bilimlerin eleştirel amaçlarını birleştirmeyi, ayrıntılı araştırmalarla değer ve bilinç yönelimli kuramları bir araya getirmeyi ve böylelikle bireylere içinde yaşadığı kültürün “geniş dip akıntılarını” kavramasını sağlayacak bir bakış açısı kazandırmayı hedeflemektedir (Gerbner 2014:121). Bir başka deyişle, Gerbner anaakım ve eleştirel kuramların kavşağında, ara bir noktada yer almaktadır. Şimdi ayrıntılara girelim.

Gerbner iletişimi “mesajlar aracılığıyla oluşan etkileşim” olarak görür. Ona göre iletişim kültürü oluşturan sembolik çevreyi hem yaratan hem de bu çevre tarafından güdülen insani bir süreçtir. Gerbner iletişimin yaygın bir şekilde tek yanlı bir etkileme ya da ikna süreci olarak ele alındığı bir dönemde, iletişimin sembolik ve kültürel yönlerine dikkat çeker. Bunu, hikâye anlatmanın en temel insani süreçlerden olduğu vurgusuyla pekiştirir:

Ben büyüye inanırım. Müzik ve dans yarımıyla inanılmaz zenginliklerin kilitlerinin çözülmesini sağlamak, sanat yoluyla gözle görülmeyenler ait görünümleri akıllarda canlandırmak, şiir, şarkı ve öykü aracılığı ile hayal ve gerçek durum dünyaları yaratmak: İşte insan yaşamının temel sihri budur. Hikâye anlatmak bu sihir için benim kullandığım kısaltmadır. Hikâye anlatmak, insanı, homo sapiens türü haline getiren nedendir (Gerbner 2014:314).

Gerbner’e göre kültürel çevremize can veren üç değişik hikâye tarzı vardır:

1. Şeylerin *nasıl işlediğine* dair hikâyeler: Bu hikâyelere *kurgu* denir ve bunlar, bizim gerçeklik olarak adlandırdığımız bir fantezi inşa eder.
2. Şeylerin *nasıl olduğuna* dair hikâyeler: Bunları genellikle *haber* olarak adlandırıyoruz ve bu hikâyeler belirli bir toplumun vizyonunu, kurallarını ve amaçlarını teyit etmeye yarar.
3. *Ne yapılması* gerektiğine dair tercih ve değer bildiren hikâyeler: Tarih boyunca bu hikâyeler dinsel öğüt ve emirler ya da yasalar şeklinde karşımıza çıktı; bugün ise bu hikâyelere *reklam* deniyor. (Gerbner 2014:19)

Bu üç hikâye türü birbirini dengeler ve birbirleri ile ilişki halindedir ama üçüncü tür hikâyeler, yani reklamlar, ilk iki türü finanse eder. Bu yüzden de hangi tür hikâyenin dolaşıma gireceği ile hikâyelerin satma potansiyeli ara-

sında kuvvetli bir ilişki vardır. Bir başka deyişle, bu durum çok satan hikâyelerin dolaşıma girmesini destekleyen bütüncül bir kültürel çevrenin ortaya çıkmasına yol açar. Burada Gerbner'in yaklaşımının eleştirel damarı yüzünü gösterir. Gerbner, elektronik çağla birlikte kültürel dünyanın gitgide ticarileştiğini, tekelleştiğini, türdeş hale geldiğini ve küreselleştiğini vurgular (Shanahan ve Morgan 2004:X). 1958 yılında yayımladığı “Kitle İletişiminde İçerik Analizi ve Eleştirel Araştırma Üzerine” başlıklı önemli makalesinde bu konuyu ele alır. Gerbner, mesaj üretiminin ticari çıkarlara tâbi hale gelmesini eleştirir. Sınai ilişkiler ve pazar ilişkileri tam olarak kavranmadan kitle iletişim araçlarının içerik analizinin yüzeysel kalmaya mahkûm olduğunun altını çizerek. Aynı vurguyu hem Frankfurt Okulu hem de Eleştirel Ekonomi Politik yaklaşımları ele alırken göreceğiz.

Gerbner modern toplumlarda kitle iletişiminin insanlar üzerindeki etkilerini açıklamaya çalışan kuramcılardan biriydi. Bu açıdan bakıldığında da onu etki sorunsalı içerisinde konumlandırmak mümkündür. Bununla birlikte, etki-tepki modellerine ya da yukarıda ele aldığımız güçlü etkiler (sihirli mermi, derialtı şırınga vd.) paradigmasına da mesafeliydi:

İki dünya savaşından çıkardığımız dersler ve 1930'larm tarihsel tecrübesi “propagandanın” gücünü kafamıza soktu”. Daha ayrıntılı araştırmalar ve ciddi akıl yürütmeler, bu etkinin temel kaynağının tek tek mesajlar, kampanyalar ya da kişiliklerden ziyade belli bir zaman ve mekânın popüler bağlamı olduğunu gösterdi. Tek bir kişinin “insanların fikirlerini değiştirme gücü” mitinin yerini, kitle iletişim araçlarının ve popüler kültürün insan yaşamındaki daha karmaşık, daha incelikli ve daha yaygın rolüne ilişkin kavramlaştırmalara bıraktı. Bu daha geniş bağlam içinde, fikirlerimizin ve eylemlerimizin kültürel kaynaklarına ilişkin daha derin bir anlayış geliştirmeye giriştik (Gerbner 2014:124-25).

Bir başka yerde bize iletişimsel eylemin özünün “istenen tepkileri elde etmek için girişilen taktiklerden daha çok, genelleşmiş imajların istikrarlı yapılarını besleyen (*cultivate*) mesaj sistemlerinin üretimi ve algılanması” (Gerbner 2014:141) olduğunu söyler. Bu, istikrarlı, tekrara dayalı ve kaçması neredeyse imkânsız imge ve ideolojilerin ortaya çıkardığı uzun vadeli bir etki sürecidir (Shanahan ve Morgan 2004:5). İletişimsel eylemin özünde, “bize anlık olarak ne yapmamız gerektiğini iletmesi değil, yapılanın anlamının ne olduğunu anlamamıza yaptığı katkı” (Gerbner 2014:273) yatar. Örneğin televizyonun etkisi gözlemlenebilir, anlık tutum ve davranış değişikliği olarak göstermez kendini. “TV tarafından kulture edilen bilinçliliğin özü, özel tutum ve kanaat yaratmak değil, hayatın gerçekleri ile ilgili temel

varsayımları ve sonuçlara varmaya temellendiren yargılama kıstaslarını insanların kafasına sokmaktır.” (Gerbner 2014:336)

1967 yılında yola koyulan Kültürel Göstergeler Araştırma Projesi televizyonun dramatik içeriğindeki merkezî akışı izler ve televizyonla birlikte büyümenin ve yaşamının ne demek olduğunu ortaya çıkarmaya çalışır. Araştırmanın yapıldığı dönem televizyonun altın çağı olarak adlandırabileceğimiz bir dönemdir. Gerbner, televizyonun önemini şu sözlerle ifade eder:

Bir ulus olarak, artık kitle iletişim ürünlerinin tüketimine ücretli işlerimizden, oyundan ya da uyku dışındaki her şeyden daha çok vaktimiz harcıyoruz. Topu topu 10 yıllık bir kitle iletişim aracı olan televizyon, ortalama bir insanın uyanık geçen zamanının beşte birini alıyor. 20 yıllık bir geçmişe sahip çizgi romanlar, yılda 1 milyar adet satılıp 100 milyon dolarlık ciroya ulaşıyor. Bu rakam bütün halk kütüphanelerinin bütçelerinin dört katıdır ve ilk ve orta dereceli okulların toplam kitap talebinden fazladır. Bir insan ömrü kadar kısa bir zaman önce hayatımıza girmeye başlayan filmleri, her hafta 50 milyon insan sinemalarda ve her gece bir o kadar insan evlerinde olmak üzere haftada toplam 400 milyon insan izliyor. Ulusal gelirin neredeyse onda biri boş zaman faaliyetleri ne ayrılıyor. (Gerbner 2014:126)

Gerbner’e göre televizyon, hikâye anlatan merkezî bir sistemdir, “bir zamanlar temel kaynaklardan edinilen gelen bireysel istidat ve tercihleri kültive eder ve bu nedenle de diğer medya üzerinde yapılan araştırmalarda temel öneme sahiptir” (Gerbner 2014:282). Televizyon okuryazarlık ve toplumsal hareketlilik üzerindeki tarihsel engelleri aşar; geniş ve heterojen nüfusların sosyalizasyonunda rol oynar; sinemadan farklı olarak ücretsizdir; bireye evde doğrudan ulaşır; doğum ile ölüm arasındaki zamanda tüketilir. Tam da bu sebeplerden ötürü insanlar televizyonun anaakım olduğu sembolik bir çerçeveye doğarlar.

Gerbner, kültürel göstergeler araştırmasında televizyona maruz kalma oranımızla toplumsal gerçeklik algımız arasındaki ilişkiyi deşifre etmeye çalışır. Bunu yaparken de üç temel soru yöneltir:

1. Kitle iletişim içeriklerinin üretimini koşullandıran etmenler nelerdir? (*kurumsal süreç analizi*)
2. Baskın imge, mesaj, olgu, değer ve ders örüntüleri nelerdir? (*mesaj sistemi analizi*)
3. Bu mesajlara harcanan dikkat ile izlerkitlenin toplumsal gerçeklik algısı arasındaki ilişki nedir? (*yetiştirme analizi*)

Gerbner televizyondan öğrendiğimiz ve durmadan tekrarlanan “derslerin” çocukluğumuzdan itibaren daha geniş dünya görüşümüzün temellerini attığını söyler: “Televizyon bu konumda, değerlerimizin, ideolojilerimizin ve perspektiflerimizi, bir de özel varsayımlarımızın, inanışlarımızın ve imgelerimizin kurucusu olur” (Gerbner 2014:298). Medyanın ticari ve sınai yapısı, anaakım ve egemen ideolojik ve kültürel simge ve mesajların sürekli dolaşımında olmasına yol açar. Kurumsal sistem analizi medyanın bu ekonomik ve politik yapılanışını ele alır. Mesaj sistemi analizi safhası ise medya mesajının içeriğinin ayrıntılı bir şekilde incelenmesini barındırır. Yetiştirme analizinin amacı da televizyonun, izleyicilerin toplumsal gerçeklik algıları üzerindeki bağımsız etkilerini ortaya koymaktır. Yetiştirme analizinin en temel hipotezi televizyonla daha fazla vakit geçiren insanların, daha az televizyon izleyen insanlara kıyasla, gerçek dünyayı televizyon dünyasının en yaygın ve tekrar eden mesajlarını yansıtır bir şekilde algıladıklarıdır (Shanahan ve Morgan 2004:4). Gerçek dünya ile televizyonda gösterilen dünya arasında da bir uçurum vardır. Gerbner televizyonda şiddet içeriğinin sunumunu örnek gösterir. Tekrar tekrar şiddet içeriğine maruz kalmanın en önde gelen sonucu şiddetin insanlar için normalleşmesi, insanların gerçek hayattaki şiddet olaylarına karşı hissizleşmesidir. Televizyona uzun süre maruz kalmanın bir başka önemli sonucu ise, tehlikeli ve ürkütücü bir dünyada yaşadığımız imgesini ekmesidir. Gerbner bunu “acımasız dünya sendromu” (*mean world syndrome*) olarak adlandırır.

Kuramın televizyona verdiği aşırı önem ve hatta medyayı televizyonla eşitlemesi getirilen eleştirilerden biridir. Bir başka önemli eleştiri ise izleme yoğunluğuna odaklanırken, izlemenin niteliğini göz ardı etmesidir. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımında gördüğümüz üzere, televizyon izleme motivasyon ve biçimlerindeki farklılık Gerbner’in analizinde göz ardı edilmektedir. Televizyon izleme yoğunluğu ile gerçeklik algısı arasındaki istatistiksel bağlantılara kuramda gereğinden fazla açıklayıcı bir güç atfedilmektedir. Oysa bu bağlar ne içsel ne de zorunludur. Tüm bu eleştirilere karşın, Gerbner’in eleştirel araştırma gündemi ile anaakım iletişim araştırmalarını birleştirme çabası önemlidir.

Okuma Önerileri

- İki aşamalı akış kuramının özet niteliğinde bir değerlendirmesi için Katz (1957).
- Türkçede ayrıntılı bir Lazarsfeld değerlendirmesi için Erdoğan vd. (2005) ve eleştirel bir değerlendirme için Gitlin (2008).

- Türkiye’de kullanımlar ve doyumlar yaklaşımın hareketle kaleme alınan önemli bir çalışma için Koçak (2001). Ayrıca Özer (2016) ve Özçetin (2013).
- Gündem belirleme üzerine ayrıntılı bir değerlendirme için Yüksel (2001).
- Pew Research Center tarafından yapılan “Sosyal Medya ve Suskunluk Sarmalı” araştırması için <http://www.pewinternet.org/2014/08/26/social-media-and-the-spiral-of-silence/>.
- Yetiştirme kuramı ile ilgili bir video için <https://www.youtube.com/watch?v=msfu8YCCc8Q>
- Türkiye’de yetiştirme kuramı içerisinden yapılan çalışmalar için Batmaz (1995 ve 1997) ve Özer (2004 ve 2005).

KİTLE İLETİŞİM MODELLERİ

Kitle iletişim kuramlarının yanı sıra iletişim sürecini ve sürecin farklı öğelerini açıklamaya yönelik bir dizi model de öne sürüldü. Bu bölümün konusu önde gelen kitle iletişim modelleri olacak. Sanırım yanıtlamamız gereken ilk soru “model” dediğimiz şeyin ne olduğu olacak. Model nedir? Modeller ne işe yarar? Belli başlı iletişim modelleri nelerdir? Bu modellerin iletişim ve kitle iletişimi olgularını kavramamızda ne gibi katkıları olmuştur? Bu bölümün cevaplamaya çalışacağı sorular bunlar. İletişim modellerini ele alan bu bölüm aynı zamanda iletişim hakkında düşünmenin basitten daha karmaşığa doğru ilerleyen tarihsel gelişimi hakkında da fikir verecektir bizlere.

Model nedir? Ne işe yarar?

Modeller, karmaşık süreçleri anlamamızı sağlayan, bir sorun hakkında düşünmemizi kolaylaştıran ve karşılaşılan sorunları belirli bir çerçeve içerisinde ele almamızı sağlayan analitik aygıtlardır (Deutsch 1952). Severin ve Tankard (2001) modellerinin kendi başlarına açıklayıcı aygıtlar olmadığını, daha ziyade bir kuramı ortaya koymaya ve açıklamaya yardımcı olduklarını belirtir. Modeller ilişkiler ortaya atarlar ve sıklıkla da kuramlarla karıştırılırlar, çünkü aralarındaki benzerlik çok fazladır. Gerbner’e göre model kurmak “karmaşık ve çoğu zaman ayrık süreç ve çalışmaları, ileri ince-

lemeler için bir yaklaşım sağlayacak şekilde, birleştirici bir çerçevede değerlendirme girişimidir. Model, bir olayın ya da bir çalışma alanının yapılandırılmasını ve ilişki, süreç ve uygulamaların anlaşılabilir grafik ifadeler aracılığıyla tartışılmasını sağlar” (Gerbner 2014). Modeller, asli özelliklerin vurgulandığı ve önemsiz ayrıntıların elendiği “gerçek dünya” soyutlamalarıdır (Johnson ve Klare 1961).

Deutsch sosyal bilimlerde modellerin dört değişik işlevi olduğunu vurgular: Sistemleri, süreçleri ve yapılar arasındaki ilişkileri ortaya koyarak, aksi takdirde anlayamayacağımız ya da zor anlayacağımız karmaşıklığı *düzenleme*; yine anlaşılması zor olan ve karmaşık görünen enformasyonu *keşfetme*; olayların gelişimi ve sonuçları konusunda *kestirimlerde bulunma*; sonuncu işlev ise *ölçmedir*, açıklanmaya çalışılan yapı ve süreçlerin belirli ölçeklerle detaylandırılmasını ve ölçülmesini içerir (Deutsch 1952).

As sonra göreceğimiz üzere, modeller kaçınılmaz olarak eksik ve basitleştirilmişlerdir ve bazı gizli önkabuller içerirler (McQuail ve Windahl 1997). Bu yüzden ele alacağımız modelleri tek başına tüm iletişim süreçlerini kapsayıcı bir şekilde açıklayan şemalar olarak düşünmemek gerekir. Onlar daha ziyade, iletişim süreçleri üzerine düşünmemiz katkıda bulunan ve kuramsal patikalar açan aygıtlardır.

Lasswell’in iletişim formülü: 5W

Lasswell sadece propaganda konusuna eğilmedi. Aslında propaganda faaliyeti üzerine yazdıklarında da diğer çalışmalarında da genel bir toplum ve siyaset yaklaşımının izlerini bulmak mümkündür. Modern dünyada iletişim siyasal ve toplumsal hayatta oynadığı hayati rol itibarıyla Lasswell’in ayrıca dikkatini cezbetmiştir. “Toplumda İletişimin Yapısı ve İşlevi” başlıklı tarihî makalesinde kitle iletişiminin nasıl kavramsallaştırılabileceğine ve modelleştirilebileceğine dair ilk önerilerden birini sunar. Lasswell (1971:84) iletişim eylemini tanımlamanın elverişli bir yolunun şu 5 soruyu cevaplandırmaktan geçtiğini söyler:

Who?	Kim?
Says what?	Ne söyler?
In which channel?	Hangi kanalla?
To whom?	Kime?
With what effect?	Hangi etkiyle?

Görüldüğü üzere Lasswell burada iletişimi birden fazla açıdan ele almaktadır. Bir başka deyişle, sadece mesaja/söylenene odaklanmakla kalmaz, aynı zamanda söyleneni kimin, kime, hangi kanalla ve hangi etkiyle söylediğini de sorar. Lasswell için özellikle son soru çok önemlidir: Hangi etkiyle söylüyor? Lasswell'in iletişim modelinin cevaplamaya çalıştığı temel soru budur: iletişim sürecinin etkisi. Lasswell bu noktayı 1936 yılında yayımlanan *Politika: Kim, Neyi, Ne Zaman, Nasıl Elde Eder?* kitabında politikayı tanımlarken şu şekilde vurgular: “Siyaseti araştırmak demek, etkiyi ve etkili olanları araştırmak demektir” (Lasswell 1950:3).

Bu önemli makaleyle birlikte Lasswell sadece bir model önermez, aynı zamanda yeni doğmakta olan bir çalışma alanı olarak iletişim araştırmaları disiplininin sınırlarını ve temel meselelerini belirler. Lasswell'e göre iletişim sürecinin bilimsel açıdan incelenmesi bu sorulardan biri ya da diğerine odaklanmayı gerektirir.

Kim	Göndericiyi inceler. İletişim eylemini başlatan ve yönlendiren aktörlere yoğunlaşır. Bu aktörler bir kişi, kurum, yönetici, politikacı, gazeteci vb. olabilir. Bu kişi ya da kurumların iletişim eylemine girmekteki amaçları, temel motivasyonları incelenir.
Ne söyler	İçerik analizi
Hangi kanalla	Araç analizi
Kime	İzleyici araştırmaları
Hangi etkiyle?	Etki analizi

George Gerbner'e göre, Lasswell'in formülü pek çok pratik fayda sağlıyordu ama buna karşın genel bir teorik iletişim modeli oluşturamayacak kadar sınırlı ve tek boyutluydu. Medya içeriği (“ne” sorusu) son derece sınırlı bir çerçevede ele alınıyordu. Ayrıca iletişimi başlatan kaynağın (“kim”), aynı zamanda iletişim süreci içerisinde alıcıya (“kime”) da dönüşebileceği göz ardı edildi. Son olarak, bilinçli niyetler ya da keskin hedefler dışında etkililik kriteri (“hangi etkiyle”) idari amaçlar dışında belirsiz ve yetersizdi (Gerbner 2014).

Lasswell'in formülü, ancak yukarıda ele alınan güçlü etkiler ve propaganda paradigması içerisinde konumlandırıldığında tam olarak anlaşılabilir. İletişim, düzçizgisel bir işleyiş içerisinde “birinin bir başkasına yaptığı” bir şey olarak ele alınır; “birlikte yapılan” karşılıklı bir faaliyet olarak değil. Lasswell'in yaklaşımı iletişimin ilişkisel boyutunu kavramaktan uzak olduğu için de bütün bir iletişim olgusunu “etki” ve “ikna” meselesine indirgemıştır. Bu ve benzeri modeller iletişim araçlarının etkilerini abartmaya eğilimli olmuşlardır.

Lasswell'in formülünün ikinci bir eksikliği ise geri-besleme ögesine yer vermemesi olmuştur. Bu modelde iletişim bir noktada başlayan ve başka bir

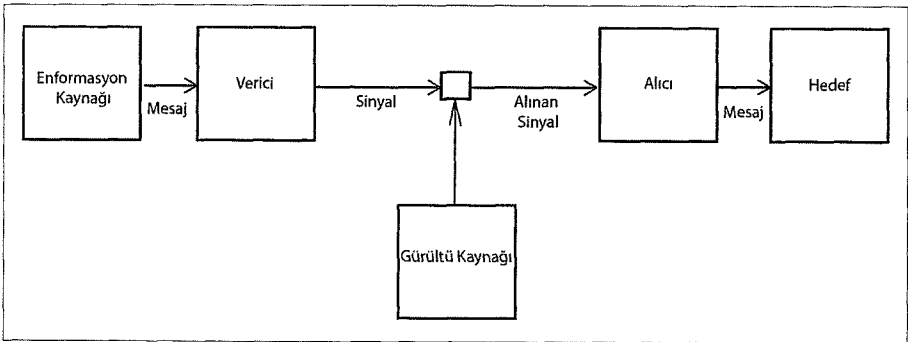
noktada, (ikna ya da gözlemlenebilir davranış değişikliği ile) sonuçlanan tek yönlü bir süreç olarak ele alınır.

İletişimin matematiksel kuramı: Claude E. Shannon

Temelleri Claude E. Shannon ve Warren Weaver tarafından atılan “iletişimin matematiksel kuramı” kendinden sonraki iletişim kuram ve modellerinin gelişimi için en önemli ve etkili formülasyonlardan biri olmuştur (Johnson ve Klare 1961; Severin ve Tankard 2001). Johnson ve Klare (1961), iletişimin matematiksel modelinin iletişim kuramları tarihindeki önemini şu sözlerle özetler:

Günümüzde modellere yönelik yaygın ilgi adına yapılan katkıların en önemlisi Shannon'inkidir. Shannon'ın matematik formülleri iletişim araştırmalarının tekniği konusunda sonraki çabaların çoğunu teşvik etmiştir (Johnson ve Klare 1961; McQuail ve Windahl 1997).

Shannon ve Weaver'ın *İletişimin Matematiksel Kuramı* (1964) adlı çalışmalarında sundukları şema pek çok iletişim modeli için başlangıç ve eleştiri noktası olmuştur.



Genel bir iletişim sisteminin şematik diyagramı.

Sürecin ilk ögesi, olası pek çok mesaj arasından birini iletmek üzere mesaj üreten bir enformasyon kaynağıdır. Mesaj sözlü ya da yazılı kelimelerden ya da sembollerden oluşabilir; müzik, resim ya da benzeri bir şey olabilir. Verici, mesajı, kullanılacak olan kanala uygun hale getirmek üzere sinyale dönüştürür. Kanal, sinyali vericiden alıcıya ulaştıran aracıdır. Örneğin, telefonda kanal kablodur; sinyal bu kablo üzerindeki değişken elektrik akımıdır; verici, telefon vericisi, insan sesini, daha doğrusu sesin yarattığı basıncı

elektrik akımına dönüştüren, telefon vericisi vb. bir dizi aygıttır. Telgrafta, verici, yazılı kelimeleri farklı uzunluklardaki kesik kesik akımlara dönüştürür. Bir karşılıklı konuşmada enformasyon kaynağı beyindir; verici, sinyali (sözler) üreten ses mekanizmasıdır ve kanal, yani hava, ses dalgalarının iletilmesini sağlar. Modelin ikinci kısmı süreci tersine çevirme işlemini anlatır. Verici tarafından sinyale dönüştürülmüş mesaj, alıcı tarafından tekrar mesaja dönüştürülür. Hedef ise mesajın ulaşmayı amaçladığı kişi ya da şeydir. “Seninle konuştuğumda, beynim enformasyon kaynağıdır, senin beynin ise hedef; benim ses sistemim vericidir ve senin kulakların ve sekizinci kraniyel sinirin alıcısıdır” (Shannon ve Weaver 1964).

Shannon ve Weaver’ın modelinin önemli noktalarından biri, şekilde de görülen “gürültü kaynağı”nın iletişim sürecinde oynadığı role yaptığı vurgudur. Gürültü kaynağı telefondaki cızırtı, radyo dalgalarındaki parazit, televizyon görüntüsündeki dalgalanma, gölge veya iletide yapılan yanlışlık olabilir (Shannon ve Weaver 1964). Shannon ve Weaver etkili bir iletişimin gerçekleşmesini sekteye uğratan gürültü etmenini açıklarken bilgiyitimi (*entropy*) ve artıkbilgi (*redundancy*) arasında kurulması gereken dengeye dikkat çekerler. Bir başka deyişle, bir kanaldaki gürültü (örneğin parazit) ne kadar fazlaysa o kadar çok bilgi yitirilecek ve artıkbilgiye duyulan ihtiyaç daha fazla olacaktır. Bir örnekle açıklayacak olursak, bir telefon konuşmasında hatta yaşanan kesintiler ya da arkadan gelen gürültü ne kadar fazlaysa, konuşanların birbirlerine mesaj iletmeleri zorlaşacak, bu yüzden iletişim kuran kişiler aynı sözcükleri ya da cümleleri tekrar tekrar söylemek zorunda kalacaklardır. Bu da belirli bir süre içerisinde iletilebilecek olan enformasyon miktarının azalmasına yol açacaktır.

Shannon ve Weaver, enformasyon terimini özel bir anlamda kullanırlar. Kuramcılar enformasyon terimini mühendislik açısından ele alırlar ve iletişimin anlamsal boyutu ile ilgilenmezler. Bu bakış açısından, oldukça anlam yüklü bir mesaj ile tümüyle saçmalıktan oluşan bir mesaj enformasyon olarak eşdeğer olabilir. Mesele, ne söylediğinizle değil, ne söyleyebileceğinizle ilgilidir (Shannon ve Weaver 1964). Shannon için temel sorular hangi iletişim kanalının en fazla sayıda sinyali iletebileceği ve iletilen sinyalin ne kadarının vericiden alıcıya giderken yolda gürültü nedeniyle yok olacağıdır. İster elektronik olsun ister mekanik, her kanalın bir enformasyon taşıma kapasitesi vardır: “Örneğin, insan gözü, belirli bir zaman diliminde, beynin işleyebileceği ve kaydedebileceğinden çok daha fazla enformasyonu çözümleyebilir ve iletebilir. İletişim, sistemler zincirinden oluşur ve her zincirde olduğu gibi, zincir en zayıf halkası kadar güçlüdür” (Severin ve Tankard 2001). Bu çerçevede iletişime araçsal bir yaklaşımın varlığından söz edilebilir: iletişim, bir kaynaktan bir hedef noktasına, düzcizgisel ve katıksız bir aktarım meselesi olarak ele alınır.

Tabii bu noktada Claude Elwood Shannon'ın, iletişimin matematiksel kuramının temellerini atarken Bell Telefon Şirketi'nde mühendis ve Massachusetts Institute of Technology'de bilim insanı olarak çalıştığını hatırlatmakta fayda vardır.

Claude Elwood Shannon (1916-2001)

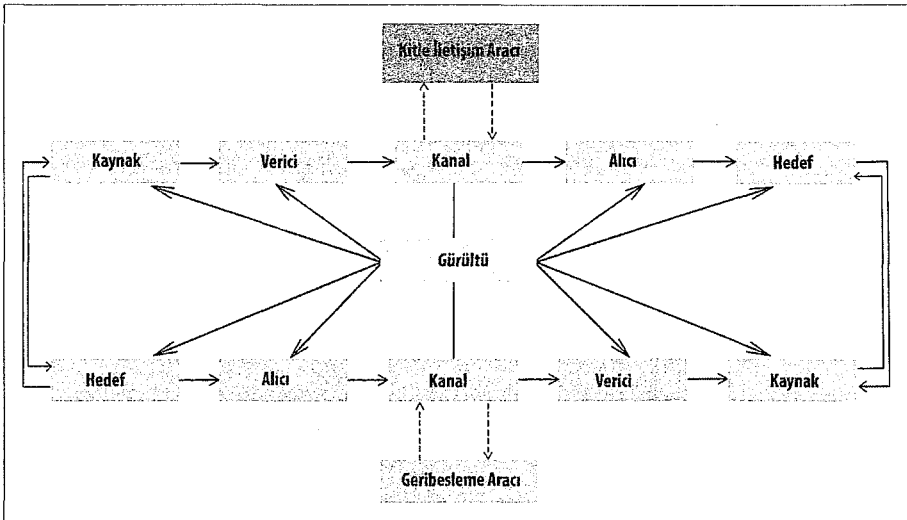
30 Nisan 1916 tarihinde ABD Michigan eyaletinde doğan Claude Elwood Shannon, 1936 yılında University of Michigan Ann Arbor'dan elektrik mühendisliği ve matematik bölümlerinden mezun oldu. Mezuniyetinin ardından ABD'nin en saygın eğitim kuruluşlarından Massachusetts Institute of Technology'de araştırmacı olarak çalışmaya başlayan Shannon, burada bilgisayar teknolojileri üzerine yoğunlaşmaya başladı. 1937 yılını Bell Telefon Laboratuvarları'nda geçiren Shannon, burada anahatar (*switch*) sistemleri üzerinde çalıştı ve hayatı boyunca diğer meselelerin yanı sıra bu konu üzerinde durdu. Çalışmaları elektronik sayısal (dijital) bilgisayarların temelinde yatan mantığı inşa etti. Shannon'ın enformasyon kuramı sayısal devrimin temellerini attı ve bir bilim insanının dediği üzere "Eğer o olmasaydı, bugün bildiğimiz hiçbir şeyi bilmiyor olacaktık."

Savaş yıllarında kriptografi ile ilgilenen Shannon, yapay zekâ, programlama ve oyunlar üzerinde de çalıştı. Bilgisayarları satranç oynayacak şekilde programlamak gibi, bugün bizim için çok basit görünen pek çok teknolojinin temellerini atan isimlerden biri oldu. Örneğin Theseus projesinde, labirentleri çözecek mekanik bir fare tasarladı. Daha sonra labirent duvarlarında değişiklikler yaparak farenin bu değişiklikleri fark edip, kendi kendine çözümler üretmesini sağladı. Yani bir nevi öğrenen bir makine tasarladı.

1948 yılında *İletişimin Matematiksel Kuramı*'nı yayımlayan Shannon'ın çalışması hem mühendislik alanında hem de sosyal bilimler alanında çok etkili oldu.

24 Şubat 2001 tarihinde ABD'nin Massachusetts eyaletinde hayata gözlerini yumdu.

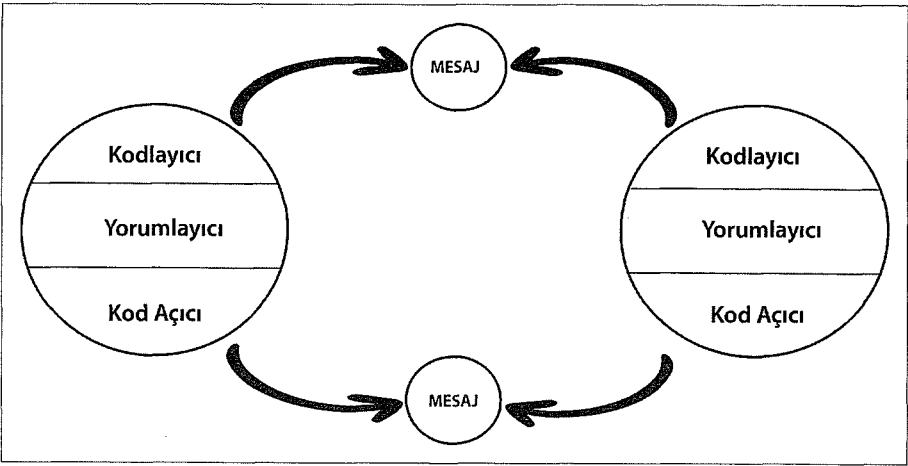
İletişim sürecinde tarafların nasıl olup da birbirlerini anlayabildikleri sorusunu ortaya atan Melvin L. DeFleur (DeFleur ve Ball-Rokeach 1975), Shannon'm modelini bir adım öteye taşımaya çalışır. "İletişimin asıl amacının anlamın 'taşınması' olmadığını" belirten DeFleur, iletişimi iki taraf arasında (bu *insan-insan* da olabilir, *insan-kitleler* ya da *kitle iletişim araçları-insan(lar)* şeklinde de) bir uyuma erişme (izomorphism) meselesi olduğunu iddia eder.



Yukarıdaki şekildeki sistemin ilk bileşeni *kaynaktır* ve asıl işlevi “anlamı” “mesaja” dönüştürmektir – yani “iletişimi başlatan kişinin izlerkitleye sunmak istediği içsel tepkilerini (anlam) ifade etmesini sağlayacak uygun, anlamlı sembolleri (mesaj) seçmek.” İkinci bileşen ise “mesajı” “enformasyona” dönüştüren vericidir. “Enformasyondan kasıt uzamda hareket etmeye izin verecek, fiziksel dünyadaki bir tür olaydır. Bir kabloda ilerleyen elektrik akımı, havada ilerleyen elektromanyetik dalgalar, kâğıt üzerindeki basılı görseller ya da hava moleküllerinin hareketliliği ‘enformasyon’ örnekleridir.” Üçüncü bileşen ise *kanaldır*. Örneğin iki kişinin konuşmasında kanal havadır; kitle iletişimi ise daha karmaşık kanalların varlığını gerektirir. Bir sonraki bileşen ise *alıcıdır* ve enformasyonu alıp, “deşifre” edip tekrar mesaja dönüştürür. Yine kişilerarası konuşmadan örnek verecek olursak bu, hava titreşimlerini alıp onları sinirsel uyarılara dönüştürüp böylece anlaşılır sözlü semboller haline gelmelerini sağlayan işitme organıdır. Son bileşen, yani *hedef* “mesajları” yorumlayarak “anlama” dönüştürür. Tüm bu denklemde iletişimin mümkün olması için hedefin anlamı ile kaynağın anlamının birbirleri ile uyumlu olması gerekir ki, bu uyum nadiren mükemmeldir. Shannon’ın *gürültü* olarak adlandırdığı bileşen DeFleur’ün modelinde de mevcuttur. İletişimin ve karşılıklı uyumun mükemmel olmasını engelleyen şey gürültüdür. Kimi zaman, telefondaki cızırtı gibi mekanik olabilen gürültü, bazen de psikolojik (örneğin kişinin iletişim anında dikkatinin dağınık olması ve karşındakini iyi dinleyememesi) ya da kültürel (örneğin belirli kültürlere ait şakaların diğer kültürden biri tarafından anlaşılabilmesi).

Görüldüğü üzere DeFleur'ün modeli, anlam ve uyuma erişmeye yaptığı vurgu ile Shannon'ın modelinden ayrılır. Ama DeFleur'ün Shannon'a çok şey borçlu olduğunu unutmamak da gerekir. DeFleur'ün Shannon'ın düz çizgisel iletişim modelinden farklılaştığı diğer bir önemli nokta ise iletişim sürecinde geri-besleme (*feedback*) yer vermesidir (bu şekilde de açıkça görülür). DeFleur, karşılıklı iletişim faaliyetinde hemen hemen her zaman bir geri bildirim olduğunu belirtir. Örneğin birine bir şeyler anlatırken karşınızdakinin kaş göz hareketleri, yüz ifadeleri bile bir geri beslemedir. “Özetle, iletişim faaliyetinde hedef aynı zamanda geri bildirim kaynağı olarak iş görür ve kaynak da geri bildirim mesajlarının hedefine dönüşür.” Yine şekilden de anlaşılacağı üzere, yukarıda iletişimin bileşenleri ile ilgili düştüğümüz tüm notlar geri bildirim için de geçerlidir. (DeFleur ve Ball-Rokeach 1975)

İletişime dairesel yaklaşım



Osgood ve Schramm'ın iletişim modeli.

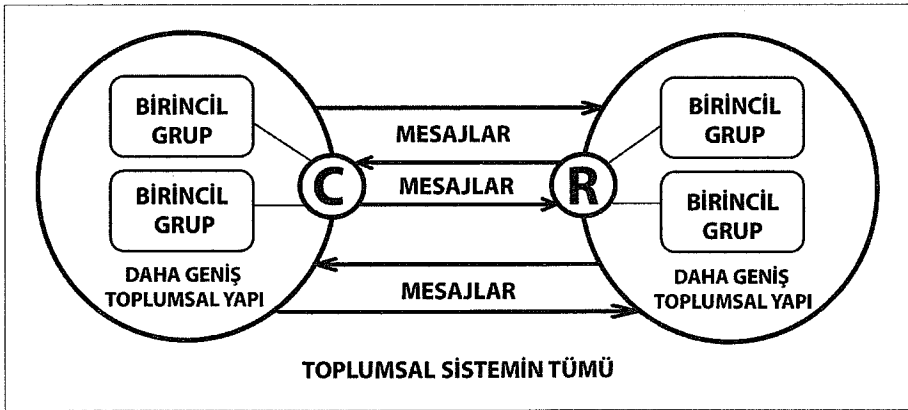
Geri-besleme ögesi, Osgood'un çalışmalarından yoğun bir şekilde etkilenen Wilbur Schramm'm iletişim modelinin merkezinde yer alır. “İnsanlar arasındaki iletişimin doğası” adlı önemli çalışmasında Schramm (1971:24) iletişimi bir karşılıklı etkileşim süreci olarak ele alır ve iletişime dahil olan tüm taraflar kodlayıcı, yorumlayıcı ve kod açıcı işlevlerinin hepsini yerine getirir: “Benim görüşüme göre anlamamız gereken şey şu: iletişim dediğimiz şey iki farklı eylemi içeriyor; bir tanesi iletişimi başlatan (*communicator*) diğeri de alıcı (*receiver*) tarafından gerçekleştirilen iki eylem.” (Schramm 1971)

Schramm'ın bir diğer katkısı ise iletişim sürecinde ortak deneyim alanlarına yaptığı vurgudur. Büyük oranda Shannon'ın düz çizgisel modelinden esinlenen Schramm, kaynak ile hedef arasında başarılı bir iletişim eyleminin gerçekleşebilmesi için tarafların ortak bir deneyim alanına sahip olmasının gerektiğini söyler. Örneğin, “uçak sözcüğü hayatında hiç uçak görüp duymamış bir Yeni Gine yerlisine hiçbir anlam ifade etmeyecektir” (Schramm 1971). Schramm'ın örneğini alırsak, A ile B arasında iletişim kurulabilmesi için bu iki tarafın deneyimlerinin yeterince benzer olduğu bir alan bulmak gerekmektedir ki, taraflar aynı işaretleri, yeterince kullanabilsinler.

Schramm'ın modeli daha ziyade kişilerarası iletişim olgusunu ele almaya uygundur. Geri besleme ögesine çok da rastlanmayan kitle iletişiminde uygulanması zordur.

Riley ve Riley'in sosyolojik modeli

İletişim çalışmaları alanının sosyolojik bir çehre kazanmasında katkıları olan isimlerden ikisi John W. Riley ve Matilda White Riley'dir. İkili, iletişimin bireysel, izole değil, toplumsal bir faaliyet olduğunu vurgular. Riley ve Riley, iletişim faaliyetini kişilerin içlerinde bulundukları birincil ve ikincil toplumsal gruplara ve bu grupları da kapsayan bütün toplumsal sistemin içerisine yerleştirir.

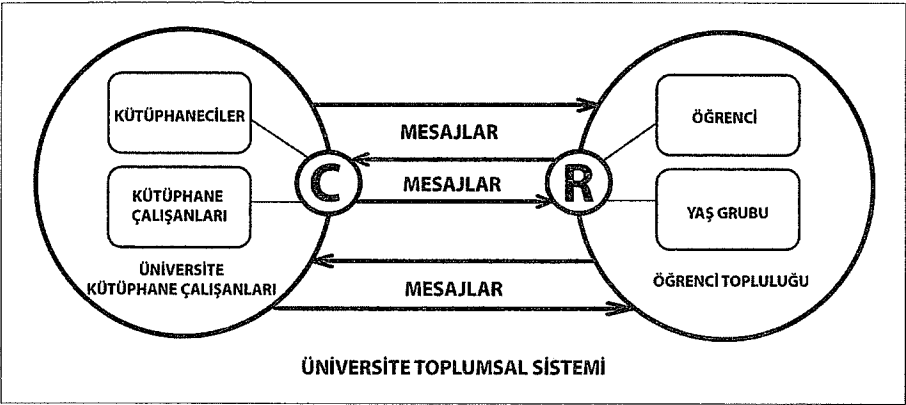


Riley ve Riley'in iletişim modeli.

Birincil toplumsal grupları ayırt eden nokta samimiyet derecesidir. Örneğin aile ya da arkadaşlar bu grubun içerisinde yer alır. İkincil gruplar ya da referans grubu olarak bilinen kişiler (ya da kurumlar) ise aynı türden yakınlık ve samimiyet barındırmayan, ama bununla birlikte iletişim sürecini et-

kileyen unsurlardır. Örneğin, C ya da R'nin üye olduğu bir kurum (dernek gibi).

Modelde iletişimi başlatan kişi daha büyük toplumsal sistem içerisindeki diğer birincil gruplarla etkileşim halinde mesajını gönderir. Yani iletişimi başlatan birincil gruplardan etkilenir. Alıcı da iletişimi başlatana benzer bir şekilde, daha geniş toplumsal sistemdeki diğer grupların etkisi altındadır. Alıcı, iletişimi başlatanın mesajına dair kendi birincil grubundan gelen geri beslemeyi de hesaba katarak bunu iletişimi başlatana iletir. İletişimi başlatan da alıcı da daha büyük bir toplumsal sistemin parçasıdır. Bununla birlikte, model, geri besleme ögesine yer vermesi bakımından iletişimi iki yönlü ve sürekli devam eden bir süreç olarak ele alır.



Riley ve Riley'in iletişim modeline örnek.

Bir örnek verelim. Diyelim ki, kütüphane ile ilgili yeni bir düzenleme var ve kütüphane müdürü (C) konuyla ilgili öğrencilere (R) bir açıklama yapacak. Bunu yaparken de kütüphane çalışanları ile iletişim halinde olacak. Yani iletişimi başlatan kişinin daha geniş topluluğunu kütüphane çalışanları oluşturacak.

Alıcı (R) ise açıklamaları anlamaya çalışan ama bazı noktaları anlayamayan bir öğrenci olsun. Onun birincil grubunda ise kendi yaş grubundan arkadaşları ve diğer öğrenciler yer alacak. Yani öğrenci topluluğu, Alıcı'nın daha geniş toplumsal grubu olacak. Alıcı, birincil toplumsal gruptan konuyla ilgili aldığı geri beslemeyi ve şikâyetleri kütüphane müdürüne iletcek ve iletişim faaliyeti bu şekilde devam edecek. Bu karşılıklı iletişim faaliyetinin içinde yer aldığı en geniş toplumsal sistem ise üniversite toplumsal sistemidir.

Gerbner'in iletişim modeli

George Gerbner 1956 tarihli “Genel Bir İletişim Modeline Doğru” (2014) başlıklı makalesine şu sözlerle başlar: “Bir iletişim bilimine doğru ilerlemek için gerekli olan en temel gereksinimin, teknik ve değer-yönelimli bir teorik yapının dinç ve gayretli arayışı olduğu apaçık.” Bu arayışın bir parçası olarak Gerbner genel bir iletişim modeli sunar.

Gerbner'in genel iletişim modeli, iletişimi birbiriyle ilişkili on ayrı hal evresinde ve çalışma alanında yapılandırır. Gerbner sözel modelini şu şekilde tanımlar:

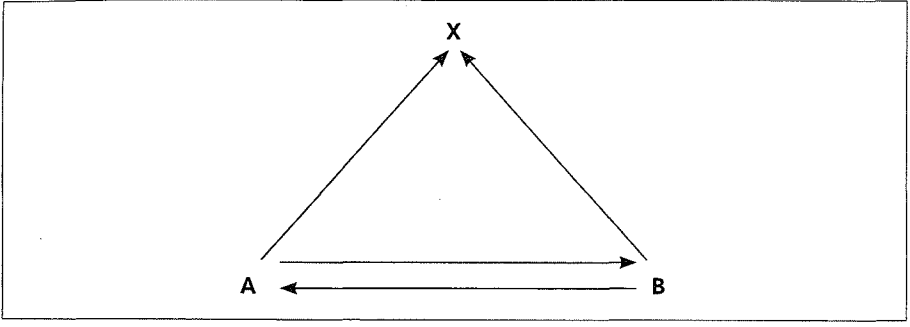
Bir kişi, bir şekilde, iletişimi başlatacak bir olayı algılamalı ya da algılamış olmalı ve bu algıya bir şekilde *tepki* göstermelidir. Bu tepkinin niteliği, içinde bulunduğu *durumdan* etkilenecektir. İletişimsel tepki, aracılık eden kimi iletişim ajanları, başka bir deyişle *araçlar* aracılığıyla gösterilmelidir. Bu tepki, *kullanılabilir* kimi iletişim *malzemeleri* hazırlamak üzere iletilir. Malzemelerin bir mesajı taşıyabilmesi için belli bir *biçimi* ya da kalıbı olmalıdır. Malzemelere gösterilen tepki belli bir ortam içinde hayata geçtiği için, her mesaj belli bir *bağlam* içinde algılanır. Bütün bu evreler bir *içerik* oluşturur ve son olarak, algılanan içerik, istenen tepkileri doğursa da doğurmasa da, belli sonuçlara yol açar. (Gerbner 2014)

Metin içerisinde Gerbner'in italik karakterlerle ifade ettiği adımlar, genel bir iletişim sürecinin on farklı evresini anlatır. Her bir evre belirli bir çalışma alanının yapılmasına hizmet etmektedir. Gerbner, buradan hareketle sözel modelini şu şekilde tablolaştırır (Gerbner 2014).

Evreler	Araştırma Alanları
1. Bir kişi,	Kaynak/iletişimci ve izleyici araştırmaları
2. bir olayı algılayıp,	Algı araştırmaları ve teorisi
3. bir tepki gösterdiğinde,	Etkililik ölçümü
4. belli bir durumda,	Fiziksel ve sosyal çevre çalışmaları
5. belli araçlarla,	Kanallar, medya, stüdyo denetimi
6. kullanılabilir bir malzeme hazırlar.	Yönetim, dağıtım, içeriğe erişim
7. Bunun bir biçimi ve	Yapı, örgüt, tarz, örüntü irdelemeleri
8. bağlamı vardır ve	İletişim düzenlemesi ve iletişim
9. bir içerik taşır/iletir ve	İçerik analizi, anlam çalışmaları
10. belli sonuçlar doğurur.	Toplu, kitlesel değişim çalışmaları

Newcomb'un simetri modeli

Horace Newcomb'un iletişim modeli, insanlar arasındaki etkileşimin sosyal psikolojik yönlerine odaklanır ve modelin merkezinde karşılıklı etkileşimde uyum arayışı yer alır. Newcomb (1953:393), iletişimi basit bir şekilde "bir kişinin (A) bir başka kişiye (B) herhangi bir şey hakkında (X) bilgi iletme eylemi" olarak tanımlar (ABX modeli). Modelin temel varsayımı, iletişim sürecinde insanların birbirleri ve hakkında konuştukları şey hakkında tutum geliştirdikleridir. A'nın B'ye ve X'e yönelimi –ya da bir başka ifade ile A'nın B'ye ve X'e yönelik tutumu– birbirine bağlıdır. Yani A-B-X bir sistem oluşturur.



ABX Modeli.

A-B-X sistemi şu bileşenlerden oluşmaktadır:

1. A'nın X'e yönelik tutumu: Hem yaklaşılması veya sakınılması gereken bir nesne olarak (işaret ve yoğunluk ile nitelenen) hem de bilişsel nitelikler açısından (inançlar ve bilişsel yapılanma).
2. A'nın B'ye yönelik tutumu: A'nın B'ye karşı hissettiği olumlu ya da olumsuz çekim.
3. B'nin X'e yönelik tutumu.
4. B'nin A'ya yönelik tutumu.

Newcomb, A ve B'nin X'e yönelik tutumlarında benzerlik olduğu durumda *simetrik* bir ilişkinin ortaya çıktığından bahseder. Peki, insanlar arası iletişimde neden *simetriye* ya da ortak yönelime ihtiyaç vardır? Newcomb simetri ihtiyacını insanın toplumsal bir varlık olması ve iletişim faaliyetinin her daim bu toplumsallığın içerisinde yürütülmesi ile açıklar. İlk olarak, herhangi bir A kişinin B kişisine yönelik tutumu neredeyse her zaman belirli bir toplumsallık içerisinde yer almaktadır. A ile B'nin sevgili olduğunu, gözlerden uzak, onlardan başka kimsenin olmadığı bir yerde kar-

şıklı iletişim kurduğunu, A'nın B'ye "Seni seviyorum" dediğini varsayalım. Newcomb'a göre, bu derece mahrem bir anda dahi karşılıklı iletişimin çevresel bir referansı olacaktır. İkinci nokta ise A'nın bir iletişim eyleminde X'e yönelik tutumu her zaman belirli bir toplumsallık içerisinde gerçekleşecek ve A'nın yönelimi, diğer insanların X hakkındaki düşünce ve yargılarından muhakkak etkilenecektir. Şu pasaj Newcomb'un modelini daha iyi anlamamıza yardımcı olacaktır:

Kısaca, bir kişinin kendini çevredeki diğer nesnelere –ve bu nesnelere yönelmiş diğer insanlara– yöneltmesi değişmez bir insani ihtiyaçtır. A'nın X ya da B'ye yönelik tutumu B'nin X'e yönelik tutumuna bağlı olduğu derecede, A kendini ya B'nin X'e yönelik tutumunu etkilemeye ya da B'nin X'e yönelik tutumunu öğrenmeye sevk edecektir. İletişim bunu yapabilmesinin en yaygın ve genellikle de en etkili yöntemidir. (Newcomb 1953)

Newcomb savlarını, aralarında Leon Festinger'in de bulunduğu bazı sosyal psikologların çalışmalarına referansla açar. Örneğin Festinger, bir grup içerisinde bireyin grupla birlikte davranmaya yönlendirileceğini "grup birliğinin sağlanması için baskı" ve "homojen grup algısı" kavramları ile açıklamaktadır. Buna göre, bir grupta fikir ve tutum birliği olduğuna dair algı ne kadar kuvvetliyse, grubun bireyler üzerindeki baskısı o kadar kuvvetli olur ve bireyler de artan oranda grupla birlikte tutum takınmaya meyilli olurlar. Newcomb bir başka çalışmada, insanların daha ziyade kendisi gibi düşünen ve tutum takınan insanlarla daha fazla arkadaşlık ve iletişim kurduğunu belirtmiştir (Newcomb 1953). Bununla birlikte Newcomb, iletişimin yegâne amacının simetri/uyum ortaya koymak olmadığını, bazı durumlarda insanların aynı fikirde olmamaya razı gelebileceklerini (*agree to disagree*) de eklemektedir.

Newcomb, ileriki yıllarda ABX modeline bazı eklemeler yapar. Buna göre iletişim, (a) kişiler arasında kuvvetli çekicilik olduğunda, (b) nesnenin katılımcılardan en az biri için önemli olduğu durumlarda, (c) nesne X'in her iki taraf için ortak bir uygunluğunun olduğu durumda gerçekleşebilir (McQuail ve Windahl 1997).

McQuail ve Windahl (1997), Newcomb'un modelinin iki birey arasındaki iletişimsel ilişkilerin dinamiğini çok basit bir şekilde temsil ediyor olsa da bu modelin "tutum değişimi, kamuoyu oluşması ve propaganda hakkında düşüncelerin oluşturduğu geniş bir yelpazenin en çarpıcı noktasında yer aldığını" vurgular. Modelin en önemli vurgularından biri, insanların kendi yönelimlerine ve tutumlarına uygun olan enformasyon kaynaklarına daha fazla açık oldukları, bir başka deyişle, insanların algıda seçici olduklarıdır. Bu-

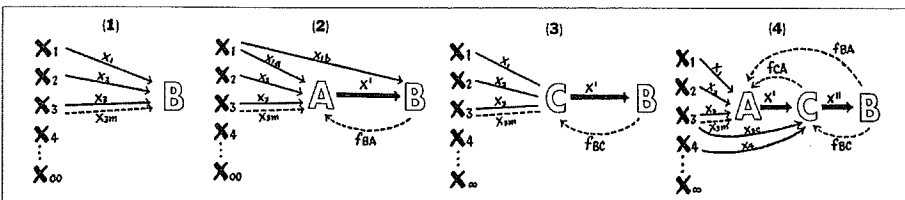
nunla birlikte, anlaşma-uyum-simetrisinin iletişim faaliyetinin tek işlev ve nedeni olduğunu iddia etmenin belirli sakıncaları vardır. İlk olarak, uyum ve ahenge vurgu yapan bu düşünceler kanaatlerdeki değişim ve karşıt fikirlerin dönüştürücü gücünü açıklamakta yetersiz kalırlar. Daha basit bir şekilde ifade edersek, değişimi anlamakta yetersizdirler. İkincisi her türlü uyumsuzluk ve anlaşmazlık bir dengesizlik hali ile sonuçlanmayabilir. Aksine, demokratik ilişkiler ve toplumsal düzenler birbirlerinden farklı özellik, yönetim ve tutumlara sahip kimselerin; birbirlerini dönüştürmek ya da ikna etmek zorunda olmadan, yan yana, barışçıl bir şekilde yaşayabilmeleri ile tanımlanır. Görüş ve tutum farklılıklarına daha fazla önem ve yer vermek, çoğulcu ve demokratik bir iletişimin olmazsa olmazıdır.

Westley ve MacLean'in iletişim modeli

Bruce H. Westley ve Malcolm S. MacLean'in ortak makaleleri "A Conceptual Model for Communications Research" (İletişim Araştırmaları için Kavramsal bir Model) Newcomb'un modelinin kitle iletişimini açıklamak için nasıl kullanılabileceğini soruşturarak bu modeli geliştirirler.

Westley ve MacLean, Newcomb'un ABX modelinin özellikle kişilerarası iletişimi esas aldığını belirtirler. Oysa kişiler arası iletişim ile kitle iletişimi birbirlerinden önemli ölçüde farklılaşan konulardır: İlk olarak, yüz yüze iletişim daha fazla duyu modalitesi içermektedir. Duyu modalitesi, duyu kategorilerinden her birine (görme, işitme, tat, basınç, ağrı, koku, sıcaklık, hareket vd.) verilen isimdir. Bir başka deyişle, iletişim ve eylem sürecinde daha fazla duyunun dahil olma durumu söz konusudur. Ayrıca "B", duyu arası karşılaştırma yapabilir; yani bir duyu ile aldığı izlenimleri diğer duyuları ile netleştirebilir. İkincisi, yüz yüze iletişim anında "geri bildirim" sağlar. Böylelikle A, B'nin tepkisi hakkında neredeyse anında bilgi sahibi olur. O halde:

(...) kitle iletişimi yüz yüze iletişimden (a) modalitelerin sayısının azalma eğiliminde olması ve (b) "yönelimsel" geri bildirimin azalması ya da ertelenmesi bakımından farklılaşmaktadır. (Westley ve MacLean 1957)



Westley ve MacLean modelinin adımları.

Bu noktalardan hareketle Westley ve MacLean modellerini adım adım inşa ederler. Şekilde de görüldüğü üzere, sınırsız X'ler (X bir nesne ya da olay olabilir) karmaşası içerisinde B doyumunu artırmak ve güvenlik sorunlarını aşmak için X'lere karşı seçici bir yönelim geliştirmek durumundadır. Fakat Newcomb'un da belirttiği üzere, B'ye yalnız başına yönelmez. B'nin X'e yöneliminde her daim bir A faktörü işin içine dahil olacaktır. Yani A ve X sistematik bir şekilde B ile ilişki içerisinde. Burada akılda tutulması gereken nokta B'ye iletilen X'in kendisinin değil, soyutlanmış biçiminin olduğudur.

Buraya kadar Newcomb'un ABX modelinden çok da fazla farklı bir şey söylemiş değiliz. Westley ve MacLean'in modeli şu soru ile birlikte modele önemli bir katkıda bulunurlar: B kimi zaman, menziline olan olaylarla A'nın varlığına ihtiyaç duymadan da ilişki kurabilir (mesela B karşı dairelerinde bir yangın olduğunu görüyor [X] ve komşuları yardıma çağırmak için bağırıyor). Lakin B'nin menziline olmayan (örneğin mecliste görüşülen ve B'yi özellikle ilgilendiren bir çevre yasası) olaylar söz konusu olduğunda model nasıl işleyecektir? İşte o zaman, özel bir görevi yerine getirecek olan bir C'ye ihtiyacımız olacaktır. C şu görevleri yerine getirecek bir kişi ya da kurum olarak düşünülebilir:

- (a) B'nin ihtiyaçlarına ya da çözüm ihtiyaçlarına cevap verecek X'le ilgili soyutlamaları seçmek, (b) bu soyutlamaları B tarafından paylaşılan anlamlar içeren sembollere dönüştürmek, (c) bu sembolleri kimi kanallar ya da araçlar vasıtasıyla B'ye ulaştırmak. (Westley ve MacLean 1957)

Devreye giren bu C ögesi Lewin ve sonrasında White tarafından kavramsallaştırılan eşik bekçiliği işlevini yerine getirmektedir. C ancak ve ancak B'nin ihtiyaçlarına karşılık verdiği ve B'nin dikkatini çektiği müddetçe ayakta kalabilir.

C, X ile ilgili bilgileri (ya da A-X ilişkisi ile ilgili bilgileri) B için seçmek ve B'ye iletmek görevini üstlenen bir aracıdır. C rolünün denkleme dahil olması B'nin daha geniş bir çevre hakkında bilgi sahibi olmasına, bir başka deyişle, B'nin dünyasının genişlemesine yardımcı olur.

Newcomb'un modelinde A ve B sadece kişiler olabilirken Westley ve MacLean kendi modellerinin bununla sınırlı olmadığını, B'nin bir kişi, grup ya da "toplumsal sistemin" tümü olabileceğini belirtir:

Kişisel seviyede B, yoğunluktan mahallesinde dolanmaya fırsat bile bulamayan bir ev kadını olabilir; bu durumda bütün olası mesajlar arasından B'nin bilgilene ihtiyacına cevap verecek olanları seçen, kodlayan ve ileten mahalle dedikodusu mekanizması C işlevini yerine getirir. İlksel grup düzleminde

ise, görece yalıtılmış bir sınır kolonisinde, C işlevini yerine getirmek üzere çevre koşulları hakkında gözlem yapan ve bunları raporlayıp bazı şifreli mesajlarla (havaya ateş açmak gibi) kolonisine ileten gözcüler örnek verilebilir. Toplumsal sistem seviyesinde bir ulus-devlet diplomatik hizmet gibi özel bilgi işlevlerini yerine getiren, C'lerden oluşan ayrıntılı bir ağı ihtiyaç duyabilir. (Westley ve MacLean 1957)

Şekilde de görüldüğü üzere, geri bildirim modelin önemli unsurlarından birini oluşturur. Söz konusu olan B'den C'ye ve A'ya ve C'den A'ya olmak üzere dinamik bir geri bildirim faaliyetinin varlığıdır. Örneğin bir reklamcı olan A, tüketicinin (B) ürünü hakkındaki görüşlerini ya da alışveriş alışkanlıklarını merak eder ve bununla ilgili araştırmalar yapar. Dinleyicinin sürekli ilgisini çekmeye çalışan bir televizyon kanalı (C), reytingleri (bir başka deyişle B'nin tepkisini) sürekli olarak takip eder. Günümüzden bir örnek verecek olursak, bir dizinin senaryo yazarları (C) sosyal medyada dizileri hakkında paylaşılan içerikleri (B tepkisi) yakından takip ederek izleyicilerin nabzını tutmaya çalışır. Kimi zaman bu geri bildirimler B'nin C'ye ya da A'ya yazdığı bir şikâyet mektubunda olduğu üzere bilinçli ve amaca yönelik olabilir.

Westley ve MacLean modelinin temel unsurlarının tanımlanması, modelin daha da anlaşılır olması için faydalı olacaktır:

A'lar (savunuculuk rolleri): Bu genelde, “iletişimci” terimiyle anlatılmaya çalışılan şeydir – *amaca yönelik* bir biçimde mesajları seçen ve ileten kişi ya da toplumsal sistem.

B'ler (davranışsal sistem rolleri): Bu genelde, “alıcı” ya da “kamu” terimleriyle anlatılmaya çalışılan şeydir – kendi çevresi hakkında, ihtiyaçlarını gidermek ve sorunlarını çözmek için iletişime giren ve ileti alan kişi ya da toplumsal sistem.

C'ler (kanal rolleri): Genelde, A'larla karıştırılan C'ler B'nin ihtiyaç duyduğu bilgiyi, özellikle de bu bilgi B'nin menzili dışındaysa, B için, belirli bir amaca yönelik olmadan seçen ve ileten araçlardır.

X. ‘dışarıdaki’ nesne ve olayların bütünüdür. X¹ bu nesne ve olayların iletilebilir biçim almış soyutlamalarıdır: X'ler ve A-X ilişkileri (“kanılar” gibi) hakkında “mesajlar”.

Görüldüğü üzere Westley ve MacLean'in modeli, kitle iletişim sürecinin dolayımlanmış niteliğini gözetken, son derece incelikli bir model sunmaktadır.

Eşik bekçiliği modeli (*gatekeeping model*)

Önceki sayfalarda Walter Lippmann'ın haberlerle ilgili şu sözünü aktarmıştık: “Her gün okuyucunun eline ulaşan gazete aslında bir dizi seçimin ürünüdür.” Eşik bekçiliği modelinin en erken formülasyonlarından biri olan bu tanımlamaya benzer bir tanımlı modelin günümüzdeki önde gelen savunucularından Pamela Shoemaker ve Tim Vos şu şekilde yaparlar:

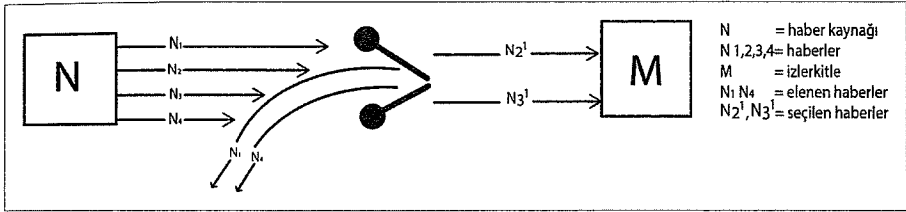
Eşik bekçiliğinin temel öncülü seçimdir – bazı şeyler seçilir, diğerleri ise elenir. Menüdeki tüm yemekleri yiyemeyiz ya da marketteki tüm domatesleri satın alamayız. O halde, karşımızda duran nüfus içerisinde bazılarını seçmek durumundayızdır. Bir gazetede haberler için belirli bir alan varsa, o zaman seçim kararları verilmek zorundadır. Dünyada gerçekleşen pek çok olay arasından haber olabilecekleri seçmemiz ve sonra da bunlardan hangisinin basılacağına karar vermemiz gerekir. (Shoemaker ve Vos 2009b)

Eşik bekçisi bu seçim ve değerlendirme sürecini yürüten kişi, kurum ve süreçlere karşılık gelir. Eşik bekçiliği kavramı ilk kez Kurt Lewin'in “Grup Dinamiğinin Sınırları” (1947) başlıklı makalesinde kullanılmıştır. İnsanların, örneğin yeme davranışlarında büyük çaplı dönüşümler yaratmak isteyen birinin önündeki sorunları inceleyen Lewin, istenen sonuca ulaşabilmek için nasıl bir yol izlenmesi gerektiğini sorar: Radyo, posterler ya da broşürler gibi iletişim araçları yeterli olacak mıdır? Yeme davranışlarını değiştirmeye çalıştığımız tüm toplumsal grupları (erkekler, kadınlar, çocuklar...) hedeflemeli miyiz?

Nüfusun tamamına ve tüm toplumsal gruplara ulaşmaya çalışmak ne mümkündür ne de akıllıca. Buradan hareketle Lewin, “anahtar konumdaki” kişilere ulaşmanın gerekli ve önemli olduğunu söyler: Yeme alışkanlıkları düşünüldüğünde bu kişiler ev kadınlarıdır. Lewin, yeme alışkanlıklarının dönüştürülmesi için eve giren gıdaların değiştirilmesi gerektiğini söyler. Gıdalar da evlere bazı belirli kanallardan girmektedir: Günümüz toplumlarında marketler en önde gelen kanaldır. Aşağıdaki şekilde White alışveriş ve bahçede yetiştirme örneklerinden hareketle, gıdaların iki farklı kaynaktan sofraya gelene kadar geçtiği farklı kanalları, eşikleri ve bu süreçteki farklı dinamikleri resmeder.

Alışverişe çıkan kişi farklı ürünler arasında ürünlerin fiyatı, gerekliliği, ürünün ne kadar istendiği ve benzeri kıstasları göz önünde tutarak seçimler yapar. Ürünü eve yürüyerek ya da arabayla getirir ve eve gelen gıdayı buzdolabında ya da kilerde saklar. Bir başka eleme ve seçme işlemi de pişirme sırasında gerçekleşir. Yemeği pişirecek olan kişi(ler) pişirmeye uygun olmayan

(örneğin çürümüş, bayatlamış, küflenmiş vs.) gıdaları ellerler. “Eşikler ya tarafsız kurallarla yönetilir ya da ‘eşik bekçileri’ tarafından. İkinci durumda, bir kişi ya da grup neyin ‘girip’ neyin ‘çıkacağını’ belirler” (Lewin 1947). Bu belirleme sürecinde hem kişiyi çevreleyen faktörlerin (örneğin ailenin ekonomik durumu), hem de eşik bekçisinin etkileşim halinde olduğu diğer aktörlerin (ev kadını eşik bekçisi olarak alırsak kocası ve çocuklarının) beklenti ve isteklerinin rolü vardır. Lewin’in yukarıdaki sorusuna verilecek cevap belirmiştir. Büyük çaplı dönüşümleri gerçekleştirmenin yolu tüm toplumun değil, eşik bekçilerinin kararlarını değiştirmekten geçer.



Eşik bekçiliği modeli. (Kaynak: <https://www.utwente.nl/cw/theorieenoverzicht/Theory%20Clusters/Media,%20Culture%20and%20Society/gatekeeping/>)

Lewin’in eşik bekçiliği terimini iletişim çalışmaları ve gazetecilik alanlarına taşıyan isim David Manning White oldu. White, bir örnek olaydan hareketle eşik bekçiliği sürecini şu şekilde açıklar: Senatoda eğitimle ilgili bir yasa onaylanırken orada ulusal ve yerel gazetelerden muhabirler, büyük gazetelerin başkent temsilcileri ve diğer gazeteciler olacaktır. Bunların tümü iletişim sürecindeki ilk “eşiği” oluştururlar. Bir haberin “önemli” olup olmadığına dair ilk yargıda bulunacak olanlar onlardır. Elbette ilk kanal ve eşik bu değildir. Muhabirin önemli bulduğu haber yeniden yazıcıya, oradan büro şefi aracılığıyla eyalet dosya editörüne iletilir ki, bu arada sürekli bir seçme ve eleme süreci devam eder. Son adımda haber, sonuncu eşik bekçisine, gazetenin ilk ve son sayfalarını belirleyecek olan yayın yönetmenine ulaşır (White 1950). White’a göre eşik bekçilerinin haber yapım sürecinde bu denli önemli rol oynaması şunu gösterir: Süreç son derece öznel ve eşik bekçilerinin kişisel deneyimlerinden kaynaklanan değer yargılarına dayanmaktadır (1950:386). Bununla birlikte, White’tan farklı olarak kararların eşik bekçisinin öznel kanaatlerine göre değil, kurumsal işleyişin dayattığı mekanik rutine dayandığını iddia eden yorumlar da vardır. Bu yorumlara göre yayın yönetmeni tek başına haber sürecinden sorumlu değildir; ya kurumun politikalarının uygulayıcısıdır ya da kararları birlikte çalıştığı ve de hesap verdiği bir dizi diğer insanla birlikte almaktadır (Shoemaker ve Vos 2009b).

Yaklaşım ilk başta çok basit görünür. Lakin hem eşik bekçiliğinin hem de karar alma mekanizmalarının derinliklerine indiğimizde resim biraz kar-

maşılaşır. Örneğin sorulardan birini yukarıda sorduk: Eşik bekçiliği bireysel bir mesele midir, yoksa yapısal/kurumsal mı? Bir başka deyişle, bir aktör olarak eşik bekçisinin bireysel önemi nedir? Bu soruya verilen iki farklı yanıtı yukarıda ele aldık.

Bir başka soru ise eşik bekçilerini ve eşik bekçilerinin aldığı kararları etkileyen içsel ve dışsal faktörlerdir. Eşik bekçisinin karakter özellikleri ilk akla gelenlerdendir (Shoemaker ve Vos 2009a). Medyanın sahiplik yapısı ise en önde gelen yapısal unsurlardan biridir. “Medyanın Ekonomi Politikı” bölümünde daha ayrıntılı bir şekilde göreceğimiz üzere, medya kuruluşları aynı zamanda ticari oluşumlardır ve özellikle 20. yüzyılda çok farklı sektörlerde faaliyet gösteren diğer ticari oluşumların ya parçasıdır ya da bunlarla ilişkili halindedirler (Bagdikian 2004; Kaya 2009). Bu denkleme medyanın rekama ve reklam verenlere bağımlılığı eklendiğinde eşik bekçilerinin seçimlerini yönlendiren bir dizi yapısal kısıtlama ile karşı karşıya kalırız. Shoemaker ve Vos eşik bekçilerinin tercihlerini sınırlayan diğer unsurların arasına baskı gruplarını, hükümetleri, halkla ilişkiler ajanslarını ve diğer medya kuruluşlarını ekler. Son olarak içinde yer alan kültür ve o kültürün kodları da eşik bekçilerinin kararlarını sınırlandıran diğer faktörlerdir (Shoemaker ve Vos 2009b).

Festinger’in bilişsel uyumsuzluk kuramı

Ortalık sıcaktan kavruluyordu. Tilkiciğin dili dışarı sarkmış kendisine serin gölgelikli bir yer arıyordu. Gide gide kendini bir meyve bahçesinde buldu. Baktı ki yüksekçe bir asmanın üzeri iri taneli üzüm salkımlarıyla dopdolmuş. Ağzı sulandı hemen asmanın dibine koştu.

“Aman ne hoş kokusu ne leziz tadı vardır bunların” diyerek asmanın dallarına doğru hücum etti. Ancak boyu yetişmediği için üzümleri koparamadı. Geri çekildi hız aldı bir daha hücum etti. Fakat yine üzümlere yetişemedi. Asmaya tırmanmaya çalıştı beceremedi. Tuttuğu bir dalı çekerek üzümleri kendisine yaklaştırmaya uğraştı dal elinde kaldı. Daha pek çok yol denediyse de üzümlere erişemedi. Bunun üzerine kızdı köpürdü ve “Aman kim bilir ne kadar da eksirdirler o üzümler iyi oldu da erişemedim yoksa ağzımın tadını bozacaktım!” dedi.

Sonra da arkasına baka baka çekti gitti. Olup bitenleri asmanın üzerinden izleyen küçük bir kuş ise tilkinin ardından şöyle seslendi: “İşte böyledir! Uzanamadığın nimete ekşi der gidersin! İsteyip de sahip olamadıklarımızı kötülemek kolaydır.”

– “Tilki ile Üzümler”, Ezop (Temel, 2007)

Ezop'un bu masalını "Kedi uzanamadığı ciğere murdar (kirli, pis) der" deyişi ile Türkçeye tercüme etmek mümkün. Masal bize sosyal psikoloji alanının kurucu figürlerinden Leon Festinger'in *bilişsel uyumsuzluk* kuramını açıklar niteliktedir. "Elbette ki, şu veya bu ölçülerde, her insan bildiği şeye uygun şekilde hareket etmek ister" der Festinger ve ekler: "Bununla beraber, bireyin bildiği ile yaptığı arasında çoğu defa tutarsızlıklar görülebilir" (Festinger 1985). Festinger bu tutarsızlıklar ve bunların psikolojik sonuçlarına odaklanır.

Tilkinin üzüme ya da kedinin ciğere uzanamaması elindeki bilgi ile (üzümün/ciğerin lezzeti) davranışı (üzümden/ciğerden vazgeçmek zorunda kalmak) arasında bir uyumsuzluk yaratır ve tilki/kedi duruma kendince bir açıklama getirerek bu uyumsuzluğu gidermeye çalışır: "Zaten ekşiydi/murdardı". Yani durumunu meşrulaştırarak rahatsızlığını giderir. Festinger'e göre uyumsuzluktan kaçınma ihtiyacı güvenlik ya da açlığı giderme ihtiyacı kadar güçlüdür (Griffin 2011): "Uyumsuzluk durumuyla karşılaşan birey, uyumsuzluğu azaltmak ve hafifletmek için ya eylemlerini değiştirmeye ya da inanç ne kanaatlerini değiştirmeye çalışır. Bu gibi uyumsuzluklarda birey giriştiği eylemi değiştirmezse, kanaat değişimi artık şart olur" (Festinger 1985). Festinger'in kuramının temel hipotezleri şunlardır:

1. Uyumsuzluğun varlığı, yani psikolojik rahatsızlık hissetmek, kişiyi uyumsuzluğu azaltmaya ve uyumu yakalamaya iter.
2. Uyumsuzluk mevcutken, uyumsuzluğu azaltmaya çalışmaya ek olarak kişi uyumsuzluğu artırması muhtemel durum ve bilgilerden kendini sakınacaktır (Festinger 1962).

Sigara içenlerin sigara bağımlılığı ile kurdukları ilişki *bilişsel uyumsuzluk* kuramına örnek olarak gösterilebilir (bkz. Griffin 2011:218). Sigara üreticileri uzun yıllar sigaranın ne kadar faydalı bir ürün olduğunu iddia eden reklamlarla tüketicilerine ulaşmaya çalıştı. Sigara sağlıklı bir yaşam, rahat bir nefes, karizmatik bir görünüm, başarılı bir iş hayatı, iktidar ve karizma ile özdeşleştirildi. Hollywood filmlerinde, TV reklamlarında, reklam panolarında ve gazete ilanlarında sürekli olarak bu imgeler ve kavramlarla ilişkilendirildi. Ancak son yirmi-otuz yıl içerisinde sigaranın başta kanser olmak üzere çok çeşitli sağlık sorunlarına yol açtığı ve bu sorunların ülke ekonomilerini sıkıntıya sokacak dereceye ulaştığı kabul edildi. 1990'lı yıllarda Amerika Birleşik Devletleri'nde ilk sigara yasakları uygulanmaya başlandı. Türkiye'de de 1996 yılından başlamak üzere sigara satış ve tüketimi üzerindeki sınırlamalar adım adım artırıldı. Sigaraya karşı alınan tedbirlerin başında sigara reklamlarının yasaklanması ve sigarayı özendirici medya içeriklerinin de-

netlenmesi geliyordu (örneğin şu anda TV içeriğinde sigara görüntülerinin buzlanarak verilmesi gibi).

Okuma Parçası

BİLİŞSEL UYUMSUZLUK VE SİGARA ÖRNEĞİ

Sigaranın sağlığa zararlı olduğunu bilen ama yine de sigara içmeyen bir kişi için, bilgi ile davranış arasındaki uyumsuzluk gerilime yol açacaktır. Kişi ya sigarayı bırakacak (davranış değişikliği) ya da sigaranın zararlı olduğu fikrine bir şekilde karşı çıkacaktır (Bilgi ya da inanç değişimi). İnanç değişikliği farklı şekillerde gerçekleşebilir:

- Sigara ve kanser bağlantısının henüz tam olarak kanıtlanmadığını iddia ederek sorunu küçümsemeye çalışmak: "Zaten bilimsel bulgular henüz kesinleşmiş değil; mesela benim dedem on yaşında sigaraya başlamış, ama 98 yaşına kadar yaşadı."
- Hayatta sigara dışında çok sayıda sağlık riskinin bulunduğunu, her şeyi kontrol altına alamayacağını iddia ederek rahatlamaya çalışmak: "Sigarayı bırakırım ama yarın bir gün kafama saksı düşüp ölmeyeceğimin garantisi yok ki!"
- Sigaranın olumlu olduğunu düşündüğü yanlarına odaklanmak: "Sigara beni rahatlatıyor, kendime güvenimi artırıyor."
- Çok sigara içmediğini, uyarıların onu ilgilendirmedığını düşünmek: "Günde iki dal anca içiyorum, onu da zaten şu sınavları halledince bırakacağım."
- Bağımlı olduğunu ve başka hiçbir çaresinin olmadığını iddia etmek: "Ben bir bağımlıyım, ne yapsam kurtulamıyorum." (Festinger 1962, Griffin 2011).

Sigarayı bırakmaya çalışan pek çok insanda olduğu gibi uyumsuzluk süreci uzayabilir; kişi kendini ne sigarayı bırakmış ne de sigara içişini meşrulaştırmış bir durumda bulabilir ve bu durumda rahatsızlığı devam eder. Ya da uyumsuzluk, sigarayı bırakma eylemi ile son bulabilir.

Festinger insanların bilişsel uyuma ulaşmalarında üç temel mekanizmanın iş gördüğünü söyler: *Seçici maruz kalma*, *karar sonrası uyumsuzluk* ve *minimal meşrulaştırma*. Bu üç mekanizma ya da üç hipotez Festinger'in kuramının iletişim kuramları için ne kadar önemli olduğunu da gösterecektir.

İlk hipotez, *seçici maruz kalma*, Festinger'in yukarıdaki "kişi uyumsuzluğu artırması muhtemel durum ve bilgilerden kendini sakınacaktır" önermesi ile ilgilidir. Konunun iletişim süreçleri ve iletişime maruz kalma açısından önemi Festinger (1985) tarafından şu şekilde ortaya konur:

(...) eğer belli bir uyumsuzluk durumu varsa ve eğer birey bu uyumsuzluğu bir kanaati değiştirerek azaltmaya çalışıyorsa, böyle bir birey kendisini bu yönde etkileme girişiminde bulunan bir iletişime karşı daha açık olacaktır. Aynı şekilde, aynı bireyin, kendisini ters yönde etkilemeye çalışan bir iletişime karşı daha direngen olacağı söylenebilir.

Politik inançlarla insanların medya tüketimi arasında da benzer bir ilişkinin olduğu söylenebilir. Örneğin kendini sol-sosyalist ideolojiye yakın hissedenen bir kişi görüşlerine yakın gazete ve dergileri takip edeceksen, milliyetçi-muhafazakârlar kendine daha yakın gördüklerini takip edecektir. Yani Festinger, güçlü etki paradigmasında iddia edilenin aksine (hatırlayalım, *medya mesajları bireylerde gözle görülür fikir, tutum ve davranış değişikliklerine yol açar*), bireylerin fikirlerinin kolayca dönüşmeyeceğini, çünkü bireylerin bilgi kaynaklarına yönelirken daha seçici olacağını iddia eder: “İkna edici iletişim eğer uyumsuzluk azaltıcı yönde etki yapacaksa çok iyi netice almakta, fakat bu iletişimin etkisi altında kalmak mevcut uyumsuzluğun artırılması anlamına gelecekse o zaman hemen hemen hiçbir netice alınamamaktadır” (Festinger 1985). Bir çalışma, insanların sigara kullanımının arttıkça sigaranın kansere yol açtığına daha az inandıklarını göstermiştir.

İkinci hipotez ise *karar sonrası uyumsuzluğun* yeniden rahatlatma ihtiyacını doğurduğudur. Bazen insanlar belirli bir konuda karar verdikten ve eyleme geçtikten sonra, seçimleri ile ilgili rahatsızlık duymaya devam edebilirler: i) Konunun önemi arttıkça ii) Kişi farklı seçenekler arasında çok fazla gidip gelmişse iii) Verilen kararı geri almak güçleştikçe karar sonrası uyumsuzluk artar. Örneğin bir araba almayı düşünüyorum ve çok da zengin bir insan değilim; hatta arabayı bankadan kredi çekerek ve birkaç arkadaşşıma borçlanarak alacağım (yani konu benim için çok önemli). Bununla birlikte piyasada o kadar çok seçenek var ki; elimdeki parayla Alman, İtalyan, Fransız, Japon, Kore, Çin, Amerikan markaları arasından seçim yapmam gerekiyor. Bütün bu arabalar da aşağı yukarı aynı özelliklere ve aynı çekiciliğe sahip (yani seçenekler arasında gidip geliyorum). Lakin şunu da biliyorum, bir kere bu arabayı alırsam uzunca zaman bunu kullanacağım. Aldığım arabadan memnun kalmaz da satmaya kalkarsam da çok fazla para kaybedeceğim (yani vereceğim kararı geri almak çok zor). Bütün bu koşullar altında bir seçim yapıp Fransız markasını alıyorum ama *karar sonrası uyumsuzluğum* hâlâ devam ediyor. Festinger işte bu örnek üzerinden *karar sonrası uyumsuzluk* hakkında şunları söyler:

Elrich ve arkadaşları tarafından yapılan deney, yeni otomobil alanların, birdenbire, gazetelerdeki otomobil reklamlarını daha çok okumaya başlamala-

rı üzerinde durmuştur. (...) ilgi çekici birçok yanları olduğu halde seçilmiş olan öbür otomobil markalarının varlığı yüzünden, satın alma kararının ardından bir uyumsuzluk halinin ortaya çıkacağı düşünülebilirdi. Daha sonraki aşamada ise, uyumsuzluk azaltımı başlayacak ve bireyler satın almış oldukları arabanın gerçekten iyi bir marka olduğunu söyleyen enformasyona karşı daha istekli olacaktı. Reklamların söylemekte oldukları da zaten bu olduğundan, yeni araba satın alanların, satın aldıkları arabayı methe-den reklamlara karşı daha büyük bir ilgi ve isteklilik göstermeleri gerekiyordu. (Festinger 1985)

Üçüncü hipotez ise *minimal meşrulaştırmanın* tutum değişikliğine yol açtığıdır. Bu hipotez bir kimsede tutum değişikliği yaratılmak isteniyorsa o kişinin yeterli oranda teşvik edilmesi, yani gereğinden fazla teşvik etmekten kaçınılması gerektiğini iddia eder. Anlaşılması biraz daha güç olan bu önerme Festinger'in verdiği "5 dolar/20 dolar deneyi" örneği ile daha anlaşılır olacaktır. Deneklerden bir konuda mevcut düşüncelerine aksi yönde beyanda bulunmaları (monoton ve sıkıcı bir iş hakkında, bu işin ne kadar eğlenceli olduğunu söylemeleri), yani yalan söylemeleri beklenen bu deneyde yalan söylemeleri için bir gruba 5, diğer gruba da 20 dolar sözü verilir. Deneyin sonunda 20 dolar sözü verilen kişiler hâlâ işin sıkıcı olduğunu düşünürlerken, 5 dolar ödeme yapılanlar işin eğlenceli olduğunu gerçekten düşünmeye başlamışlardır. Yani daha az para alan denekler, daha fazla tutum değişikliği yaşamışlardır. Bunun sebebi 20 dolar alan kişi için yalan söylemenin meşruluk kaynağı alınan paranın yüksekliğidir. Teşvikin fazlalığı uyum sorununu tutum değişikliğine gerek kalmadan halletmiştir ("Zaten 20 doları kapmışım, yalan söylemek için 20 dolardan daha iyi bir gerekçe olabilir mi?"). Bunun yanında 5 dolar ödenen denekler ise bu yalan karşısında ek meşrulaştırma gerekçeleri üretmek zorunda kalacak ve uyum arayışı beraberinde inanç ve tutum değişikliğini getirecektir:

Kısacası, eğer bir insan kendi kanaatine çelişkin bir görüşü savunmak durumunda bırakılırsa ve girişmek zorunda kalacağı eylemin getireceği yarar veya gidereceği mahzur önemli tutulmazsa, bu insan zamanla kendi özel kanaatini açıkça savunma durumunda kaldığı görüşe yakın kılmaya çalışmaktadır. (Festinger 1985)

İKİNCİ KISIM

Eleştirel İletişim Kuramları

FRANKFURT OKULU, ELEŞTİREL TEORİ VE KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ

Bu bölüme kadar anaakım ya da anadamar olarak adlandırılabilen kuram ve yaklaşımları olabildiğince ayrıntılı bir şekilde ele aldık. Bu bölümde kültür ve iletişim sorunlarını merkezine alan ve iletişim kuramları tarihinde bir dönüm noktasını ve bir entelektüel zirveyi temsil eden bir düşünce okulunu ele alacağız: Frankfurt Okulu ve Eleştirel Teori.

Kitabımızın ilk bölümünde kitle toplumuna ve kitle kültürü eleştirisi başlığı altında toplanan düşünceleri incelemiştik. Friedrich Nietzsche'den Alexis de Tocqueville'e, Gustave Le Bon'dan Ortega y Gasset'e bir dizi düşünür kitlelere ve kitle kültürü olarak adlandırdıkları olguya karşı son derece düşmanca bir tutum takınmışlardı: Kimisi kitlelere, şehirleşmeye, kalabalıklara ve yeni bir sınıfın ortaya çıkmasına; kimiye okuryazarlığın artışına ve popüler edebiyatın ortaya çıkışına ya da demokrasi fikrine tepkiliydi. Bununla birlikte, genellikle muhafazakâr tonlar taşıyan bu meydan okuma kitle toplumu eleştirisinde yalnız değildi. 19. yüzyılın sonu ve 20. yüzyılın ilk yarısında, sosyalist ve Marksist fikirlerden etkilenen radikal bir kitle toplumu eleştirisi de filizlenmekteydi. Radikal eleştiri, daha önceden gördüğümüz eleştirilerin aksine, kitle toplumunda kitlelerin hareketsizleştiğini, manipülasyona açık hale geldiğini ve yabancılaştığını vurguluyordu. Muhafazakâr eleştiriden farklı olarak kitleler bu sürecin sorumlusu değil, kurbanıydı. Zira radikal eleştiri, kitle toplumunun yabancılaştırıcı ve yozlaştırıcı etkilerinden ancak kitlelerin (işçi sınıfının) bilinçlenmesi, mobilizasyonu ve örgütlenmesi ile kurtulabileceğimizi iddia ediyordu.

Bu türden bir radikal kitle toplumu eleştirisinin en yetkin, en karmaşık ve incelikli örneklerinden birini Frankfurt Okulu ve Okul içerisinde gelişen Eleştirel Kuram veriyordu.

Bu bölümde şu konulara değineceğiz:

- Frankfurt Okulu'nun tarihçesi ve ana hatları.
- Eleştirel Kuram.
- Eleştirel kuram ve modernite eleştirisi.
- Kültür endüstrisi.

Frankfurt Okulu: Tarihçe ve genel hatlar

Frankfurt Okulu'nun hikâyesi 1923 yılında, çoğu Frankfurt Üniversitesi'nde çalışan bir grup muhalif entelektüelin resmî adıyla *Institut Für Socialforschung*'u (Sosyal Araştırmalar Enstitüsü) kurması ile başlar. Karl Korsch'un doktora öğrencisi, varlıklı bir tahıl tüccarının oğlu olan Felix Weil'in Marksizmdeki farklı eğilimleri bir araya getirmek amacı ile 1922 yılında dönemin önde gelen Marksist düşünürleri Georg Lukacs, Karl Korsch, Karl August Wittfogel ve Friedrich Pollock'u bir sempozyumda bir araya getirmesi Frankfurt Okulu'nun kurulması sürecinin ilk adımını oluşturur. Hatta enstitüye ilk vermek istedikleri isim *Institut Für Marxismus*'dur (Marksizm Enstitüsü) ama bu adın tepki çekebileceği düşüncesi ile bundan vazgeçerler.

Frankfurt Okulu'nun 1923 yılından 1970'lere uzanan tarihsel serüveni dört ayrı dönem altında değerlendirilebilir. İçinde bulunduğu tarihsel dönemlerin Okul'un ilgi alanları ve ele aldığı konular üzerinde belirleyici etkisi olmuştur (Huyssen 1975). Bu dört dönem birbirinden şu şekilde ayrılır:

I. 1923-1933 / Enstitü'nün ilk müdürü Carl Grünberg dönemi

Bu dönemde işçi sınıfı tarihi ve Marx'm düşünceleri merkezdedir. Grünberg, okul açılış bildirisinde toplumsal bir bilim olarak Marksizm düşüncesini ele almıştır. 20. yüzyılın başında sosyalist devrimin gelişmiş Batı ülkelerinden birinde değil de Rusya'da patlak vermesi Batılı Marksistleri, Marksizmi yeniden düşünmeye itmiş ve bu sorgulamada indirgemeci ve belirlenimci tarih/toplum algısı eleştiri noktalarından biri haline gelmiştir (İngiliz Kültürel Çalışmaları'nı ele alacağımız bölümde bu konu üzerinde ayrıca durulacaktır). Bu arayış sadece Frankfurt Okulu tarafından sürdürülmemiş, Batı Marksizmi olarak adlandırılabilir geniş ve derin bir entelektüel akımın doğmasına yol açmıştır. 1922 yılında Weil tarafından düzenlenen sempo-

yumun katılımcıları, Batı Marksizminin ilk kuşak temsilcileridir (Anderson 2004:55). Frankfurt Okulu çalışmaları bu dönemde güçlü bir ampirik yönelime sahiptir. Wittfogel'in 1931 tarihli *Çin'de Ekonomi ve Toplum'u*, Grossman'm 1929 tarihli *Kapitalist Sistemde Birikim ve Çöküş Yasası* ve Pollock'un 1929 tarihli *Sovyetler Birliği'nde İktisadi Planlama Deneyleri 1917-1927* başlıklı çalışmaları bu ilk dönemin önde gelen eserleridir.

II. 1934-1950 Kuzey Amerika'daki sürgün yılları

İkinci dönemde Enstitü ampirik çalışmalardan ziyade felsefe ve psikanalizle ilgilenmeye başlar. Enstitü'nün başına 1930 yılında geçen Max Horkheimer'in bu yön değişikliğinde önemli bir payı vardır. Frankfurt Üniversitesi'nde faaliyet gösteren bir grup psikanalizci 1931-1932 yıllarında Frankfurt Okulu'na katılır. Böylelikle Enstitü, Wilhelm Reich ve Eric Fromm gibi isimlerle birlikte anılmaya başlar. Yine bu yıllarda Theodor W. Adorno ve Herbert Marcuse'nin Enstitü'ye katılmaları ile birlikte felsefi sorular ve tartışmalar derinleşir (Marcuse 2009).

Enstitünün felsefi ve psikanalitik yönelimi aynı zamanda içinde bulunan tarihsel koşullarla da ilgiliydi. Proletaryanın potansiyel devrimci özne konumunu yitirmesi eleştirel teorinin normatif temellerinin başka yerlerde aranmasına yol açtı (Wolin 1987:25). 1930'larda Frankfurt Okulu'nun çalışmalarını derinden etkileyen diğer etmen ise kuşkusuz Almanya'da Nazizmin yükselmesiydi. Bu dönemde "enstitü faşizmin yükselişi karşısında Marx'm göz ardı ettiği toplumsal koşulları yeniden ele alma ve açıklama ihtiyacı hissetmiştir" (Bağçe 2006:9).

1930'lar Marksizm için çöküş yıllarıydı: Nazizmin zaferi, İspanya İç Savaşı'nda ilerici güçlerin yenilgisi ve Enternasyonal Tugay'm dağılması, Stalinist Sovyetler'de yargılamalar ve kamplar, Hitler-Stalin Paktı, İkinci Dünya Savaşı ve toplama kampları... Tüm bunlar bir yandan Frankfurt Okulu'nu Marksizmi yeniden okumaya sevk etti, diğer yandan da sonraki yıllarda takınacakları karamsar tavrın temellerinin atılmasına yol açtı (Kellner 2006:154). Frankfurt Okulu, bu dönemde, Marksist kuramı "yoz ve bayat bir tutuculuk potasından" kurtarmak ve ona çok farklı toplumsal ve tarihsel unsurlara uygulayarak kuramı geliştirmek amacındaydı (Kellner 2006:250). Bu yeniden ele alma çabasında Hegel, Max Weber, Lukacs ve Freud'dan yararlanıldı. Bu dönem, modernite eleştirisinin nüvelerini de içinde barındırdı.

İkinci Dünya Savaşı ve Hitler'in Almanya'da iktidara gelişi Frankfurt Enstitüsü'nün New York'a taşınmasına sebep olmuş ve bu sürgünle birlikte Enstitü en derinlikli eserlerini vermiştir. Theodor W. Adorno ve Max Horkheimer'in Yeni Kıta'ya varması ile birlikte yaşadıkları kültür şoku, ilgi

alanlarını kapitalizmin eleştirisinden genel olarak Batı kültürünün eleştirisine kaydırmalarına yol açmıştır. Thomas Krogh'un deyişle "Frankfurt Okulu, Weimar felaketine ve Hitler'in iktidara gelişine gösterilmiş melankolik ya da umarsız bir tepkiden ziyade, Roosevelt döneminin Amerika'sıyla hesaplaşmanın ürünüdür" (Krogh 1999:259).

III. 1950'ler ve Frankfurt'a geri dönüş

Sürgünün ardından Enstitü'nün Frankfurt'a dönmesiyle birlikte Eleştirel Teori'nin esas fikirleri birçok temel metinde ortaya kondu. Avrupa'da ve Amerika'da Okul'un etkisi, özellikle yeni sol çevrelerde yayılmaya başladı. Bu dönem, okulun düşünsel ve siyasal olarak en etkili olduğu dönemdir. Okul'un etkisi 1960'ların sonlarında radikal öğrenci hareketlerinin hız kazanmasıyla zirve yapmıştır. Özellikle Herbert Marcuse'nin *Tek Boyutlu İnsan*'ı (Marcuse 2002) radikal gençlik hareketine esin kaynağı olan eserlerdendi.

IV. 1970'ler: Frankfurt Okulu'nun son ve kayboluş yılları

Okul'un bu dördüncü ve son olarak kabul edilebilecek dönemi Adorno'nun 1969, Horkheimer'ın 1972 yıllarındaki ölümlerinin ardından sönmürlenme dönemidir. Bu dönem Marksizm'den radikal bir şekilde kopulduğu ama Okul'un bazı kavramlarının ve dertlerinin kimi sosyal bilimciler tarafından kullanıldığı bir dönem olmuştur. Jürgen Habermas (1929-), Okul'un son kuşak temsilcileri arasındaki en önemli isimdir.

Ana hatlarıyla Frankfurt Okulu

Frankfurt Okulu'nun en temel amacı geleneksel anlayışlarla tüm bağlarını koparmış yeni bir felsefi/bilimsel anlayışını inşa etmektir. Burada "geleneksel" anlayıştan kastedilen, 19. yüzyılın egemen bilimsel paradigması olan pozitivistdir. Frankfurt Okulu pozitivist bilimi aşma ve alternatif bir bilimsel yaklaşım sunma iddiasındaydı. Enstitü üyeleri için bu, sadece akademik ve bilimsel bir konu değil, aynı zamanda politik bir meseleydi de. Horkheimer'in Enstitü'nün 1931 yılı açılış konuşmasında dönemin toplumsal felsefesinin tartışmalı bir şekilde pozitivistliğe yönelmesinden dert yanıyordu. Horkheimer'e göre pozitivistizm sadece tikel olanı gördüğünden, toplumsal alanı bireylerden ve bireyler arası ilişkilerden ibaret olarak görür. Pozitivistizm için her şey tümüyle olgular arasında eriyip gider. Ne olgular arasın-

daki bağlantı, ne de olguları var eden daha büyük ekonomik, toplumsal ya da kültürel yapılara bu şema içerisinde bir yer vardır (Horkheimer 2006).

Peki pozitivizmde yanlış olan şey nedir? Horkheimer'e göre toplumsal ilişkileri bireyler arasındaki ilişkilere indirgediğimiz takdirde, bireyler arasındaymış gibi görünen ilişkilerin ardında yatan toplumsal tahakküm ilişkilerini göremeyiz. Daha da kötüsü görmemeyi tercih ederiz ve bu şekilde bu ilişkileri meşrulaştırırız. Horkheimer, geleneksel kuramla (pozitivizm) eleştirel kuram arasındaki en temel farkı burada görür: *Eleştirel kuram mevcut toplumsal ilişkileri –ki bu ilişkiler genellikle eşitsiz, sömürüye ve tahakküme dayalıdır– yerinden etmeye, rahatsız etmeye yönelirken, geleneksel kuram tikellikleri gözlemlemekle yetinir.* Eleştirel kuram, *“tek kaygısı sömürsüz topluma yol açacak bir gelişmeyi yüceltmek olan kuramdır”* (Therborn 2006:20).

Geleneksel kuram ile eleştirel kuram iki farklı düşünsel tarza karşılık gelmektedir. Geleneksel kuram uzmanlaşmış bilimlerden, öncelikle de doğa bilimlerinden kaynaklanır ve yine onlara dayanır (Therborn 2006:21). Böylelikle, Frankfurt Okulu pozitivizmin şu temel varsayımlarına cephe almaktadır: (1) Tüm nesnelere uygulanabilen tek bir bilim yöntemi vardır (2) Tüm bilimlere örnek olması gereken gelişmiş doğa bilimlerinin, özellikle matematiksel fiziğin, yöntemidir (3) Bilimsel açıklamalar nedensel olup, gözlemlenmiş olguların varsayılmış genel yasalardan türetilmesi biçimindedir (Grünberg ve Grünberg 2003:124). Bu yaklaşım farklılığı kendini araştırma gündemlerinin ayrışması şeklinde de gösterir. Horkheimer ampirik disiplinlerin tek tek bir soruya ayrılmış, parçalı, uzun ve sıkıcı araştırmalarının yerine “döneminin sorunlarına duyarlı, felsefecileri, sosyologları, ekonomi politikçileri, tarihçileri, psikologları ortak araştırma projelerinde bir araya getiren, böylece felsefi sorunların ampirik bilimsel süreçle diyalektik biçimde bütünleştiği bir anlayışı koyar” (Kejanlıoğlu 2005:33).

Eleştirel kurama göre toplumu ve toplumsal olguları tikeller arası etkileşimin sonucu olarak gören pozitivist yaklaşım bütünü ve bütünün ardındaki dinamikleri göremez; bunun bir sonucu olarak da değişim olgusunu anlamlandıramaz. İnsan ve insanlar arası ilişkiler tarihin nesnesi haline gelir. Oysa insan tarihin nesnesi değil, tarihsel yaşam biçimlerinin öznesi ve üreticisidir (Therborn 2006:22). Horkheimer'in felsefesi, “bireyle toplum arasındaki ilişkiyi, kültürün anlamını, toplumsallaşmanın temelini ve toplumsal yaşamın bütüncül yapısını diyalektik olarak kavramaya çalışır” (Kellner 2006:141).

Akılta tutulması gereken nokta geleneksel kuram (pozitivizm) ve Eleştirel Kuram arasında kurulan bu karşıtlığın Frankfurt Okulu'nun ilk dönem çalışmalarının ürünü olmasıdır. Kolayca görüleceği üzere bu dönemde Frankfurt Okulu'nun gerek terminolojisi gerek haleti ruhiyesi son dere-

ce politiktir. Öne sürdükleri ise toplumsal değişimi hedefleyen radikal bir toplum kuramıdır. Örneğin Enstitü'nün ilk müdürü Carl Grünberg “nesnesi, değişim ve gelişimi içindeki somut tarihsel dünya olan tarihsel materyalizmin bilimsel bir araştırma yöntemi olduğunu” (Kellner 2006) öne sürerek değişen ve gelişen dünya içerisinde eleştirel kuramın görevinin bu değişim dalgası içerisinde aktif rol almak olduğunu belirtmiştir. Yine bu dönemde Enstitü'nün kapitalizm karşıtlığı ve sosyalizm yanlılığı son derece açıktır.

Nazizmin yükselişi, İkinci Dünya Savaşı ve sürgün yılları Frankfurt Okulu'nun iki kilit kuramcısının, Adorno ve Horkheimer'in, Okul'un en karanlık ve girdaplı eserini vermesine tanık olur: *Aydınlanmanın Diyalektiği*. Bu çalışmada Adorno ve Horkheimer moderniteyi ve çağdaş kapitalist toplumları Aydınlanma, bilim, araçsal rasyonalite ve “kültür endüstrisi” kavramları etrafında ele alırlar. Kitabın temel tezi, miti yerle bir etmeye çalışan Aydınlanma'nın mite geri döndüğü; toplumsal rasyonelliğin irrasyonel bir karakter kazandığıdır. Yoğun bir Weber ve Lukacs etkisi görülen bu dönemin ça-

Theodor Ludwig Wiesengrund Adorno (1903-1969)

20. yüzyılın en etkili felsefi figürlerinden biri olarak kabul edilen Adorno, 1903 yılında Frankfurt'ta doğdu. Annesi sıkı bir Katolik olan Adorno'nun babası sonradan Protestanlığı kabul etmiş bir Yahudi'ydi. Küçük yaşlarda müziğe olan yeteneği fark edilen Adorno, ciddi bir müzik eğitimi gördü. Yine çok erken yaşlarda Sigfried Kracauer gibi dönemin önde gelen düşünürlerinden felsefe dersleri aldı. Frankfurt'taki J.W. Goethe Üniversitesi'nde felsefe ve sosyoloji okumaya başlayan Adorno hem müziğe hem de felsefeye olan ilgisini derinleştirdi. 1924 yılında doktorasını bitiren Adorno müzik çalışmalarını daha da ileriye götürmek ve atonal müziğin temsilcisi Alban Berg'le çalışmak için Viyana'ya gitti. Adorno, “hem ustam hem de öğretmenim” diyecek kadar hayrandı Berg'e. Bununla birlikte müzik kariyeri ile felsefe arasında seçim yapmak zorunda kalan Adorno 1920'lerin sonunda felsefe çalışmalarını yoğunlaştırarak Frankfurt Okulu'na katıldı. Nazilerin Almanya'daki en büyük siyasal güç haline gelmesinin ardından 1932 yılında öğretmenlik lisansı elinden alındı ve uzun yıllar sürecek sürgün dönemi başladı. 1934 yılında Oxford'a, 1937 yılında New York'a taşındı ve burada Lazarsfeld tarafından yürütülen Princeton Radyo Projesi'nde çalıştı. 1941 yılına gelindiğinde ise Adorno'nun adresi Kaliforniya olacaktı. Adorno ve Horkheimer burada *Aydınlanmanın Diyalektiği* metnini yazdılar. Çalışmalarını antisemitizm ve otoriteryanizm üzerine odaklayan Adorno, araştırma ekibiyle birlikte *Otoriter Kişilik Üzerine*'yi (2003) kaleme aldı. Niceliksel ve niteliksel araştırma yöntemlerini bir arada kullanan araştırma, “F-scale” olarak bilinen faşizm ölçeği ile meşhurdur. Savaş sonrasında Avrupa'ya geri dönen Adorno, 1969 yılındaki ölümüne kadar Frankfurt Üniversitesi'nde çalışmalarına devam etti.

lışmaları Adorno ve Horkheimer'in modernitenin sınırlarını zorladıkları bir felsefi soruşturmadır aynı zamanda.

Rasyoneldeki irrasyonelite: *Aydınlanmanın Diyalektiği ve Tek Boyutlu İnsan*

Frankfurt Okulu iki savaş arası dönemde ve özellikle de İkinci Dünya Savaşı yıllarında temel ilgi alanını kapitalizm eleştirisinden modernite eleştirisine kaydırdı. Bu dönemin en önemli eserleri ise 1947 yılında yayımlanan *Aydınlanmanın Diyalektiği* (2010), Horkheimer tarafından kaleme alınan *Akıl Tutulması* (2002) ve Adorno'nun fragmanlar halinde yazdığı *Minima Moralia* (2000) oldu. 1964 yılında ilk basımı yapılan *Tek Boyutlu İnsan* (Marcuse 2002), çağımızın kuvvetli bir eleştirisi ve 1960'lı yılların gençlik hareketleri için önemli bir esin kaynağı olma özelliklerini taşıyordu. Horkheimer ve Adorno'nun ortak çalışması *Aydınlanmanın Diyalektiği*, Enstitü'nün önceki ürünlerinden belirgin farklılıklar gösteriyordu. İlkın, seçkinci ve anlaşılması güç bir yazım tekniği eski yazım tekniğinin yerini almıştır. *Aydınlanmanın Diyalektiği* çok zor takip edilen, ağır bir üslupla kaleme alınmış ve parçalı bir eserdir. Üslubun ve dilin ağırlığı bir tesadüf değildir. Yazarların, araçsal akıl (*instrumental reason*) ve pozitivizmin dayattığı düşünme, yazma ve neden-sonuç ilişkileri kurma biçimine duydukları tepkinin şekilsel bir ifadesidir.

İkinci nokta ise başta belirtilen radikal politik potansiyelin terk edilmesidir. Üçüncüsü, devrim niyetinin yerini rasyonelleşme ve toplumun rasyonelleşmesinin eleştirisinin almasıdır. Son olarak da gerek *Aydınlanmanın Diyalektiği*'nde gerek diğer son dönem eserlerinde sınıf çelişkisinin yerini insan/doğa çelişkisinin almasıdır: Marksizm, Aydınlanma geleneğine dahil edilmekle birlikte kapitalizm doğaya tahakküm bağlamına yerleştirilmiş ve birçok tahakküm biçiminden biri olarak görülmüştür (Kellner 2006:155).

Frankfurt Okulu'nun kapitalizm eleştirisinden, "bir tahakküm biçimi olarak modernite" eleştirisine geçişinde iki teorik kaynak öne çıkar: Max Weber (1864-1920) ve George Lukacs (1885-1971). Adorno, Weber'in rasyonelleşme, büyü bozma ve Marx'ın meta fetişizmi kuramı arasında bir alışım sunmaktadır. Weber, kapitalizm ve bürokrasiyi daha genel rasyonelleşme süreçlerinin örnekleri olarak ele alıyordu. Weber çağdaş toplumlarda toplumsal hayatın gitgide daha fazla belirli bir tür rasyonelitenin egemenliği altına girdiğini belirtiyordu: "*Zweckrationalitat*" yani araçsal rasyonelite. Bu

Araçsal akıl/araçsal rasyonelite: Belirli bir amaca ulaşmak için en etkili ve en düşük maliyetli yolu bulmaya odaklanan akıl/rasyonelite türü.

na göre, modern ekonomik ve siyasal girişimler için asıl önemli olan teknik verimliliklerdir. Örneğin, kapitalist işyeri için temel hedef kârdır. Bir kapitalist girişimin tek derdi ne yapıp edip kârı maksimize etmek için teknikler geliştirmektir (Scannel 2007:40). Araçsal rasyonalite için esas olan belirlenmiş amaçlar için etkin, verimli araçların seçimidir; aklın insan etkinliğinin nihai amaçlarına değer biçmedeki rolüne karşı kayıtsız kalır (West 2005:112).

Horkheimer ve Adorno'nun sunduğu alışımda, Weber ile Marksizm arasında bir köprü işlevi gören Lukacs bir diğer düşündürdür. Adorno, Horkheimer ve Enstitü ile ilişkisi karışık olan Walter Benjamin'in (1892-1940) Marx'a yakınlaşmalarındaki en belirleyici etki Lukacs'ın 1923 tarihli *Tarih ve Sınıf Bilinci* kitabı oldu (Buck-Morss 1977:25). Lukacs'ın çalışmaları, Eleştirel Kuram'ın pozitivism ile yaşadığı hesaplaşma ve moderniteye karşı saldırılarının ve Hegel'le kurulacak olan bağların dayanaklarından birini oluşturdu. Lukacs'ın en temel sorunu özne-nesne ikiliğini aşabilecek bir devrimci kuramın ana hatlarını ortaya koyabilmektir. Felsefe faaliyetinin ve bilgiye ulaşma çabasının kendisi toplumsal dönüşümün bir parçası olacaktır. Lukacs, İkinci Enternasyonal'in Marksizmin değişmez bilimsel kurallarını sabitlemeye uğraşan tahayyülünün karşısında yer aldı. Lukacs, çıkış noktası olarak Marksizm öncesi bir düşünürü yöneldi. Ona göre Hegel'in diyalektiği kavrayış şekli ve tarih anlayışı, özne-nesne ikiliğinin aşılmasında kilit bir öneme sahiptir.

Tarihin öznesi ile nesnesinin aynılaştırmış bir gerçekliği, "aynı varlığa dönüşmüş bir özne-nesnesi" olarak işçi sınıfı, sınıf bilincinin yardımıyla bilginin toplumsal görececiliği sorununu çözen bir proletarya fikrini benimsemesi ile "yabancılaşma"yı, yeniden kendini bularak eski içsel öznelliğine dönecek olan insan nesnellliğini dış dünyada gerçekleştiren bir nesnelleşme olarak görmek istemesi, Lukacs'ı, sosyalist devrimin gerçekleşmesi ile işçi sınıfının kendi, öz bilincine varmasını aynılaştırmaya götürmüştür. (Anderson 2004:102)

Basitçe söyleyecek olursak, işçi sınıfının kendi öz bilincine varması, çıkarlarını ve tarihsel rolünü kabullenmesi sosyalist devrimin hem sebebi hem sonucu hem de tüm sürecin kendisi olacaktır.

Lukacs'ta Marksizm içinde görmeye alışık olmadığımız türden –daha sonra Frankfurt Okulu'nda fazlası ile göreceğimiz– bir doğa bilimleri karşıtlığı söz konusuydu. Doğa bilimleri, şeyleşmiş (*reified*) kategorileri başlangıç noktası alır. Bu yüzden de şeyleşmiş ilişkilerin yeniden üretilmesine yardımcı olur. Kapitalizmin ayırt edici özelliği meta fetişizmidir ve kapitalizmin sırrı meta fetişizmi bilmecesinin çözülmesinde yatar. Kavram Marx'ın

Kapital'inin birinci cildinden alınmadır. Bize meta fetişizminin en basit tanımını Marx'a bir şey eklemeyen verir Lukacs: "*İnsanlar arasındaki toplumsal ilişkilerin şeyler arasındaki ilişkiler gibi görülmesi ve yaşanması*" (Lukacs 1971:128).

Kapitalizmin belirleyici özelliği *meta fetişizmidir*. Günümüz modern kapitalizminin en özgül problemidir ve bu sürecin en temel ürünü de şeyleşmedir (*reification*). Lukacs bir adım daha atar ve meta fetişizmini toplumsal kuruluşunda merkezî konuma oturtur ve bunu yaparken de Weber'den (onu eleştirmekle birlikte) fazlasıyla yardım alır. Lukacs için metaların fetiş karakteri toplumsal yaşamın –burjuva düşüncesinin izleklerine kadar– her boyutuna nüfuz etmiş durumdadır (Buck-Morss 1977:26). Kapitalizm ilerledikçe, üretimde makineleşme arttıkça üretimin öznesi olan insanın ürününden ve kendi faaliyetinden uzaklaşır. İlerleme beraberinde rasyonel *hesaplanabilirlik, öngörülebilirlik, ölçülebilirlik ve uzmanlaşma* olgularını üretim aşamasında egemen kılınmasını getirir. İşçi böylelikle eyleyen olma konumundan izleyen ve tefekküre dalan konumuna geçmiş olur: "Emek artan bir şekilde rasyonelleştikçe ve mekanikleştikçe, iktidarsızlığı da artar. Bu, onun eyleminin gitgide daha az etkin ve daha fazla *tefekküre dayalı* bir hal alması ile gerçekleşir" (Lukacs 1971:89).

Aslında burada Lukacs'ın gayesi Marx'ın meta fetişizmi ve yabancılaşma kavramlarıyla Weber'in rasyonalite çözümlemesini sentezlemektir. Karl Marx'm, son derece şiirsel çalışması *1844 Elyazmaları*'nda (2001) beliren yabancılaşma kavramı *işçinin ürettiği ürünlerden ve insanın kendi doğasından kopuşunu; insanla ekonomik faaliyetleri arasındaki ilişkilerin tersine dönüşünü; öznenin nesne tarafından tahakküm altına alınmasını ifade eder*. Kapitalist üretim koşullarında işçi üretim sürecinde nesneleşir ve üretim makinesinin bir parçası haline gelir; ürettiği ürünün kaderi ve akıbeti hakkında hiçbir söz sahibi değildir; rekabetçi ve yalnızlaştırıcı çalışma koşulları onu çalışma arkadaşlarına karşı yabancılaştırır; hatta yabancılaşma bununla da sınırlı kalmaz, kişinin bir tür olarak insani var oluşuna yabancılaşmaya kadar gider. Bu atomizasyon sadece ve sadece üretim alanı ile sınırlı kalmaz; devletin örgütlenişinde, bürokrasinin yapısında ve hatta evliliklerde bile bu şeyleşme durumu hâkimdir. Şeyleşmeden kurtulmanın –ki bu kapitalizmin sonu demektir– tek yolu ise proletaryanın kendi konumunun farkına varması kendi gerçeğini kucaklamasıdır. Bu verili, katı bir gerçeklik değildir ve devrimci faaliyet ile birlikte geleceğe dönük olarak yaratılacaktır.

Aydınlanmanın Diyalektiği'nde ve geç dönem Frankfurt Okulu eserlerinin çoğunda bu Weberci ve Lukacsçı önermelerle ve terimlerle (metalaşma, şeyleşme, mübadele, fetişleşme gibi) karşılaşırız. Adorno ve Horkheimer'e göre "devlet kapitalizminin ve bürokrasisinin kültür endüstrilerinin tahakkü-

mü altında bilim ve teknolojinin, davranış ve düşünce yönetiminin oluşturduğu yeni sistem, toplumsal alternatiflerden ve alternatif düşünce ve davranış tarzlarından yoksun bir tek boyutlu toplum” üretmektedir (Best ve Kellner 1998:163). Marcuse’nin *Tek Boyutlu İnsan*’ı ileri sanayi toplumlarının açmazlarını etkileyici bir şekilde ortaya koyan önemli bir başka eserdir. Kitap, üretim, tüketim, kültür ve düşüncede yaşanan değişimlerin “gelişmiş sanayileşmiş toplumlarda” nasıl bir insan tipolojisi yarattığını tartışmaktadır. “Marcuse, teknolojinin çalışma ve boş zamanı yeniden şekillendirdiği, emeğin örgütlenmesinden düşünme şekillerine kadar yaşamın her alanını etkilediği bir ‘teknolojik toplum’ tanımı yapar” (Kellner 2002:22). Aynı zamanda tüketim kapitalizmin bireyleri nasıl sisteme entegre ettiğini vurgular. Bu gelişmeler bireyin yararına olmaktan ziyade, birey özgürlüğüne ve bireyselliğe bir tehdit arz eder.

Eleştirel Kuram, aklın kendi karşısına dönmemesinin ve toplumsal tahakkümün yeni rasyonelleştirilmiş biçimlerini üretmesinin yollarını ve dinamiklerini tartışır (Best ve Kellner 1998:264). *Aydınlanmanın Diyalektiği*’nin temel tezi, aklın başta olanaklı kıldığı insanlığı kendi elleri ile yok ettiğidir. Bir başka deyişle, kitabın amacı aydınlanmanın öz-yıkımını gözler önüne sermektir (Horkheimer ve Adorno 2010:12). Yazarlar, *Aydınlanmanın Diyalektiği*’ne yazdıkları 1944 tarihli önsözde bu özyıkım sürecinin toplumsal ilerlemeden ayrı ele alınamayacağını söylerler. Ekonomik verimlilik alanında, daha adil bir dünya için koşulların hazırlanmasına katkıda bulunabilecek olan ilerlemeler, adaletten ziyade bazı toplumsal grupların toplumun geri kalanı üzerinde baskı kurmasının zeminini hazırlamıştır. Marcuse ileri sanayi toplumlarında teknolojinin rolünü benzer terimlerle tartışır. “Karşımızdaki toplumsal düzen tepeden turnağa irrasyoneldir. Onun üretkenliği insan ihtiyaçlarının ve yeteneklerinin özgür gelişimini tahrip etmektedir; onun için barış sürekli savaş tehdidi ile tesis edilir... Bizim toplumumuz merkezkaç güçleri Korkudan ziyade, baştan çıkarıcı bir verimlilik ve artan yaşam standartları üzerinde yükselen Teknolojiyle zapt etmesi ile kendini öncekilerden ayırır” (Marcuse 2002).

Kapitalist modernlik ve aydınlanma bireyin ve bir bütün olarak insanlığın kurtuluşunu vaat etmiş ve miti kendine en büyük düşman olarak belirlemiştir. Oysa Horkheimer ve Adorno’ya göre mit/söylence aydınlanmanın ta kendisidir ve aydınlanma mite/söylenceye geri döner:

Söylence Aydınlanmaya, doğa da salt nesnellığe dönüşür. İnsanlar erklerinin artmasının bedelini, bu erki uyguladıkları nesnelere yabancılaşmakla öderler. Aydınlanmanın nesnelere karşı tutumu, diktatörün insanlara karşı tutumuyla aynıdır. Diktatör insanları güdümleyebildiği ölçüde tanır. Bilim adamı

nesneleri, onları yapabildiği ölçüde tanır. Böylece nesneler “kendileri için” var olmaktan çıkar, “bilim adamı için” var olurlar. Bu dönüşüm sırasında nesnelerin özü her defasında aynı biçimde, yani egemenliğin dayanağı olarak ortaya çıkar. (Horkheimer ve Adorno 2010:26)

Aydınlanmanın Diyalektiği, bilim ve araçsal aklın bir mit haline gelişini gözler önüne serer. Bilim ancak kontrol edebildiğini bilmek ister ya da bilimin amacı kontrol edebilmek ve tahakküm altına alabilmektir. Dine atfedilen üstün güçlere körü körüne itaat ve tapınma tarzları yeniden gündeme gelir. Bu yeni tahakküm biçiminin kuruluş ve yerleşmesinde insan-doğa ilişkisinin aldığı yeni biçim son derece önemlidir. Krogh’un (1999:256) ifadeleriyle, “kitap, insan türünün-öznenin, doğanın dayattığı ayak bağlarından kurtulma ve rasyonel bir özne olarak özerkleşme girişimine yönelik bir te-ori içerir.” Bu girişimin sonu ise felaket olmuştur; zira hem dış doğaya hem de iç doğaya uygulanan şiddet geri dönülmez zararlara yol açmıştır. Hâlâ da açmaya devam etmektedir.

Burada sadece insanın kendine dışsal olan doğa ile içsel doğası bir arada ele alınmaktadır. Adorno ve Horkheimer insanın doğaya nasıl egemen olduğunu açıklamaya çalışmaktadır. Aydınlanmış akıl doğayı boyunduruk alma çabasına girer; bunu yaparken de kendisini yepyeni bir tutsaklık içerisinde bulur: “İnsanın doğaya egemen olması ile insanın insana egemen olması arasındaki fark ortadan kalkar ve egemenlik adeta doğal bir görünüme bürünür” (Habermas 2003). İnsan türü, bağımsızlaşma süreci içinde, içinde yaşadığı dünyanın yazgısını paylaşır. Doğa üzerindeki egemenlik, insan üzerindeki egemenliği getirir. “İnsanın eşya üzerinde iktidar kurma isteği ne kadar yoğun olursa, eşyanın onun üzerindeki tahakkümü de o kadar ağır olur ve insan da gerçek bireysel özelliklerinden o kadar uzaklaşır, zihni giderek bir biçimsel akıl otomatına dönüşür” (Horkheimer 2002:146).

Her özne sadece dışsal doğanın köleleştirilmesine katılmakla kalmaz, bunu yapabilmek için kendi içindeki doğayı da boyunduruk altına alır. Tıpkı Odysseus’un yaptığı gibi. Egemenlik için egemenlik içselleştirilir. “Böyle bir kendini silme, araçlara rasyonellik kazandırırken, insan hayatını akıldışı kılar. İnsanın içindeki ve dışındaki doğanın köleleştirilmesi anlamlı bir amaç olmadan gerçekleştiği için, doğa aşılmış ya da kazanılmış değil, sadece bas-tırılmış olur” (Horkheimer 2002:120).

Teknoloji içsel ve dışsal doğanın bastırılması sürecinde önemli bir rol oynar ve aydınlanmanın bilgiye yaklaşımının özünü oluşturur. *Minima Moralia*’da Adorno teknolojinin jestlerle birlikte insanların da dakikleşmesine ve hunharlaşmasına yol açtığını söyler (2000:41). Teknoloji ve kültür arasındaki ilişki Frankfurt Okulu yazarları için merkezî sorunlardan biridir. Her-

bert Marcuse, teknolojinin günümüz toplumlarında aynı zamanda hem ana üretici güç hem de toplumsal örgütlenmeyi şekillendirici bir etken haline geldiğini vurgular. Bu şemada teknoloji bir yandan toplumsal ilişkilerin devamı ya da değişiminde önemli bir rol oynamakta, aynı zamanda bir kontrol ve tahakküm mekanizması olarak da hayati bir işlev üstlenmektedir (Kellner 2016).

Erk olan bilgi ne mahlûkatın köleleştirilmesinde ne de dünyanın efendilerine itaatte engel tanır. (...) Teknik birlikte gelişip serpildiği iktisadi sistem kadar demokratiktir ve bu bilginin özüdür. Bu bilgi kavramları, imgeleri ya da idrak etme mutluluğunu değil, yöntemleri ve başkalarının emeğini sömürmeyi, sermayeyi hedefler. (...) İnsanların doğadan öğrenmek istediği şey doğaya ve insanlara tümüyle egemen olmak üzere doğayı kullanabilmektir. Başka hiçbir şeyin hükmü yoktur. Aydınlanma, kendisine karşı acımasız bir tavırla öz-bilincinin son kırıntılarını bile ortadan kaldırdı. Ancak böylesi bir düşünce söylencelerin gücünü kırabilecek kadar serttir. (Horkheimer ve Adorno 2010:20-21)

Bilgiye ve bilime sadece araçsal bir çerçevede yaklaşan aydınlanmış akıl için doğadan öğrenilecek olan yegâne şey, onu ve diğer insanları nasıl hâkimiyet altına alabileceğinin bilgisidir. Burada Adorno ve Horkheimer'in "araçsal akıl" ve "tözel akıl" arasında bir ayrım yaptığı görülür. Adorno ve Horkheimer'e göre "tözel akıl" –Hegel'in ve Hegel'in moderniteye getirdiği eleştirinin de etkisiyle– bize "iyi yaşam"ı ne olduğunu söyleyen ve "iyi yaşam" kavramını üreten akıldan; "araçsal akıl" "sadece keyfi olarak seçilmiş birtakım hedeflere en kısa ve verimli yoldan nasıl gidebileceğimizi söylemek üzerine kullanılan basit bir araçtan ibarettir (Soykan vd. 2003). Aydınlanma'nın kendine koyduğu temel hedef *bilginin ele geçirilmesidir* ve bu Aydınlanma'nın ilk hatasıdır: O, bilgiyi sadece kendi amaçlarını gerçekleştirmek için başvurduğu bir araç olarak görür. Aydınlanmış akıl ve bilim, anlamı bir kenara iter; tüm bilgileri kullanılabilir ve işe yarar olma ilkelerine feda eder. "Aydınlanma için hesaplanabilirlik ve fayda ilkeleri ile bağdaşmayan her şey şüphe ile karşılaşır" (Horkheimer ve Adorno 2010). Birlik ve bütünlük ilkesini takiple, aydınlanmış akıl her şeyi tek bir başlık altında toplar. Yine Bacon'un amentüsü belirleyicidir burada: *Una scientia universalis*, genel mantığın kurallarına tâbi, tekil ve tümel bir bilim. "Burjuva toplumu eşdeğerlikler tarafından yönetilir. Birbirine benzemez şeyleri soyut niceliklere indirgeyerek karşılaştırılabilir kılar" (Horkheimer ve Adorno 2010:22). Bernstein'in (Bernstein 2009:15) sözleriyle, "aydınlanmış akılsallığın duyuşsal tikelliklere kayıtsız ve duyarsız kalarak tikelleri evrensel içinde eritmesi gibi, kapita-

list üretim de şeylerin kullanım değerini mübadele değeri içinde eritir.” Akıl sadece amaçlara ulaşmak için kullanılan araçlar üzerine eğilmekle sınırlar kendini. Modern bilime giden yolda ödenen bedel “anlam”dır. “Formül kavramın, kural ve olasılık da nedenin yerini alır” (Horkheimer ve Adorno 2010:21). Bu eşdeğerlik sisteminde ise düşünme “şeyleşip kendi kendine işleyen otomatik bir sürece dönüşür ve zaten bu sürecin ürünü olan makineyi taklit eder ki, makine bu sürecin yerine konabilsin. Aydınlanma düşünmenin düşünülmeye yönelik klasik talebi, praksise hükmetme buyruğundan uzaklaşma endişesiyle bir kenara itti” (Horkheimer ve Adorno 2010:45).

Bireyi sürünün bir parçası olarak gören ve bireyin tasfiyesi ile sonuçlanan bu süreçler faşizmi anlamamıza yardımcı olacaktır. “Adorno’ya göre Batı rasyonalizminin gerçekleşmesini sosyalizm değil faşizm temsil eder, çünkü aklın bütünleştirme ve birleştirme yoluyla tahakküm kurmasını devam ettirir” (Bernstein 2009:13). Bireyi bütünü bir parçası halin getiren ve şeyleştiren bu süreç bireye standart davranış kalıplarını dayatır. Metaların fetiş karakteri, tüm toplumsal dokuyu kapsar ve birey bu çerçeve içinde silikleşip yok olur: “Serbest takasın sonunda, metalar fetiş olmanın dışındaki tüm ekonomik niteliklerini yitirdiğinden bu yana meta fetişizmi toplumsal yaşamın tüm alanlarına felç gibi inmeye devam ediyor. Seri üretimin kültürü ve sayısız faili aracılığıyla norm haline getirilen davranış biçimleri bireye yegâne doğal, saygıdeğer, mantıklı davranış biçimi olarak dayatılır” (Horkheimer ve Adorno 2010:49-50).

Araçsal rasyonalitenin, pozitivizmin, tekelci kapitalizmin bireyleri aynılaştıran akılcı bir akıldışılıkla sonuçlandığı fikri 20. yüzyıl modernite eleştirisinin temel hareket noktalarını oluşturacaktır. Modern dünyanın ve aydınlanmış aklın eski tahakküm yapılarını yıkıp, kimilerine göre daha kapsayıcı ve buyurgan tahakküm yapılarına yol açtığı fikri sıkça dillendirilecektir. Adorno ve Horkheimer’in “kültür endüstrisi” kavramı hem bu tahakküm yapılarının hem de yazarların modernite eleştirisinin daha iyi kavraması için kilit bir öneme sahiptir.

Kültür endüstrisi, modernite ve eleştirel teori

Yaşamın en dolaysız hakikatini anlamak isteyen kişi, onun yabancılaşmış biçimini incelemek, bireysel varoluşu en gizli, en gözde irak noktalarında bile belirleyen nesnel güçleri araştırmak zorundadır. Dolaysız olandan dolaysı bir biçimde söz etmek, yarattıkları kuklaları geçip gitmiş tutkuların ucuz mücevher benzeri taklitleriyle süsleyen o romancılar gibi davranmak olur. Bu makinenin parçalarından başka bir şey olmayan insanlar, böyle roman-

larda, hâlâ özne olarak davranma kapasitesine sahip kişiler gibi sunulmaktadırlar bize –sanki hâlâ onların eylemlerine bağlı olan bir şey varmış gibi. Yaşama bakışımız, artık yaşam olmadığı gerçeğini gizleyen bir ideolojiye dönüşmüştür. (Adorno 2000:13)

Adorno ve Horkheimer'in "kültür endüstrisi" çözümlemesi, aydınlanma ve kapitalizm eleştirilerinin merkezinde yer alır. Kültür endüstrisi, aydınlanmanın ve sermayenin yarattığı özyıkımın ideolojik sahnesidir. Kültür endüstrisi analizi, her ne kadar yazarlar somut tarihsel gelişmelere ve toplumsal/sınıfsal yapılara göndermede bulunmaktan imtina etse de soyut felsefi bir argümantasyon olmaktan çok tarihsel bir arka plana yaslanmaktadır. Kültür endüstrisi kavramı somut, tarihsel deneyimlerden yola çıkar: "Weimar Cumhuriyeti'nin istikrara kavuşma devrindeki Amerikanizm ve teknoloji kültürüyle (*Technikkult*) özdeşleşmiş kültürel alanı; Almanya'da faşizmin ani yükselişi ve Birleşik Devletler'e göçten sonra karşılaşılan kültür şoku" (Huysen 1975:4).

Modern dünyanın yarattığı yeknesak ve tek tip yaşam kalıpları, en doğrudan ifadesini kültürel alanın muktedirler ya da daha doğru bir ifade ile sistem tarafından örgütlenişinde bulur. "Günümüzde kültür her şeye benzerlik bulaştırır," der Adorno, "filmler, radyo ve dergiler bir sistem meydana getirir" (Adorno 2009:47). Bu sistem içerisinde birer metadan başka bir şey olmayan kültür ürünleri, mekanik bir üretim sürecinin özgünlükten yoksun ve tekrardan ibaret olan çıktılarıdır. Kültür endüstrisi, varlık nedeni öngörülen şemayı tamamlamak olan hazır klişelere dayanır. "Her filmin başında nasıl biteceği, kimin ödüllendirilip kimin cezalandırılacağı ya da unutulacağı anlaşılır; bundan başka, hafif müzikte, kulağı alıştırılmış dinleyici, şarkının daha ilk ölçülerini duyar duymaz devamını kolayca kestirir" (Adorno 2009:54).

Horkheimer kültür endüstrisinin oluşumunun ardında deneysel fiziği bütün bilimlerin prototipi yapmaya ve zihinsel yaşamın her alanını laboratuvar teknikleri modeline uydurmaya çalışan faydacılığı görür. Aynı düşünce tarzı, fabrikayı insan varoluşunun prototipi olarak görmektedir ve bütün kültür dallarını montaj hattı üzerindeki üretim ya da rasyonelleştirilmiş büro modeline uydurmaya çalışan modern endüstriyalizmin sahasına dahil etmek amacındadır. Düşünce, düşünce olmayan bir şeyle, üretim üzerindeki ya da toplumsal davranışlar üzerindeki etkisiyle ölçülmektedir, tıpkı sanatın, en küçük ayrıntılarına kadar, sanat dışı bir şeyle, örnekse gişe hasılatı ya da propaganda değeriyle ölçülmesi gibi (Horkheimer 2002:88).

Yazarlar için temel kaygı yaşamın, gündelik hayatın ticarileşmesidir (Jameson 2007). Adorno ve Horkheimer, kültür endüstrisi çözümlemelerinde

sistemin işleyişinde “en güçlü yayın kuruluşunun elektrik endüstrisine olan ya da film şirketlerinin bankalara olan bağımlılığı, sektörlerin ekonomik olarak iç içe geçmiş” olmasına dikkat çekerler. Yani ekonomi politik medya eleştirisinin lisanını kullanırsak dikey ve yatay entegrasyon süreçlerine eğilir. Tekelci kapitalizmin ya da sistemin tasfiye ettiği birey tüketiciye, tüketiciler de “araştırma kuruluşları tarafından çizilen ve propaganda amacıyla kullanılanlardan ayırt edilemeyen haritalarda kırmızı, yeşil ve mavi alanlarla değişik gelir gruplarına göre ayrılarak birer istatistik malzemesine dönüşürler” (Adorno 2009:51).

Aydınlanmanın Diyalektiği’nin temel temalarından biri olan “bireyin tasfiyesi/ortadan kalkışı” kitle kültürü analizinin merkezinde yer alır. Kitle kültürünün sunduğu bütün araçlar ve kolaylıklar, bireysellik üzerindeki toplumsal baskıları güçlendirmekte ve bireyin direnme imkânını, modern toplumun atomize edici işleyişi içinde kendini koruma imkânını elinden almaktadır (Horkheimer 2002). Geç kapitalizm koşullarında eğlence bile çalışmanın uzantısıdır: “Mekanikleştirilmiş emek süreciyle yeniden baş edebilmek için ondan kaçmak isteyen kimselerin aradığı bir şeydir. Ama aynı zamanda mekanikleştirme, boş zamanı olan kimseler ve onların mutluluğu üzerinde öyle bir güce sahiptir ki, eğlence metalarının üretimini temelden belirleyerek bu kimselere boş zamanlarında emek süreçlerinin kopyasından başka bir şey yaşatmaz” (Adorno 2009:68) Adorno’ya göre, eğlence ve eğlenceli vakit geçirmeye hizmet eden şeyler çok önceden de vardır; kültür endüstrisini ayrıksı kılan ise tüm bu faaliyetlerin açıkça ve bilinçli bir şekilde metaya dönüşmesi ve ticarileşmesi olmuştur. Martin Jay, Adorno ve Horkheimer’in kapitalizm analizinin ana hatlarını Friedrich Pollock’un *Zeitschrift*’te yayımlanan “devlet kapitalizmi” üzerine birkaç makalesinin oluşturduğunu söyler:

Bu makalelerde kapitalizmin bütün çelişkilerinin çözüme kavuşturduğunu ileri sürülmemekle birlikte, devletin ekonomiye müdahalesiyle kapitalizmin bu çelişkileri bünyesinde barındırabilme ve bunları sonsuza dek büyük ölçüde etkisiz kılabilme olanağını bulduğu savunulmaktaydı. Pollock’a göre, artık yapılabilecek olan seçim kapitalizm ya da sosyalizm arasında değil, demokratik ya da totaliter bir devlet kapitalizmi arasındaydı. (Jay 2001:39-40)

Kültür endüstrisinde sanat yapıtı bir araca indirgenmiştir ve bu süreç bırakan bireyi özgürleştirmeyi, aksine bireysellik üzerindeki toplumsal ve düzen tarafından uygulanan baskıyı artırmıştır. Pragmatizm, amaçlarla araçların yer değiştirmesi, verimlilik, kar güdüsü ve düzene uyumun yüceltilmesi; tüm bunlar modern kitle kültürünün mevcut durumunu özetleyen ni-

teliklerdir. Avrupa’da faşizmin yükselişinin birebir muhataplarından olan Frankfurt Okulu üyeleri Nazizmin yükselişi ve pekişmesinde kitle faktörünün önemine varmış ve Nazizmin nasıl bu kadar kitleselleşebildiği sorusuna cevap aramışlardır. İşte tam da bu noktada “kitle kültürü” analizi önemli bir teorik araç olarak devreye girmektedir. Kellner’in deyişiyle, Frankfurt Okulu kuramcılarının göre Naziler kitle kültürü araçlarını insanların faşist kültüre ve topluma boyun eğmelerini sağlayacak bir biçimde kullanmayı bilmişlerdir (Kellner 2006).

Adorno kitle kültürü ile faşizm arasındaki ilişkiyi sadece Nazi Almanya’sına odaklanarak kurmaz. İlginç bir şekilde, Adorno faşizm ile ilgili en orijinal tespitleri, faşist olmayan ülkeleri analiz ederken ortaya koymuştur. Örneğin *Los Angeles Times* gazetesinin 1952-1953 yılları arasındaki astroloji sayfasını içerik analizine tâbi tuttuğu çalışmasında (1994) modern kitle kültürünün son derece sıradan bir unsurunun nasıl akıldışı otoriter fantezilere kaynaklık edebileceğini göstermeye çalışır. Astroloji sayfasının akıldışılığı okuyucuların, burç yorumlarının kaynağının yıldızlar olduğuna dair iddiayı sorunsuz bir şekilde kabul etmelerinden ve sıradan meselelerini çözmeye çalışırken bu sayfadan yardım almalarından kaynaklanır (Kumar 2012). Adorno’ya göre astroloji “ikincil bir batıl inançtır” ya da kurumsallaşmış okültizmdir. Tıpkı kültür endüstrisinin film gibi diğer ürünlerinde olduğu gibi, hayatı ve hayatın acılarını daha katlanılabilir ve yaşamın karmaşıklığını daha kavranılır kılan ideolojik bir bağımlılık türü geliştirir astroloji sayfasının okuyucuları (Adorno 1994:153). Astroloji sayfası, okuyucuları, kendilerini çevreleyen akıldışı ortamı içselleştirmeye ve daha geniş bir bilimsel sistemin parçası olarak algılamaya iter (Kumar 2012). Adorno astroloji ve totaliter sistemler arasında, bu akıldışılığı içselleştirme ve normalleştirme ve modern toplumlarda yeşermeleri bakımından benzerlik olduğunu söyler.

Frankfurt Okulu’nun aykırı figürlerinden biri olan Walter Benjamin ile Theodor Adorno arasında sanat eserinin yeniden üretimi hususunda çıkan tartışma hakkında bir parantez açmakta fayda var. 20. yüzyılın en büyük düşünürlerinden biri olarak anılan Benjamin’in Frankfurt Okulu ile son derece gelgitli bir ilişkisi vardır. Enstitü dergisine yazar, Adorno’nun yakın dostudur ama hiçbir zaman Enstitü’nün tam zamanlı çalışanı olmaz. Adorno ve Benjamin arasındaki ilişki, yüzyılın bu iki büyük figürü arasındaki yazışmalar ve tartışmalar çokça ele alınmıştır. Eugene Lunn, Adorno’nun 1936 ile 1945 arasında yazdığı en önemli denemelerin çoğunun (radyo, sinema, caz ve popüler müzik incelemeleri), başka şeylerin yanı sıra Benjamin’in “popüler” sanatlar üzerine yaptığı analizi çürütmeye çalıştığını iddia eder (2011:221).

Benjamin'in iddialarını kısaca ele alalım. Benjamin, "Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilbildiği Çağda Sanat Yapıtı" adlı tarihî öneme sahip çalışmasında sanat eserinin yeniden üretiminin özgürleştirici bir etkisinin olabileceğini şu şekilde özetler:

Burada varlığı son bulan şey, özel atmosfer kavramıyla özetlenebilir ve şöyle denebilir: Sanat yapıtının teknik olarak yeniden-üretilbildiği çağda gücünü yitiren, yapıtın özel atmosferi olmaktadır. Bu olgu bir belirti niteliğini taşımakta ve anlamı salt sanatın alanıyla sınırlı kalmamaktadır. Şöyle denebilir genelleştirmek istendiği takdirde: Yeniden-üretim tekniği, yeniden üretilmiş olanı geleneğin alanından koparıp almaktadır. Bu yeniden üretilmiş çoğaltarak, onun bir defaya özgü varlığının yerine, yine onun bu kez kitlesel varlığını geçirmektedir. Bu iki süreç, gelenek yoluyla aktarılmış olanın dev bir sarsıntı geçirmesine yol açmaktadır – bu gelenek sarsıntısı, şu andaki bunalımın öteki yüzünü ve insanlığın yenilenişini dile getirmektedir. (Benjamin 2001:55)

Genel bir ifade ile Benjamin kitle kültüründe demokratik bir öz olmasa da demokratik bir potansiyel görür: "Auratik ifadesinin bir kült nesnesi olarak nihai çöküşü ile birlikte sanat, kitlelerin özgürleşmesinde potansiyel bir araç olur" ve "sanatın tarihsel yörüngesi dinden siyasete geçer" (Lunn 2011:223). Teknik yeniden üretimle birlikte tarihte ilk kez sanat eseri ayinlerle bağını koparır ve gelenekle kurduğu asalak bağımlılık ilişkisi ortadan kalkar (Benjamin 2001). Sanat eserinin biricikliğinin yerini kitleler tarafından ulaşılabilir ve soğurulabilir sanat almıştır ki, bu da sanatın politikleşmesinin, toplumsallaşmasının ve belirli konjonktürlerde devrimci bir muhalif güç olmasının önünü açmaktadır (Huyssen 1975:7).

Benjamin, modernitenin yıkıcı ve hapsedici yönlerini göz önünde bulundurmakla birlikte, ondaki özgürleştirici potansiyeli de görür. Bu açıdan Marx'a yakınlaşır. Marx, modernitenin yıkıcı potansiyelini görmekle birlikte onun özgürleştirici yanını hiçbir zaman küçümsememiştir. Modernite ile birlikte burjuvazi geçmişin halelerini (aura) yıkabilmiş; doktoru, yargıcı, din adamını, şairi ve entelektüeli ücretli işçiye çevirmiştir. Kutsal olan gündelik olana karşı yenik düşmüştür. Elbette yeni toplumsal ilişkiler yeni tahakküm biçimlerini ortaya çıkarmıştır fakat Marshall Berman'ın da altını çizdiği üzere, Marx geçmişin "hale"lerinden muaf bir hayatın kıymetini de fazlasıyla bilmektedir (Berman 1994:145-6). *Pasajlar Yapıtı*'nın özeti mahiyetindeki (Özbek 1991:86) "XIX. Yüzyıl'ın Başkenti Paris" adlı anlatısında Benjamin yeninin yarattığı yıkımın ütopyacı boyutunu şu sözlerle ifade eder:

Başlangıçta henüz eskisinin egemenliği altında olan yeni üretim aracının biçimi (Marx), toplumsal bilince eski ile yeninin birbiriyle boğuştuğu görüntülerle yansır. Bunlar, gerçekten yalnızca olması isteneni yansıtan görüntülerdir ve toplum bu tasarımlar aracılığıyla gerek toplumsal ürünün eksik yanlarını, gerek toplumsal üretim düzeninin aksaklıklarının hem ortadan kaldırmak, hem de perdelemek amacını güder. Bu amacın yanı sıra sözü edilen tasarımlarda ortaya çıkan bir başka olgu da, eskimiş olan'dan –ki bu, aslında en yakın geçmişte kalan'dır– farklılaşmaya yönelik belirgin bir çabadır. Bu eğilimler, itici gücünü Yeni'den alan imgelemi en eski geçmişe yöneltir. Her çağda bir sonraki çağı görüntülerle sergileyen düş içerisinde ise henüz gelmekte olan çağ, tarihin en eski dönemlerinin, başka deyişle sınıfsız bir toplumun öğeleriyle karışmış olarak belirginleşir. Bu öğelere ilişkin olup, dağarcıkların toplumun bilinçaltında bulunan deneyimlerin yeni ile karışması, ütopyanın doğumuna neden olur; bu ütopyanın izdüşümlerine ise kalıcı yapılardan geçici modalara değin, yaşamın binlerce olgusunda rastlanır. (Benjamin 2001:89-90)

Eugene Lunn, Benjamin'de auranın çöküşündeki toplumsal temelin çağdaş kitlelerin özümlediği bir duygu, “şeylerin evrensel eşitliği duygusu” olduğunu belirtir. Bununla birlikte, özellikle, Adorno tarafından da sertçe eleştirilmiş olan “Sanat Eseri” denemesinde bu dağılma ve çöküşün sadece olumlu yanlarını gördüğünü; bu durumun en belirgin bir biçimde sinema sanatındaki eğilimler üzerindeki tek yanlı değerlendirmelerinde açığa çıktığını vurgular (Lunn 2011:224). 1936 Mart ayında yazdığı bir mektupta Adorno, Benjamin'i diyalektiği göz ardı etmek ve iyimser ve kör bir romantizme gömülü kalmakla eleştirir (Adorno 1973:66). Örneğin sinema izleyicisinin kahkahasının iyi ya da devrimci olmak bir yana, en kötü burjuva sadizmi ile yüklü olduğunu söyler. Adorno'ya göre Benjamin özerk sanatın teknikliğini azımsarken, bağımlı sanatını abartmaktadır. Benjamin'in tekniğin olanaklarına atfettiği olumlu potansiyele karşı Adorno, teknik rasyonalitenin tahakkümün rasyonalitesi olduğunu söyler: “Günümüz teknik akılsallığı egemenliğin akılsallığıdır; kendine yabancılaşmış toplumun zorlayıcı karakteridir” (Adorno 2009). Dönemin kültürel hayatı teknik rasyonalitenin kurallarına göre düzenlenmiştir. Tahakküm yapılarını kuran ve sağlamlaştıran en önemli mekanizma ise kitle kültürüdür. Oysa Benjamin konuya çok farklı bir noktadan yaklaşır. Her ne kadar kitle kültürü ürünlerinin muhafazakâr içeriğinin farkında olsa da kültürel alan içerisinde alternatif muhalif kültürler yer alabileceğini iddia ederek Adorno'dan farklı bir pozisyon alır (Kellner 2006). Adorno ve Horkheimer'in sunduğu şekliyle kültürel alan muhalif bir karşı çıkış olanağını baştan reddeder ve genelde Frankfurt

Okulu'nun ruhuna işlemiş olan karamsarlık devreye girer: "Öyle bir örgüt-lülük ki, yapacak hiçbir şey yok."

Adorno'nun kültür endüstrisi çözümlemesinin kısıtlılıklarını vurgula-makla birlikte onu basitçe kötü ve ucuz sanatın sabit fikirli ve elitist bir eleş-tirmeni olarak görmek kolaycılık olacaktır (Jameson 2007:145). Adorno ba-sitçe, sanata öbür tecrübe biçimlerinin üstünde yer tanıyan geç bir roman-tik ya da bir züppe değildir (Krough 2005). İlk olarak, yukarıda da belirtil-diği üzere Adorno'nun kültür endüstrisi çözümlemesi belirli bir tarihsel dö-neme ve deneyimlere göndermede bulunmaktadır. İkincisi ve daha önemli-si, kültür endüstrisi çözümlemesi bir kültür kuramı olmaktan çok bir *endüs-tri* kuramıdır. Geç kapitalizmin birbirlerine kenetlenmiş tekellerinin bir za-manlar kültür denen o şeyden nasıl para kazandıklarına odaklanan bir anla-tıdır (Jameson 2007:144).

Adorno "Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken" adlı kısa makalesinde özellikle "kitle kültürü" teriminden ziyade "kültür endüstrisi" terimini kul-landıklarının altını çizer. Çünkü Adorno'ya göre kültür endüstrisi "kitlelerin kendiliğinden çıkan bir kültür sorunu" değildir ve mutlaka kitle kültürün-den ya da popüler sanatın çağdaş formlarından ayırt edilmek durumundadır:

Kültür endüstrisi eski olanla tanıdık olanı yeni bir nitelikte birleştirir. Kitle-lerin tüketimine göre düzenlenen ve büyük ölçüde o tüketimin yapısını be-lirleyen ürünler, tüm sektörlerde az çok bir plana göre üretilir. Tüm sektörler yapısal olarak benzerdir ya da en azından birbirlerinin açıklarını kapatarak, neredeyse tamamen gediksiz bir sistem oluştururlar. Bunu olanaklı kılan sa-dece çağdaş teknik olanaklar değil, aynı zamanda ekonomik ve yönetsel yo-ğunlaşmadır. Kültür endüstrisi kasıtlı olarak tüketicileri kendisine uydurur. Binyıllardır ayrı duran yüksek ve düşük sanat düzeylerini, her ikisinin de za-rarına bir araya getirmeye zorlar. Yüksek sanatın önemi, yararı konusunda-ki spekülasyonlarla yok edilirken, düşük sanatın önemi de, (toplumsal dene-tim kusursuz olmadığı sürece) içinde barındırdığı isyancı direniş özelliğine dayatılan medeni sınırlamalarla yok edilmektedir. Böylece kültür endüstrisi yönetilmiş olduğu milyonların bilincini ve bilinçaltını yönlendiriyor olması-na rağmen, kitleler birincil değil, ikincil role düşerler ve hesaplanabilir nes-neler, makinenin tali parçaları olurlar. Tüketici, kültür endüstrisinin bizi ik-na etmeye çalıştığı gibi hükmedici ya da özne değil, *aksine nesnedir*. (Adorno 2003:76, vurgu bana ait)

Görüldüğü üzere, burada söz konusu olan kitlelere ve kitlelerin kültürel ürünlerine yönelik bir eleştiriden ziyade, kitleleri nesneye dönüştüren bir sisteme yönelik öfkedir. Yani Adorno, kitleleri bir tehdit olarak gören eli-

tist-muhafazakâr bir bakışa sahip olmaktan ziyade kitlelerin yukarıdan aşağıya aldatılmasını hedef alan bir kötümser portresi çizer daha çok (Huyssen 1975). Bunun yanı sıra Adorno son dönemlerinde kültür endüstrisi kavramını gözden geçirmiş ve yumuşatmıştır. Son dönem çalışmalarında kitlelerin bilinçlerinin tümüyle düzene ve statükoya teslim olmadığını vurgulayan Adorno “bireylerin hâlâ belirli bir noktaya kadar toptan manipülasyona dayanabilecek güçlerinin olduğu”nu teslim etmiştir (Huyssen 1975:10).

Okuma Önerileri

- Okulun ayrıntılı bir değerlendirmesi için Jay (2014). Daha kısa bir giriş için Bottomore (1994).
- Eleştirel Teorinin felsefi kökenlerine dair derin bir tartışma için Vandenberghe (2016).
- Frankfurt Okulu’nun Türkiye serüvenini ele alan hacimli bir çalışma için Kejanlıoğlu (2011).
- Benjamin üzerine etkileyici iki çalışma için Frisby (2012) ve Buck-Morss (2010).

İNGİLİZ KÜLTÜREL ÇALIŞMALARI

Kitabın bu bölümü, 20. yüzyılın ikinci yarısında İngiltere’de doğmuş ve iletişim kuramları ve araştırmaları tarihinde gücünü hâlâ koruyan bir okula ayrıldı: İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu ya da daha uzun ismiyle Birmingham Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi. Bu bölümde okulun tarihçesini, temel figürlerini, iletişim kuramlarına yaptıkları katkıları, okulun kendine has araştırma gündemini ve güçlü ve zayıf yanlarını ele alacağız.

Birmingham Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi: Tarihçe ve temeller

İngiliz kültürel çalışmalar ekolü, İkinci Dünya Savaşı sonrası İngiltere’inde, refah devleti koşulları altında, kapitalist endüstriyel üretimin diriliş yaşadığı ve popüler kültürün hızla Amerikanlaştırıldığı bir dönemde doğdu (Turner 2016:53). Kültürel çalışmaların kökleri Richard Hoggart (1918-2014), Raymond Williams (1921-1988) ve E.P. Thompson’un (1924-1993) çalışmalarına kadar uzanır. Bu yazarların ortak noktası savaş-sonrası İngiliz toplumsal formasyo-

Refah devleti: Refah devleti, devletin vatandaşlarının temel sosyal ve ekonomik ihtiyaçlarını (sağlık, eğitim, kültür vb.) karşılama konusunda korumacı ve müdahaleci olduğu bir devlet tipidir. İkinci Dünya Savaşı sonrasında aralarında İngiltere, Almanya, Fransa ve Hollanda’nın da olduğu Avrupa ülkelerinde etkin bir şekilde uygulanmış fakat 1970’lerdeki dünya çapındaki ekonomik kriz sonrasında gelen neoliberal dalgayla birlikte hızla şekil değiştirmiş ve zayıflamıştır.

nunu anlamaya yönelik, uzun tarihsel aralıklarda yaşanan dönüşümleri ele alan ve kültürel alanın özgünlüğünü ve önemini vurgulayan çalışmalara imza atılmalarıydı (Hall 2005a:16–17).

1950'lere kadar İngiltere'de kültür ve kitle kültürüne dair çalışmalar, başını Matthew Arnold (1822-1888) ve F.R. Leavis (1895-1978) gibi eleştirmenlerin çektiği “kültür ve medeniyet” olarak adlandırılan geleneğin egemenliği altındaydı. Bu gelenek, kitle kültürünün, popüler kültürün, “kaba ve cahil” kalabalıkların ve avamın “estetik yavanlığının” amansız bir eleştirisini sunuyordu. Bugünden bakıldığında son derece seçkin bir çerçeve arz eden bu eleştirel çerçeve, bir zamanlar var olmuş, mitik, organik, el değmemiş bir İngiliz kültürünün arayışındaydılar. Kültür ve medeniyet geleneğine göre, 20. yüzyıl, bu organik ve el değmemiş kültürel ortamı yok etmiş, yozlaştırmış ve kirletmiştir.

Kültür ve medeniyet geleneği, sıradan insanların gündelik hayatı ile ilgili son derece tepeden bakan ve küstah çalışmalara imza attı. Savaş sonrası refah devleti koşullarında eğitim olanaklarının yaygınlaşması, daha önceden eğitime erişimi olmayan orta ve alt sınıfları okullara doldurmuştu ki, kültür ve medeniyet geleneği için bu kültürel yozlaşmanın sebeplerinden biriydi (Turner 2016:56). Üniversitelerde okuyan burslu kadın ve erkek öğrenciler arasında –Raymond Williams ve Richard Hoggart gibi– işçi sınıfına mensup ailelerin çocukları da vardı. Bu yeni entelektüel kuşağın kültüre yaklaşımı, kültür ve medeniyet geleneğinin seçkin tavrının çok ötesindeydi: Popüler kültüre “tepeden, mesafeli ve soğuk bakış, yerini çalışılan biçimlere karşı bir nevi sempati ve sıklıkla derin bir bağlılığa bıraktı” (Bennett'tan akt. Turner 2016:57). Örneğin kültürel çalışmalar okulunun en önde gelen figürleri (Hoggart, Williams ve Hall) yetişkin eğitimcisi olarak çalışmışlar, kariyerlerinin erken dönemlerini işçi sınıfından yetişkinlerin eğitimine ayırmışlardır. Bu durum, bahsi geçen isimlerin alt sınıflar ve alt kültürlerle sürekli olarak temas halinde olmalarını sağlamış; en azından onları, halk kültürüne mensup olan öğrencilerini anlamaya zorlamıştır.

Okuryazarlığın İşlevleri (Hoggart 1960) yukarıda bahsedilen türde bir anlama çabasının ürünüydü. “Kitabın en kayda değer başarısı kamu kültürünün farklı veçheleri –pub’lar, işçi sınıfı kulüpleri, dergiler ve spor gibi– ve bireyin gündelik, özel hayatı –aile rolleri, toplumsal cinsiyet ilişkileri, dil örüntüleri, topluluğun ‘ortak duyusu’– arasındaki bağlantıları göstermesidir” (Turner 2016:61). E.P. Thompson’un *İngiliz İşçi Sınıfının Oluşumu* (2004) adlı muazzam tarihçesi kültürü, sınıfı oluşturan kolektif deneyimler olarak değerlendiriyordu. Kitap, kültürü toplumsal var oluş ve toplumsal bilinç arasındaki karşılıklı ilişki olarak ele aldı. Sınıf sadece bir ekonomik konum değildir Thompson için kültürle ve kültür içinde de şekillenen bir ta-

rihsel ilişki biçimidir; “insanların kendi tarihlerini yaşarken kendilerini tanımladığı bir şeydir” (Thompson 2004:42).

Kültürel çalışmalar içerisinde, kendi döneminde kültürün en incelikli analizini bir dizi eserinde Raymond Williams sundu. Williams, *Uzun Devrim* (1965) adlı çalışmasında kültürü “belirli bir hayat biçimi” olarak tanımladı. Williams’a göre kültür sadece sanat ve öğrenim meselesi değildi; aynı zamanda sıradan davranışlardaki anlam ve değerlerle de ilişkiliydi. Kültür genel bir toplumsal süreç anlamına geliyordu. Williams kültürü toplumların ortak deneyimlerini anlamlandırdıkları ve yansıttıkları mevcut tanımların toplamı olarak ele aldı:

Kültür sıradandır: Başlangıç noktamız bu olmalıdır. (...) Her insan topluluğunun kendine ait şekil, amaç ve anlamları vardır. Her insan topluluğu bunları kurumlarda, sanatlarda ve öğretilerle ifade eder. (Williams 1989:4)

Böylelikle “kültür” kavramı demokratikleşmiş ve toplumsallaşmış olur; bir kült olarak görölmektense sıradanlaşır. Buna ek olarak Williams’ın tanımını kavrama antropolojik bir anlam kazandırır: “bütün bir hayat biçimi olarak kültür” (Hall 1981a:21–22).

Williams’ın kültüre antropolojik yaklaşımın arkasında özgür iletişimle ilgili demokratik bir ideal tip savunusu yatmaktadır.

Toplumun iletişimsel yapısında reform yapmayı önerirken Williams, özgür, açık ve sahici ifadenin koşullarını yaratmayı arzu etmiştir. Bunu gerçekleştirmek için sanatçılar, yorumcular, oyuncular ve eleştirmenlerin ifade araçları üzerindeki özerk denetimlerini garanti altına alan bir toplumsal ortam sağlanması gerekmektedir. (Stevenson 2008:31)

Bu idealden hareketle dört farklı iletişim yapısı arasında ayrıma gider: İletişim alanının yöneten grupların kontrolünde olduğu *otoriter* model; yöneten grupların yol göstericiliği altındaki *vesayetçi* model; kültürel biçimlerin metalastığı *ticari* model ve son olarak da iletişim alanının özgür ama kamusal kaygıları da önceleyen bir şekilde düzenlendiği *demokratik* model.

Raymond Williams, İngiliz kültürel çalışmaları ekolünün Batı Marksizmiyle; özellikle de Gramsci, Volosinov ve Althusser’in düşünceleriyle ilişkilendirilmesinde son derece önemli bir rol oynamıştır. Örneğin *Marksizm ve Edebiyat*’ta (1990) Gramsci’den hareketle kendi hegemonya kuramının ana hatlarını sundu. Hegemonyanın ve kitlelerin belirli bir düzene rızalarının hiçbir zaman nihai ve tartışılmaz olmadığını söyleyen Williams, hegemonik pratiklerin zengin ve çelişkili doğaları olduğunu vurguladı. Williams’ın hegemon-

Stuart Hall (1932-2014)

1932 yılında Jamaika'da dünyaya gelen ve 1951 yılında Oxford Üniversitesi'nde eğitimi sürdürmek için İngiltere'ye göç eden Stuart Hall (1932-2014) İngiliz kültürel çalışmalar ekolünün tartışmasız en etkili figürü oldu. Hall, E.P. Thompson ve R. Williams gibi önemli kuramcılarının içinde bulunduğu ekiple birlikte 1960 yılında *New Left Review* dergisini çıkarmaya başladı ve derginin ilk editörü oldu. Editörlük görevini kısa bir süre sonra bırakan Hall, Richard Hoggart'ın daveti ile Birmingham Üniversitesi Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi'nde çalışmaya başladı. 1968-1979 yılları arasında merkezin yöneticisi olan Hall, özellikle merkez bünyesindeki Medya Grubu ile birlikte önemli projelerin içerisinde yer aldı. 1979 yılında The Open University'de profesör olan Hall, emekli olacağı 1997 yılına kadar çalışmalarını burada sürdürdü. 2014 yılında hayata gözlerini yuman Hall gerek kendi çalışmaları, gerek ekibiyle birlikte yaptığı araştırmalar ve belki de en önemlisi Merkez'de yetiştirdiği öğrencilerle iletişim kuramları ve iletişim araştırmaları alanlarına eşsiz ve yeri doldurulamaz katkılarda bulunmuştur (Özçetin 2010, 2014).

ya analizi daha sonraki yıllarda Hall ve diğer isimler tarafından oldukça geliştirildi.

Hall kitle iletişim araştırmalarında 1940'lı yıllardan başlayarak, 1960'lara kadar egemenliğini koruyan "anaakım" Amerikan davranışçı yaklaşımdan "eleştirel" yaklaşıma geçişin çok önemli bir dönüştürme olduğunu vurgular. Yükarıda güçlü ve sınırlı etkiler paradigmalarını tartıştığımız bölümde iletişim kuramlarında baskın olan davranışsal eğilimleri tartışmıştık. Hall'a göre anaakım ve eleştirel yaklaşım arasında hem kuramsal bakış açıları hem de siyasal tavırları bakımından derin bir uçurum vardır. İki yaklaşımı birbirinden ayıran en önemli noktalardan biri ise anaakım yaklaşımların gözlemlenebilir davranışlara ve davranış değişikliklerine odaklanırken; eleştirel yaklaşımının odağına ideoloji ve egemen iktidar ilişkilerini almasıdır (Hall 1999a:78).

Peki, Hall'a göre, anaakım iletişim kuram ve araştırmalarının temel kısıtlılıkları nelerdi?

- 1) Anaakım yaklaşıma hâkim olan katı bireycilik, yaklaşımın az gelişmiş bir çerçeve arz etmesine sebep olmaktadır. Hall' a göre iletişim dil ve simgeleştirmelerle ilgilidir. Davranışsalcular ise bu konuları bilimcilik adına, kaba saba davranışçı göstergelere dönüştürme eğilimindedirler.
- 2) Kendi ayakları üstünde duran bir iletişim bilimi oluşturma iddiası, anaakım yaklaşımı toplum bilimlerinin tarihsel ve kavramsal birikiminden soyutlanmış ve yoksun bırakmıştır. Yani, anaakım kuramcılar sosyoloji, antropoloji, iktisat, siyaset bilimi, dilbilim, felsefe gibi sosyal ve beşeri bi-

limlerle diyalog halinde olmayan bir iletişim disiplini inşa etmeye uğramışlardır.

- 3) Üçüncüsü ise anaakım yaklaşım, iletişimle ilgili süreçleri, kurumları ve etkileri, modern iletişim sistemlerinin ayrılmaz derecede gömülü olduğu daha geniş toplumsal, siyasal, ekonomik ve kültürel yapılardan ayırarak tanımlamaya çalışmıştır (Hall 1997:82–83).

Bu üç nokta aynı zamanda Birmingham Üniversitesi Kültürel Çalışmalar Merkezi bünyesindeki Medya Grubu'nun inşa edeceği kuramsal geleneğin temel kalkış ve eleştiri noktalarını oluşturuyordu. “Merkezdeki Medya Çalışmalarına Giriş” adlı makalesinde Hall, Medya Çalışmaları Grubu'nun kurulduğu ilk kalkış noktası anadamar yaklaşıma yöneltilen bu eleştirilerdi. Stuart Hall, Medya Çalışmaları Grubu'nun kurulduğu ilk günlerdeki araştırma gündemini ve amaçlarını şu şekilde özetler:

İlkin, Medya Çalışmaları –medya içeriğinin tetikleyici olarak görüldüğü ve fazlaca davranışsal bir ton taşıyan bir tür etki-tepki modeli kullanan– “doğrudan etki” modelleri ile bağımlı kopardı; bunun yerine genel bir biçimde medyanın “ideolojik” rolü olarak tanımlanabilecek bir çerçeveye yaslandı... İkinci olarak, medya metinlerini anlamın “saydam” taşıyıcıları olarak gören yaklaşıma meydan okuduk ve dikkatimizi bu metinlerin dilsel ve ideolojik yapılarılarına yönelttik... Üçüncüsü, geleneksel araştırmada sıkça rastlanan edilgen ve farklılaşmamış “izleyici/dinleyici” kavramları ile bağımızı kopardık... Dördüncü olarak, medya ve ideoloji meselesi medyanın *egemen* ideolojik tanımlar ve temsillerin dolaşımı ve pekişmesinde oynadığı rol sorusuna yöneldi. (Hall 2005b:117–18)

Bu pasaj, İngiliz kültürel çalışmalar ekolünün kuşaklar boyunca takip edeceği kuramsal izleğin bir özeti niteliğindedir. Pasajda dil, ideoloji ve izleyici pratikleri meseleleri öne çıkar. Bu bölümde tüm bu konular daha ayrıntılı bir şekilde ele alınacaktır.

İdeoloji, dilbilim ve göstergebilimde yaşanan gelişmeler Merkez'in eleştirel paradigmasının temel dayanaklarını oluşturmaktaydı. Eleştirel kuramın Stuart Hall gibi “komple” kuramcıları ise medya analizini bir bütün olarak toplumsal, siyasal, ekonomik ve kültürel dönüşümün içerisine yerleştirmektedir. Hall'un Kültürel Çalışmalar Merkezi'ndeki çalışma arkadaşları ile kaleme aldığı *Policing the Crisis* (Hall vd. 1978) bu türden bir çabanın ürünüdür ve hâlâ medya ve ideoloji ilişkisi üzerine girilecek herhangi bir sorguda ilk uğrak noktalarından biri olma özelliğini korumaktadır. Haberler ve haber metinlerinin üretiminden hareket eden çalışma İngiltere-

re'de 1970'lerin sonuna doğru iktisadın, siyasetin, devletin, “siyasal meşruiyet, toplumsal otorite, liderlik, sınıf savaşımları ve direniş biçimlerinin” ve son olarak da ideolojinin yaşadığı bunalımın analizini merkeze yerleştirir (Hall, 1988a:30-35). *Policing the Crisis* verdiği ufuk açıcı sonuçlar bir yana medya eleştirisinin toplumsal ilişkiler bütününden ayrı yürütülemeyeceği ve yürütülmemesi gerektiği konusunda önemli bir uyarı niteliğindedir. İdeolojinin İngiliz kültürel çalışmalar ekolü için taşıdığı öneme ilerleyen bölümlerde değineceğiz.

Kültürelcilik ve yapısalcılık arasında: Kültür ve popüler kültür

İngiliz kültürel çalışmalar ekolü için kültürel alan toplumsal iktidar ilişkilerinin kurulduğu ve yeniden üretildiği asli alanlardan biridir. Bu sebepten ötürü, kültürel çalışmalar enerjisinin büyük bir bölümünü kültürel alanının karmaşık ve dinamik doğasını anlamaya ayırmıştır. Kültürel çalışmalar ekolü, kültürel alanla ilgili her türlü indirgemeci ve kolaycı yaklaşımı reddetmiş ve sorgulamıştır. Bir yanda kültürel alanı, basitçe toplumun ekonomik altyapısının ve üretim ilişkilerinin yansıması olarak gören indirgemeci analizlerle mücadele eder. Diğer yandan da kültürü yapı/özne, yüksek kültür/popüler kültür gibi ikilikler üzerinden ele alan basitleştirici şemaları sorgulamıştır.

E.P. Thompson ve Williams gibi, İngiliz kültürel çalışmalar ekolünün ilk kuşak temsilcilerinde kültürelci (*culturalist*) bir paradigmanın izlerini bulmak mümkündür. Buna göre, kültürel ve toplumsal süreçlerin analizinde, o kültür içerisindeki aktörlerin bu süreçleri nasıl yaşadığı ve deneyimlendiğine bakılır. İnsan ve yaratıcı insan faaliyetine yapılan vurgudan ötürü bu yaklaşım bir tür “dışavurumcu hümanizm” olarak adlandırılabilir (Sparks 1996:79). Kültür dediğimiz şey, bu insani deneyim ve pratiklerinin bir toplamudur.

Kültürü anlamak için yaratıcı insan faaliyetine değil, bu faaliyetleri mümkün kılan ve kültürün aktörlerini aşan yapıları gören yaklaşımsa yapısalcılıktır.

Kültürcülükte deneyim, bilinç ve koşulların kesiştiği zemin –yaşananın alanı– iken; yapısalcılık “deneyimin”, tanım itibarıyla herhangi bir şeyin zeminini olamayacağını, insanların koşullarını ancak kültür kategorileri, sınıflandırmaları ve çerçeveleri ile “yaşayabileceği” ve deneyimleyebileceklerini iddia eder. (Hall 1981a:29)

Yapısalcı yaklaşım vurguyu deneyimden, deneyimin “yegâne varlık koşulu” olan yapılara kaydırır. Bu vurgunun kökenleri, yapısalcı dilbilimin kurucusu Ferdinand de Saussure’ün (1857-1913) bir yapı ve farklılıklar sistemi olarak dil (*langue*) ve dilin performatif yönü (konuşma, *parole*) arasında yaptığı ayrıma kadar uzanır. Saussure, dili, belirli bir işleyişi ve kuralları olan bir yapı olarak düşünür. Onun için dil, adeta bir satranç tahtasıdır. Üzerindeki taşların (aktörler) ancak ve ancak satranç tahtasında (yapı) ve diğer taşlarla ilişkisi ve kendini diğer taşlardan ayırt edebildiği (farklılık) ölçüde bir anlamı olabilir. Dil ve konuşma arasındaki fark, tam da yapı ile aktörler arasındaki farka denk gelir. Dil ve konuşma ayrımı aynı zamanda “(i.) toplumsal olanı bireysel olandan ve (ii.) *asli olanı ikincil* ve öyle ya da böyle *rastlantısal* olandan” ayırmaktadır (Saussure 2007:13-14). Yapısalcı kültür kuramı, dil ve ideoloji çalışmalarında yaşanan gelişme ile birlikte tekil eylemlerin anlamlı bir bütünlük oluşturmayacağını, ancak ve ancak yapının parçaları olarak anlam kazanabileceğini iddia eder. Bu çerçevede dahilinde kültürcü paradigmanın fazlası ile önem verdiği ve kurucu bir rol atfettiği “deneyim”, kültürü inşa eden unsurlardan biri değil; sadece yapının bir etkisi olarak ele alınır.

Hall’un ve İngiliz kültürel çalışmalar ekolünün erken dönem çalışmaları –1950’ler ve 1960’lar– daha çok kültürcü paradigmanın etkisi altındadır. 1970’lerle birlikte, Marksizmle ve Marksizmin yapısalcı yorumları ile diyalog arttıkça yapısalcılığa doğru bir meyil kazanır. Bununla birlikte, Hall’a göre ne kültürelcilik ne de yapısalcılık tek başlarına kültürel alanı tüm incelikleriyle kavrayamazlar. Bir yanda kısıtlayıcı ve deneyim için belirli bir matris sunan yapı vardır. Diğer yanda ise yaratıcı insan faaliyeti. Yapısalcılık güçlü bir “bütün” algısına sahip olduğu ve ileri bir soyutlama düzeyine sahip olduğu için güçlüdür. Ama bu güç aynı zamanda her şeyi Kuramın insafına bırakma tehlikesini de içerisinde barındırmaktadır. Kültürelci paradigma ise deneyimi aşan anlamlandırma, ideoloji gibi konuları açıklamakta zorluk yaşamaktadır. Buna karşılık kültürelci paradigma bilinçli mücadele ve inşa süreçlerine yaptığı vurgu ile dikkat çekmektedir. Hall bu iki yaklaşım arasında, zor da olsa bir sentezin mümkün olduğunu; bu sentezin ipuçlarını da Gramsci’nin çalışmalarında bulabileceğimizi söyler. Çünkü Gramsci bize “büyük oranda ‘bilinçdişi’ olan ve ‘ortak duyu’ya ait verili kültürel kategorileri, daha etkin ve organik ideolojilerle ilişkilendirmemizi sağlayan bir dizi rafine terim” sunmuştur (Hall 1981a:33).

Kültürel alan söz konusu olduğunda yegâne yarılma yapısalcılık ile kültürelcilik arasındaki değildir. Popüler kültürün nasıl ele alınması gerektiğine dair iki ayrı uç yorum vardır. Hall’un popüler kültür konusunu ele aldığı önemli çalışması “Popülerin Yapı-Sökümü Üzerine Notlar” (1981b) ge-

rek kültürel çalışmalar okulunun ideoloji kavramsallaştırması gerek kültürel alana yaklaşımının genel çerçevesini çizer. Hall, popüler kültürün farklı tanımlarını eleştirel bir şekilde ele alır. Pazar temelli tanım ilk akla gelenidir: “Popüler” denen şeyler insanlar onu satın aldığı, dinlediği, izlediği, tükettiği ve tümüyle tadını çıkardıkları için popüler sıfatını hak etmektedirler. Popüler kültürü salt ticari bir mesele olarak gören bu yaklaşımda tepeden bakan ve aşağılayıcı ton vardır. Hall bu yaklaşımı kitleleri “kültürel ahmaklar” olarak görmekle ve kültürel süreçlerin karmaşık doğasını kavrayamamakla eleştirir. Bu yaklaşımın tam karşısında popüler kültürü daha romantik bir çerçevede ele alan tanımlar yer alır. Popüler alanı gerçek, el değmemiş halk kültürünün ve direnişle tanımlanan “gerçek işçi sınıfı” kültürü olarak kavramsallaştırır. Bu yaklaşımın hatası da kültürel alanda süregiden iktidar mücadelelerini görememesidir. Zira hâkim kültür, popüler kültürü sürekli olarak bozup kendi hâkim kodları çerçevesinde yeniden inşa etmeye çalışmaktadır ki, romantik yaklaşımlar bu gerçeği görmekte zorlanırlar (Hall 1981b:233). Popüler kültürün bu ikinci tanımı daha betimleyicidir. Bu yaklaşıma göre popüler kültür halkın yapıp ettiklerinin tümüdür. Böylelikle, ilk yaklaşımla karşılaştırıldığında daha akla yatkın ve kabul edilebilir gelen antropolojik bir popüler kültür tanımına ulaşırız. Lakin buradaki sorun, betimleyiciliğe ek olarak, halk ile halktan olmayan arasındaki ayrımın nasıl konduğunun açık olmamasıdır (Hall 1981b:234).

Stuart Hall’un önerisi ise popüler kültürü dinamik bir mücadele alanı olarak görmektir. “Voloşinov’un gösterge üzerine söylediği şeyler,” der Hall, “kültürel formlar için de geçerlidir” (Hall 1981b:235). Yani göstergeler üzerine süre giden toplumsal mücadele tüm anlamlandırma pratikleri için de geçerlidir. Bu açıdan bakıldığında popüler kültür homojen bir bütünlük arz etmekten çok uzaktır; içinde hem direniş hem kabullenme öğelerini; geçmiş ve geleceğin nüvelerini; isyanı ve boyun eğmeyi; birbirleri ile çelişen, çatışan kültürel öğeleri bulabileceğimiz dinamik bir mücadele alanıdır. Bu, kültürel alanı sürekli bir savaş alanı kılan kültürel mücadelenin diyalektikidir ki, bu savaşın hiçbir zaman kesin kazananı olmaz, sadece ele geçecek ve kaybedilecek stratejik konumlar söz konusudur.

Bu kültür anlayışından hareketle İngiliz kültürel çalışmalar geleneği içerisinde çokça araştırma yürütüldü. Alt sınıfların gündelik hayatları, işçi sınıfının kültürel yaşamı, altkültürler ve gündelik hayatın diğer pek çok boyutu üzerine ele alınan kültürel alanların dinamik, karmaşık ve çelişkili yapıları göz önünde tutularak son derece etkileyici çalışmalar yapıldı ve yapılmaya devam ediyor.

Kodlama/kodaçımı

İletişim sürecinin nasıl kavranması ve açıklanması gerektiğine dair soru iletişim bilimcileri 20. yüzyılın başından itibaren meşgul etmiştir. Kitle iletişim modellerini ele aldığımız bölümde çok sayıda açıklama ve modeli ayrıntılı bir şekilde ele almıştık. İletişim çalışmaları alanının en önde gelen çalışmalarından biri olan “Kodlama/Kodaçımı” (*Encoding/Decoding*) (2006) başlıklı kısa ama etkileyici çalışmasında Hall kitle iletişim çalışmalarına uzunca yıllar egemen olmuş olan lineer iletişim modeline bir alternatif geliştir-meye çalışır.

“Gönderen-mesaj-alıcı” döngüsü içerisinde “tamamen saydam bir iletişim” düşüncesinden hareket eden lineer iletişim modeli, Hall’a göre iletişim sürecini kavramakta yetersiz kalmaktadır. Hall bunun yerine mesajın üretim ve tüketim süreçlerinin sorunsallaştırılması gerektiğini öne sürer. Burada “gönderen-mesaj-alıcı” döngüsünün yerini, “birbirleri ile alakalı ama birbirlerinden farklı uğrakların –üretim, dolaşım, dağıtım/tüketim, yeniden üretim– eklemlenmesi” alır (Hall, 2006:163). Hall bu şekilde hem anlamın (medya mesajı) kuruluş sürecinin saydam, sabitlenmiş ve garantili bir süreç olmadığını vurgular; diğer yandan da seyirciyi gönderilen mesajı basitçe soğuran edilgen öznelere olmaktan kurtarır.

Hall metinlerle kurulan üç farklı ilişki –ya da üç alımlama biçimi– arasında bir ayrıma gider: *Hâkim-hegemonik* konum ya da tercih edilen okuma; *müzakereli konum* ve *karşıt konum*. Hâkim-hegemonik konum, mesajın kodlanma ve kodaçımı süreçleri arasındaki örtüşmenin azami olduğu, yani verilmek istenen mesajın, mesajın hedefleri tarafından büyük ölçüde alındığı alımlama biçimini anlatır. Müzakereli konum ise mesajın alımlanması sürecinde kabul ve ret öğelerinin bir arada yer alabildiği bir alımlama sürecidir. Son sırada iletmeye ve verilmeye çalışılan mesajın, mesajı alanlarca tümüyle reddedildiği ve direnişle karşılaştığı karşıt konum yer alır. Kodlama/kodaçımı modeli, çok sayıda alımlama analizinde kullanılmıştır ve hâlâ da kullanılmaya devam etmektedir.

Michèle Barrett (1998), Hall’un ideoloji ve kültürel çalışmalar alanına yaptığı katkıları tartıştığı yazısında Hall’un “Kodlama/Kodaçımı” çerçevesinin sadece televizyon ya da medya çalışmaları ile kısıtlı olmadığını, bir bütün olarak kültürel çalışmaların gündemini belirlediğini söyler. Barrett’e göre “Kodlama/Kodaçımı” modeli iktidar olgusunu medya çalışmalarının kalbine yerleştirmesi açısından ayrıca önemlidir. Mesaj ve mesajın deşifre edilmesi sürecinin ya da anlam üretim ve tüketim süreçlerinin toplumsal iktidar ilişkilerinden bağımsız ele alınamayacağını vurgular. İktidar kavramını kültürel süreçlerin merkezine yerleştiren Hall, kültürün kendisini iktida-

rın ayrılmaz bir parçası olarak ele alarak ilham verici bir çerçeve sunar (Barrett 1998:270).

Anlam, anlamlandırma ve ideoloji

Turner (2016:105) kültürel çalışmaların geliştirdiği en tanınmış ve muhtemelen en önemli kuramsal stratejinin kültürel ürünleri, toplumsal pratikleri ve hatta kurumları “metinler” olarak “okumak” olduğunu söyler. Kültürel çalışmalar geleneğinin, anaakım iletişim kuramlarından derinden farklılaştığı noktalardan biri anlamlandırma, dil ve ideolojinin bu gelenekteki merkezî konumudur. Metinlerin ideolojik ve söylemsel yapılarının okunması, çözülmesi o denli önem kazanmıştır ki, kültürel çalışmalar geleneğinin ilk dönemindeki kültürel pratiklere yapılan vurgunun geri plana atıldığı dönemler söz konusu olmuştur.

20. yüzyıl ideoloji, dilbilim ve göstergebilim çalışmaları açısından son derece önemli gelişmelere tanıklık etmiştir. Bu bölümde İngiliz kültürel çalışmalar ekolünün ideoloji ve söylem kavrayışına kaynaklık eden belli başlı kuramsal gelişmeler ele alınacaktır.

İdeoloji, uzunca bir süre bir “doğruluk-yanlışlık” ve “bilme-yanlış bilme” meselesi olarak görüldü ve bu yaklaşıma rastlamak hâlâ mümkün. Aydınlanma düşüncesinde, özellikle de Aydınlanma’nın din eleştirisinde “ideolojik düşünce” bilimsel bilginin karşısı olarak ele alınmaktaydı. Dinsel düşüncenin toplumsal ve siyasal alandan kovulması gerektiğini vurgulayan Aydınlanma filozofları ideolojiyi “din adamları tarafından halka karşı düzenlenen ve üstesinden ancak eğitimle gelinebilecek bir komplo” olarak değerlendirmekteydiler (Larrai 1979:24). Bu iddiaya göre eğitim ve bilim ideolojinin karşısında konumlandırılıyordu. Bilimsel faaliyet ise ancak bilgi ve bilgi nesnesi, gözlemci ile gözlemlenen arasında net bir mesafe koyabilmekle mümkündü. Aydınlanmacılar ideoloji, ortadan kaldırılması gereken bir musibet olarak ele aldılar. İdeolojik etkinin ortadan kaldırılması, çarpıtma ve gerçeğin tahrifatının son bulması demekti.

Karl Marx’ın eserlerinde ideoloji kavramının sistemli şekilde ele alınmadığı, kavramın farklı eserlerde ve bağlamlarda farklı kullanımlarının olduğu birçok kez vurgulanmıştır. Üşür’e (1997:11) göre “Marx’ın ideoloji kuramına katkısı, düşünce ve bilincin oluşumu üzerindeki tartışmaları insan psikolojisi üzerindeki tartışmalardan toplumsal gelişmenin dinamikleri üzerine kaydırmasıdır.” *Alman İdeolojisi*’nde “ideoloji” hem maddi gerçekliğin baş aşağı, tersine dönmüş hali (*camera obscura* metaforu) hem de maddi gerçekliğin bir “yansı ve yankı”sı olarak ele alınmaktadır (Marx ve Engels

1992:42–43). Ünlü *Ekonomi Politikin Eleştirisine Katkı'ya Önsöz*'ünde Marx ideolojiyi, önemli tartışmaları beraberinde getiren “altyapı-üstyapı” metaforu ile ele almıştır:

Gelişmelerinin belli bir aşamasında, toplumun maddi üretici güçleri, o zamana kadar içinde hareket ettikleri mevcut üretim ilişkilerine ya da, bunların hukuki ifadesinden başka bir şey olmayan, mülkiyet ilişkilerine ters düşerler. Üretici güçlerin gelişmesinin biçimleri olan bu ilişkiler, onların engelleri haline gelirler. O zaman bir toplumsal devrim çağı başlar. İktisadi temeldeki değişme, kocaman üstyapıyı, büyük ya da az bir hızla altüst eder. Bu gibi altüst oluşların incelenmesinde, daima, iktisadi üretim koşullarının maddi altüst oluşu ile –ki, bu, bilimsel bakımdan kesin olarak saptanabilir–, hukuki, siyasal, dinsel, artistik ya da felsefi biçimleri, kısaca, insanların bu çatışmanın bilincine vardıkları ve onu sonuna kadar götördükleri ideolojik şekilleri ayırt etmek gerekir. Nasıl ki, bir kimse hakkında, kendisi için taşıdığı fikre dayanılarak bir hüküm verilmezse, böyle bir altüst oluş dönemi hakkında da, bu dönemin kendi kendini değerlendirmesi göz önünde tutularak, bir hükme varılamaz; tam tersine, bu değerlendirmeleri maddi hayatın çelişkileriyle, toplumsal üretici güçler ile üretim ilişkileri arasındaki çatışmayla açıklamak gerekir. (Marx 2005:28)

İdeolojinin bu topografik yorumu altyapı ve üstyapının tam olarak ne anlama geldiği; “üretici güçler” ve “üretim ilişkileri” kavramlarından ne anlaşılması gerektiği (Sayer 2012); altyapı ile üstyapı arasında sorunsuz bir çizgi çekilip çekilemeyeceği ve iki düzey arasındaki ilişkinin nasıl kurgulanması gerektiği hakkında etkileri günümüze kadar uzanan tartışmaların doğmasına yol açtı. Williams’a göre altyapı-üstyapı analizi i) Altyapıyı salt donuk bir teknik/ekonomik şey olarak ele alması ii) Üstyapıyı altyapı tarafından belirlenen ve altyapıdan tümüyle ayrıksı bir alan olarak kavraması ve iii) Belirleme kavramına gerektiğinden fazla anlam yüklemesi sebebiyle yetersizdir. Bunun yerine Williams (2005:34) altyapıyı “insanların gerçek toplumsal ve ekonomik ilişkiler içerisindeki temel çelişkiler ve çeşitlilikler içeren ve bu yüzden de sürekli dinamik bir süreç arz eden aktiviteleri” olarak kavramaya çalışır. Bu çerçevede belirleme kavramı da daha az iddialı bir şekilde ele alındığında anlamlı olacaktır. Böylelikle kültür ve ideoloji Marksizmdeki ikincil konumlarından sıyrılacak ve başlı başına ele alınması gereken önemli bir etken olarak Marksist analizin ve siyasal programın gündemine girebilecektir. Williams’a göre ilk adım “kültür” kavramının Marksizm içerisindeki dar ve sınırlı kullanımından vazgeçmek olacaktır:

Tüm bu noktalarda Marksistler arasında “kültür” teriminin kullanımında bir yetersizlik gözlemlenmektedir. Onların yazılarında “kültür” genel olarak bir toplumun entelektüel ve imgesel ürünleri olarak kullanılır; bu “üstyapının” zayıf kullanımı ile paralellik arz eder. Fakat toplumsal gerçekliğin tüm öğelerinin birbirleri ile bağlantılı olduğuna ve hareket ve değişime yaptıkları analitik vurgu düşünüldüğünde Marksistlerin mantıksal olarak “kültür”ü bütün bir hayat biçimi, genel bir toplumsal süreç olarak almaları gerekmektedir. (akt. Sparks 1996:74)

Karl Marx, *Kapital*'de (1997) “Metaların Fetişizmi ve Bunun Sırrı” adlı alt bölümde ideolojiyi *praksis* kavramının kuramsal açılımı çerçevesinde ele aldı (Üşür 1997:17). Bu kısa ama etkileyici bölümde söz konusu olan gerçekliğin yanlış aksettirilmesi ya da yansımaları değil, gerçekliğin kendisindeki çarpıklığın zihinlerde yarattığı zorunlu yansımasıdır. “Demek ki,” der Marx, “metanın gizemli bir şey olmasının basit nedeni, onun içinde insan emeğinin toplumsal niteliği, insana, bu emeğin ürününe nesnel bir nitelik damgalamış olarak görünmesine dayanmaktadır; üreticilerin kendi toplam emek ürünleri ile ilişkileri, onlarla kendi aralarında bir ilişki olarak değil de, emek ürünleri arasında kurulan toplumsal bir ilişki olarak görünmesindedir” (Marx 1997:82). Metaldaki bu fetişizmin kökeni ise “bunları üreten emeğin özel toplumsal niteliğindedir.” Larrain (1979), Marx'ın ideoloji kavrayışının hem Aydınlanmacı gelenek içinde yer aldığını hem de bu gelenekleri aşan bir niteliğe sahip olduğunu vurgularken *Kapital*'deki tanıma göndermede bulunur.

Marx'ın ve klasik Marksizmin ideoloji kavrayış(lar)ının en önde gelen sorununun ekonomizm olduğu söylenebilir. Chantal Mouffe ekonomistik ideoloji sorunsalının birbirleri ile yakından alakalı iki yönü olduğunu belirtir:

- i. İlk yapı ile üstyapı arasında nedensel bir bağ görür ve üstyapıyı ekonomik yapının mekanik yansıması olarak ele alır. Bu, ideolojik üstyapının tarihsel süreçte hiçbir rolü olmayan gölge-olgular (*epiphenomena*) olarak ele alınmasına yol açar.
- ii. İkinci nokta ise üstyapıların oynadığı rol ile değil, üstyapının doğası ile ilgilidir ve burada üstyapı öznelerin üretim ilişkileri içerisindeki konumuna göre belirlenir. (Mouffe 1979:169)

Kültürel çalışmalar ekolü, Marksçı ideoloji kuramından derin bir şekilde etkilenirken, ideolojinin ekonomist yorumları ile aralarına mesafe koyma gayretindedir. Hall bu yüzden “garantileri olmayan bir Marksizm” olarak adlandırır pozisyonlarını. İdeolojiyi basitçe ekonomik altyapının çarpıtılmış

bir yansıması olarak gören ve sınıflarla ideolojiler arasında zorunlu tekabül-
liyet ilişkisi arayan görüşe karşı, ideolojinin karmaşık ve kararsız doğasının
altını çizer. İngiliz kültürel çalışmalar ekolünün ideoloji kavrayışı Hall'un şu
sözleriyle özetlenir:

İdeolojiden kastım farklı sınıflar ve toplumsal grupların toplumun işleyişi-
ni anlamlandırmalarını, tanımlanmalarını, çözmelerini ve anlaşılır kılmalarını
sağlayan zihinsel çerçevelerdir – bunlar diller, kavramlar, kategoriler, zihin-
sel tasvir ve temsil sistemleridir. (Hall 1996:26)

Olumsuz ve indirgemeci ideoloji kavrayışına doğrudan bir karşı çıkış arz
eden bu çerçeve *ideolojiyi toplumu ve toplumsal süreçleri inşa eden bir olgu
olarak ele alır*. Hall için ideoloji meselesi aynı zamanda farklı fikirlerin na-
sıl olup da kitleler tarafından benimsendiği ve böylelikle “maddi güçler” ha-
line geldikleri sorusu ile de ilgilidir. Tam da bu yüzden basit değil, toplum-
sal hayatın ve kültür alanının karmaşıklığına yanıt verebilecek bir ideoloji
kavrayışına ihtiyaç vardır. Peki, İngiliz kültürel çalışmalar ekolü bu türden
bir ideoloji kuramı geliştirmek için hangi kaynaklara yönelmiştir? Bu soruya
üç kilit isimle yanıt vermek mümkündür: İtalyan Marksist eylem ve düşün-
ce insanı Antonio Gramsci (1891-1937); Fransız Marksist düşünür Louis
Althusser (1918-1990) ve Arjantinli düşünür Ernesto Laclau (1935-2014).
Bu üç ismin ideoloji kuramına ve kültürel çalışmalar okuluna yaptığı katkı-
lar şu şekilde özetlenebilir:

1. **Olumsuz ideoloji kuramına karşı çıkış:** İdeoloji bir yanlış aksettirme,
çarpıtma ya da yanlış bilinçlenme süreci değildir. Gramsci ve Althus-
ser bu meseleyi incelikli bir şekilde tartışmışlardır. Özellikle Gram-
sci'nin, ilerleyen sayfalarda üzerinde duracağımız “hegemonya” anali-
zi, olumsuz ideoloji kavramının toplumsal ilişkilerin karmaşık doğa-
sını ve ideolojinin kurucu/yapıcı rolünü kavramakta yetersiz kaldığını
ortaya koymaktadır. Kültürel çalışmalar okulu da gerek kültürel gerek
siyasal alanı incelerken bu izleği takip eder.
2. **İdeolojilerin maddiliği:** İdeolojiyi sadece düşünsel ya da bilişsel şema-
lara indirgemek ideolojilerin kurumlarda ve maddi pratiklerde somut-
landığı gerçeğini görmemizi engeller. Özellikle Althusser'in (2000:55)
ideolojinin maddiliğine yaptığı vurgu bu noktada önemlidir: “İdeoloji-
yi oluşturur gibi görünen ‘tasarım’ ya da ‘fikirlerin’ ideal, fikri, manevi
değil, fakat maddi bir varoluşu vardır.”
3. **Özne ve ideoloji:** İdeoloji sadece öznenin ne “düşüneceğini” ya da “na-
sıl davranacağını” belirlemekten ziyade, “özne”den bahsedebilmenin

önkoşuludur. Ya da Althusser'in deyimi ile "ideoloji bireyleri özne olarak çağırır."

4. **İdeolojiler ve sınıflar:** Sınıflarla ideolojiler arasındaki ilişki kendiliğinden gerçekleşen içsel ve zorunlu bir ilişki değil, bir eklemleme ilişkisidir.

Stuart Hall ideolojiyi yanlış bilinç olarak ele alan yaklaşımın savunucularına şu soruyu sorar: Nasıl oluyor da kitleler ideolojik manipölasyon ve çarpıtmaya yenik düşmüşken küçük bir "bilen" azınlık bütün bu olup bitenlerden kendini sıyrabilmektedir? İdeolojiyi bir "doğru" ve "yanlış" meselesi olarak ele alan bu yaklaşımın temel yanılığı ideoloji dışı bir "Arşimet noktası"nın var olduğunu ve sadece küçük bir siyasal/entelektüel azınlığın (seçkinler?) bu noktadan gerçeğin bilgisine ulaşabileceğini varsaymasıdır. Buna göre kitleler muhakeme yetisinden yoksun "ideolojik ahlaklar" olarak tahayyül edilir (Hall 1996:32).

Althusser, ideoloji çalışmaları açısından büyük bir öneme sahip "İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları" adlı kısa ama bir o kadar da önemli makalesinde ideolojinin "bireylerin gerçek (*real*) var oluş koşullarıyla aralarındaki hayali/ımgesele (*imaginary*) ilişkilerinin temsili" olduğunu vurgular (Althusser 2000:109). Burada kastedilen, ideolojide insanların gerçek var oluş koşullarının, gerçek dünyalarının temsil edilmediği, temsil edilenin *bu var oluş koşulları ile kurulan ilişki* olduğudur. Cümlede "gerçek" ve "hayali/ımgesele", rastgele kullanılan kavramlar değildir. Bu pasajda aslen, "gerçek"le çıplak ve dolaysız bir temasın imkânsızlığını, gerçeği çevrelemeye ve anlamlandırmaya yönelik her çabanın mutlaka ve mutlaka "ımgesele" ve "simgele" alanda yer alabileceğini söyleyen Jacques Lacan'a (1901-1981) ve Lacancı psikanalize bir gönderme söz konusudur. Bu çevreleme çabası zorunlu olarak başarısızlığa mahkûmdur. Bu çerçevede, Althusser'e göre ideolojiden kaçış yoktur; belirli bir yarıklık, belirli bir çatlak ve bir tür bir *yanlış tanıma* insanlık durumunun ayrılmaz bir parçasıdır. İdeolojinin bir sonu olabileceği iddiasının bizzat kendisi ideolojiktir. Mesele Žižek'in (1989:1) ifadesi ile "ideolojik yanlış-tanıma olarak özne etkisini yaratan yapısal mekanizmanın maskesini düşürmek değildir; fakat aynı zamanda bu yanlış-tanımanın kaçınılmaz olduğunu tümüyle kabullenmek zorunda" oluşumuzdur.

"İdeoloji bireyleri özneler olarak çağırır." (Althusser 2001:115) Althusser'in bu veciz ve güçlü önermesi ideoloji çalışmaları açısından son derece önemli bir dönüm noktasına işaret eder. Hem Stuart Hall hem de Ernesto Laclau çalışmalarında bu çağırma/adlandırma mekanizmasını sorgulayacak ve geliştireceklerdir. Bireyin kendini belirli bir "özne" olarak tanıması; ideolojinin "seslenişine" cevap vermesi, dönüp bakması ve bütün bunların "do-

ğal”, “apaçık” ve “aşıkâr” süreçler olarak görülmesi bahsi geçen mekanizmayı özetler. Tabii burada çağırma ve dönüp bakma metaforik anlamdadır. İdeoloji “sen kimsin?” sorusuna verdiği “doğal” cevaplardır: Ben Türk’üm, ben İngiliz’im, ben Kürt’üm ya da milliyetçiyim, sosyalistim, feministim... Lakin Hall ve Laclau, Althusser’in çerçevesini işlevselci olduğu ve ideolojik mücadele fikrine alan bırakmadığı gerekçesi ile eleştirirler (Hall 1996; Laclau 1985). Gerçekten de Althusser’in çerçevesinde muhalif ya da alternatif ideolojilerin adlandırma mücadelesine nasıl dahil oldukları ya da olabilecekleri sorusu pek de yer bulamamıştır. Althusser yapının ve yapının taşıyıcısı olarak öznelere yeniden üretimi ile fazlasıyla meşgul iken, yapının nasıl dönüştürülebileceği ya da yerinden edilebileceği meselesine değinmemiştir. Laclau bu sorunu aşma yönündeki önemli bir adımı *İdeoloji ve Politika*’daki şu önemli pasajda atar:

Sınıf mücadelesi, ideoloji arenasına öyle bir şekilde girer ki; sistemin yeniden üretimine yönelen hâkim sınıf ideolojileriyle, kendi devrimci dönüşümlerine doğru yönelen ezilen kesimlerin ideolojilerini bir arada buluruz. (Laclau 1985:109)

Bu, Althusserci adlandırma mekanizmasının sadece egemen ideoloji için değil, egemen ideolojiye alternatif ideolojiler için de işlediği anlamına gelir. Bu şekilde ideolojik adlandırma ve çağırma mekanizması sınıflar arasında süre giden siyasal ve ideolojik mücadelenin unsurları olarak ele alınacaktır. Bu katkı Hall’un ileriki yıllarda kimliklerin oluşumu üzerine, özellikle yapısalcılık sonrası literatürden beslenen çalışmaları için önemli bir başlangıç noktası olarak ele alınabilir.

Althusser’in ideoloji kuramına yaptığı en büyük katkılardan birinin ideolojiyi, dili de içerisine alan anlamlandırma ve özneleşme pratikleri ile birlikte ele alma inceliği olduğunu söyleyebiliriz. Althusser’le birlikte dilsel ve söylemsel bir ideoloji kuramının kapıları açılmıştır. Anlam “bundan böyle ‘şeylerin nasıl olduğu’na değil de; şeylerin nasıl anlamlandırıldığına bağlıdır” (Hall 1999a:107). Althusser’in yapısalcı Marksizmi ve bir bütün olarak yapısalcılığın bize söylediği şey anlamı ayakta tutan şeyin diğer anlamlara yaptığı göndermeden başka bir şey olmadığıdır (Coward ve Ellis 1977:33). Hall buradan hareketle anlamın oluşumu ile ilgili şu önemli sonuca ulaştığımızı söyler:

Bu durumda anlamı belirleyen gerçekliğin yapısı değildi; anlam bir toplumsal pratik süresince anlamlandırma işinin başarılı olarak icra edilmesi koşuluyla bağlıydı... Anlamlandırma işi “belirli” bir emeği içerdiğinden, olumsal

koşullara maruzdu... Anlamlandırmanın sonuçları verili bir gerçeklikten hareketle tamamen öngörülebilir bir nitelik taşıymıyordu ya da bu gerçeklik tarafından zorunluluk gereği belirlenmiyordu. (Hall 1999:107)

Saussure'un dili bir "farklılıklar sistemi" olarak gören yapısalcı dilbilimi nesne ile nesneye verilen ad arasındaki "doğal" olduğu varsayılan bağlantıyı sorunsallaştırdı. Gösteren ve gösterilen arasındaki anlamsal sabitlik keyfiydi ve ancak dil denen yapısal bütünlük içerisinde anlamlıydı (Saussure 2007:67). Yapısalcı dilbilimin sınırlılıklarını sorgulayan ve dil ile siyasal ve toplumsal mücadele arasındaki dinamik ilişkiyi ele alan Voloşinov'un *Markşizm ve Dil Felsefesi* adlı 1929 tarihli çalışmasının gerek ideoloji çalışmalarına gerek Hall'un çerçevesine önemli katkıları olmuştur. "Göstergede yaratılan varlık" der Voloşinov,

yalnızca yansıtılmakla kalmaz, kırılır da. Varlıkta yaşanan bu kınılma ideolojik göstergede nasıl belirlenmektedir? Bunu belirleyen şey farklı yönelimlere sahip toplumsal çıkarların bir ve tek gösterge topluluğu içerisinde kesişmeleridir... Sınıf gösterge topluluğu ile çakışmaz... Buna göre farklı sınıflar aynı dili kullanacaklardır. Bunun sonucunda ise her ideolojik göstergede farklı yönelimlere sahip vurgular birbirinin üzerine binecektir. Gösterge sınıf mücadelesinin alanı haline gelir. (Voloşinov 1986:23)

Hall'a göre böylelikle gösterenle gösterilen arasındaki anlık ve keyfi sabitlik olarak anlamın kuruluşundan, bu sürecin toplumsal ve siyasal karakterine vurguya geçmiş oluruz. Pasaj hem anlamlandırma süreçlerinde toplumsal grupların ve sınıfların oynadığı rol, hem de ideolojik göstergelerle sınıflar arasındaki ilişki hakkında önemli ipuçları barındırır. Anlamın metinlerarası ve çok vurgulu (*multiaccentual*) kuruluşunun karşısında, toplumsal sınıfların göstergeyi tek vurgulu hale getirmek için giriştikleri bir mücadeledir söz konusu olan.

Kimileyin dilde sınıf mücadelesi iki farklı terim arasında ortaya çıktı: Sözgelimi, "göçmen" terimi yerine "siyah" terimini koyma mücadelesi. Ama, sık sık olan şey, mücadelenin *aynı* terimin farklı biçimlerde vurgulanması üzerinden ilerlemesiydi: örneğin aşağılayıcı anlamda kullanılan "siyah" teriminin değer kazanmış "Siyah" ("Siyah Güzeldir" deyişinde olduğu gibi) haline gelmesi gibi." (Hall 1999a:110)

Bu mücadelenin "demokrasi", "eşitlik" ve "adalet" gibi temel siyasal kavramlar üzerinde şiddetli bir şekilde sürdüğünü not etmek Hall'un anlatmak

istediğini daha iyi kavramamızı sağlar. Voloşinov yukarıdaki pasajda “sınıf gösterge topluluğu ile çakışmaz” derken sınıflarla ideolojiler arasında zorunlu (ve önceden belirlenmiş) bir tekabüliyet ilişkisinin olmadığını vurgulamaktadır. Hall’a göre “bu yaklaşım, ideolojik mücadele zeminleri ve ideolojik dönüşüm süreçleri gibi kavramları, sabitlemiş ideolojik anlamlar ve sınıflara atfedilmiş ideolojiler anlayışının yerine koyar” (Hall 1996:41). Bu vurgu en uygun ifadelerinden birini ise Ernesto Laclau’nun *İdeoloji ve Politika* adlı çalışmasında bulacaktır. “Sınıflar,” der Laclau, “ideolojik ve politik düzeyde, bir indirgeme süreci değil bir ekmeleme süreci içinde var olurlar.” (Laclau 1985:175) Buna milliyetçiliği örnek olarak gösterir. “Bu feodal mi, burjuva mı yoksa proleter bir ideoloji midir?” Kendi içinde düşünüldüğünde herhangi bir sınıf çağrışımı olmayan “milliyetçilik”, anlamını diğer ideolojik öğelere ekmelemesi ile kazanır (Laclau 1985:174).

Colin Sparks’a göre (1989:86) Laclau ve Hall, ekmeleme vurgusu ile toplumsal sınıflar ile zihinsel hayat arasında bir ilişki ortaya koyma çabasının nafile, hatta zararlı olduğunu iddia etmektedir. Sparks, Hall’un bu ve benzeri kaymalarla gitgide Marksist problematikten uzaklaştığını ve ekonomi ve politika gibi kavramları marjinalize ettiğini iddia eder. Burada ayrıntılı bir tartışma yürütmek mümkün olmasa da Sparks’ın –genelde yapıldığı üzere– Laclau ve Hall’un sınıf/ideoloji çerçevesini kısmi ve haksız bir okumaya tabi tuttuğunu belirtmek gerekir. Laclau ve Hall’un amacı sınıflarla ideolojiler arasında “herhangi” bir “ilişki” kurmanın “nafile ve zararlı” olduğunu belirtmek değil, bu “ilişki”nin nasıl ele alınması gerektiği ile ilgili bir tartışma yürütmektir. “Ekmeleme” bir ilişkisizlik-alakasızlık önermez, ilişkilendirmenin “nasıl”ına yoğunlaşır:

“Ekmeleme” teriminden kastım bir hayat kanunu ya da hayatın gerçeği olarak her durumda zorunlu bir şekilde verili olmayan, fakat ortaya çıkması için özgül var oluş koşulları gerektiren, pozitif olarak özel süreçlerce sürdürülmesi gereken, “ebedi” olmayan ve sürekli yenilenmek isteyen, kimi durumlarda ortadan kalkabilen ya da alaşağı edilebilen, eski bağları çözen ve yerine yeni bağlantıların –yeniden-ekmelemelerin– ortaya çıkmasına yol açan bir rabıta ya da bağlantıdır. (Hall 1985:113)

Sparks sadece ekmeleme ilkesini sorunlu bulmaz, aynı zamanda ideolojinin bireyleri ya da toplumsal grupları “özneler” olarak kurduğunu kabul etmemiz halinde ideolojinin dışında toplumsal gruplardan söz etmenin mümkün olup olmayacağını da sorar. Sparks’a göre herhangi bir grubun işgal edeceği “özne konumu” doğrudan ideolojinin doğası ile belirlenecektir. Genel olarak söylem kuramına yöneltilebilecek bu eleştiri aslında önemli

bir noktanın altını çizmektedir: İdeoloji ve söylemin toplumsal gerçekliğin kuruluşundaki rolü. Burada vurgulanması gereken nokta, Hall'un da içinde yer aldığı Althusserci ve Althusser sonrası geleneğin ideoloji dışı "maddi gerçekliği" reddeden, idealist bir konumu savunmadıklarıdır. Bahsi geçen, her türlü anlamlandırma ve adlandırma faaliyetinin ideoloji içinde ve ideoloji dolayısıyla gerçekleşen bir mücadeleyi içerdiğidir.

Yukarıdaki tüm tartışmalar 20. yüzyılın kayda değer bir bölümünde son derece etkili olan yapısalcı ve yapısalcılık sonrası yaklaşımların getirdiği yeniliklerin izlerini taşır. Saussure'un dilbilim, Claude Levi-Strauss'un (1829-1902) antropoloji ve Roland Barthes'in (1915-1980) göstergebilim alanında yaptıkları devrimci katkılar; Althusser'in yapısalcı sorunsal ve temaları Marksizm içerisine yedirme çabası... Bütün bunlar Stuart Hall'un çalışmalarında, kendisinin de teslim ettiği muazzam bir etkiye bulunmuşlardır. Stuart Hall'u bu kadar özgün ve verimli kılan ise tüm bu çerçeveyi Gramsci bir çerçeve içerisinde ele almasıdır. Adlandırma ve çağırma mekanizması ve gösterenle gösterilen arasındaki ilişkinin nasıl sabitleneceği sorusu etrafında süre giden toplumsal mücadele ancak ve ancak Gramscici "hegemonya" analizinin devreye sokulması ile kuvvetli bir ideoloji ve politika eleştirisi sunmamıza yardımcı olacaktır.

Stuart Hall İngiltere'de solun yenilgisi ve yeni sağ ideolojinin toplumsal dönüşüm projesini incelerken yukarıdaki izlegi takip etmeye çalışır. Hall'a göre yeni sağ projenin temeli 1970'ler İngilteresi'ni karakterize eden bir dizi bunalıma (ekonomik, politik, ideolojik) verilen tepkide aranmalıdır. Hall'a göre Thatcher'ın iktidara yürüyüşü sadece dar anlamıyla iktidar ya da hükümet değişikliği anlamına gelmemekteydi; söz konusu olan organik bir krizin ardından yeni bir tarihsel blok oluşturma girişimiydi.

Thatcherizmin misyonu neoliberal, serbest-pazarıcı, sahiplenici-bireyci özgün bir alternatif ideolojik blok yaratmaktı... Bu dar bir ekonomik çerçevede ele alınmadı. Amaç eski değerlere –gelenek, İngilizlik, saygınlık, pederşahilik, aile ve millet felsefeleri– dönmek suretiyle toplumsal yaşamı tümüyle yeniden inşa etmektir. (Hall 1988b:39)

Görülüyor ki, bu sadece ekonomik ya da siyasal alanlarda yaşanan bir dönüşümü değil, "ortakduyu" üzerinde süre giden bir mücadeleyi içermektedir. Hall'un da sürekli alıntıladığı bir pasajda Gramsci (1971:324) ortakduyuyu şu şekilde tasvir eder:

[ortakduyu] (...) alışılmamış bir karmaşıklıkta; Taş Devrinden öğeler, daha ileri bir bilimden ilkeler, yerel düzeyde tarihin tüm geçmiş evrelerinden

önyargılar ve dünyada insan ırkının tümü için söz konusu olacak gelecekteki bir felsefeden sezgiler içerir. (Gramsci 1971:324)

Ortakduyuyu bu kadar karmaşık ve anlaşılması güç kılan şey de bu parçalı ve epizodik yapısıdır. Gramsci'ye göre tâbi grupların bilinçleri tipik olarak dengesiz ve yarılımıştır. “Bu tür ideolojilerde çatışan iki dünya kavrayışı yan yana bulunur; biri yönetenlerin ‘resmî’ kavramlarından türetilmiştir, diğeri ise baskı altındaki insanların toplumsal gerçeklikle ilgili pratik deneyimlerinden” (Eagleton 1997:199).

Gramsci'de hegemonya bir mozaik olarak düşünülmez; “kolektif irade”nin ortaya konması anlamına gelir. Buci-Glucksmann'ın (1982:117–18) vurguladığı üzere Gramsci'nin hegemonya kavramını oydaşma ya da meşrulaştırma gibi kavramlarla karıştırmamak gerekir: “Aslında hegemonya ne ideolojiye ne de farklı toplumsallaşma türlerine indirgenebilir. Hegemonya öncelikle *bir siyasal prensip ve bir tür stratejik liderliktir.*” Mouffe da benzer şekilde Gramsci'nin hegemonya analizinde sınıflar arasında araçsal bir ittifakın değil ileri bir sentezin yaratılmasının söz konusu olduğunu vurgular (1979:184). Buradan hareketle hegemonya basit bir “rıza devşirme” süreci olarak ele alınamaz. Bir başka deyişle, hegemonya egemen sınıfların kendi sınıfsal projelerini tâbi sınıfla “dayattığı” ve bu sınıfların desteğini aldığı sıfır toplam bir oyun olarak ele alınamaz. Gramsci için de, Hall için de hegemonya “hiçbir zaman nihai olarak kazanılmayan” bir mücadeledir; yeniden ve yeniden kazanılmayı gerektirir ve sürekli bir müzakere, içirme ve taviz sürecine işaret eder. Çünkü ideolojik mücadele taraflardan birinin ideolojik çerçevesinin diğerinin yerini *alması* şeklinde ilerleyen bir süreç değildir. Gramsci, “tıpkı filler gibi savaştan, önceden oluşturulmuş bloklar –o tarafta onlar bu tarafta biz– arasındaki mücadele şeklinde” bir siyaset anlayışını reddeder ve bunun yerine,

siyasetin özellikle modern bir sınıf demokrasisinde daima farklı konumlar arasında yapılandırılmış bir alanda yapılan bir mücadele olduğunu savunur. Sorun bir konumlar dizgesinin diğerini ne zaman yok edeceği değil, herhangi bir anda oyunun durumunun, güç ilişkilerinin, aralarındaki güç dengesinin ne olduğudur. (Hall 1997:98)

Hall, “medya çalışmalarında baskı altında tutulmanın geri dönüşü” derken tüm bu tartışmaların medyanın toplumsal iktidar ilişkilerinin kuruluşunda ve yeniden üretiminde oynadığı role vurgu yapmaktadır. Yukarıda bahsi geçen kaygılar ve vurgular özellikle 1970'lerle birlikte iletişim çalışmaları alanında merkezî bir konum edinecektir. Kültürel çalışmaların ideoloji ve me-

tinlere yönelik ilgisi, kimi zaman ekolün kültürel pratikler ve yaşam biçimi olarak kültürle ilgili çalışmalarının geri planda yer almasına yol açacaktır. İdeoloji eleştirisi, söylem, göstergebilim, metin analizi gibi uğraşlar; insanların kültürü, medyayı hangi koşullar altında, ne şekillerde tükettiklerine dair ilgide bir azalmayı beraberinde getirecektir. İngiliz kültürel çalışmalar okulu başını David Morley, Ien Ang ve Dorothy Hobson gibi figürlerin çektiği isimler ve onların öğrencileri metin ve ideoloji ile ilgili konulardan ziyade izleyici araştırmalarına yöneldiler.

Kültürel çalışmalar ve izlerkitle araştırmaları

Kültürel çalışmalar geleneği Gramsci ve Althusser'e biçtikleri merkezî rol ile medya çalışmalarında baskı altında tutulan, göz ardı edilen "ideoloji"yi medya çalışmalarının asli ögesi haline getirmiştir. Fakat bu yaklaşım, kitle iletişim araçlarının ideolojik etkilerinin, bu araçların yaydığı mesajların metinsel yapısından çıkarılabileceği iddiasına yaslanıyordu. Yani ideoloji eleştirisi yapılmakla birlikte, medya ürünlerinin, metinlerinin, bu metinleri tüketen izleyiciler tarafından nasıl okunduğu, nasıl anlaşıldığı ya da nasıl kul-

lanıldığı soruları arka planda kalıyordu. Bu analitik söylemlerde kitle iletişim araçları izlerkitleyi yeterince araştırılmıyor ve bu araçların, tüketicileri üzerindeki etkisine kesin gözüyle bakılıyordu (Morley 1992:7). İngiliz kültürel çalışmalar disiplini içerisinde David Morley, Dorothy Hobson, Ien Ang, David Buckingham ve daha yakın zamanda

Izlerkitle: İngilizce "audience" sözcüğünün Türkçe karşılığıdır. Sadece izleme ile sınırlı olmayan her türlü medya tüketim faaliyetini (izleme, okuma, dinleme, maruz kalma vb.) gerçekleştiren kişi veya kişilere verilen addır.

Marie Gillespie gibi figürler metinlere, ideolojilere ve söylemlere odaklanmaktan ziyade medya metinlerini tüketen izlerkitleleri ele aldılar.

David Morley'in 1980 yılında yayımladığı *The Nationwide Audience* adlı çalışması izlerkitle çalışmalarında önemli bir dönüm noktasıydı. Mor-

Okuma: Her türlü sembolik içeriği, anlam içeren her türlü nesne ve pratiği yorumlama, anlama, uyarlama ve zihinde hali hazırda var olan sembolik içeriklerle ilişkilendirerek yeniden inşa etme. Bir dizi, sinema metni, gazete haberi, roman, sünnet düğünü ya da bir Şeker Bayramı ziyareti... Bunların hepsi okuma faaliyetinin konusu olabilir.

ley'in kendisi tarafından da sonraki yıllarda (1992; Morley ve Brundson 1999) eleştirilen bu eser, yayımlandığı günden beri izlerkitle çalışmalarının sürekli olarak hesaplaştığı bir çalışma oldu. Morley'in yaklaşımının üç önermesi şunlardı: İlk olarak, aynı olay birden fazla şekilde kodlanabilir; ikincisi, mesaj her zaman birden fazla potansiyel okumayı içinde barındırır. Mesajlar belirli oku-

maları diğerlerine önerecek ya da tercih edecek şekilde kodlanır fakat hiçbir zaman bir okuma ile kapanıma uğramazlar, çok anlamlı kalırlar ve son olarak ne kadar şeffaf ya da “doğal” görünürse görünsün, mesajların alımlanması sorunlu ve karmaşık bir süreçtir (Morley 1992:78–79). Fakat Morley’in çalışması, kullanımlar ve doyumlar kuramında olduğu gibi, mesajın alımlanışım bireylerin psikolojik ihtiyaç ve tatmin arayışları ile ilişkilendirmedi. *Nationwide*, izlerkitle üyelerinin televizyon mesajını alımlamaları ile toplumsal konumları (sadece sınıfla sınırlı olmayan) arasındaki yakın ilişkiyi sorunsallaştırdı. Voloşinov’un, dilsel göstergenin ve bilincin sosyo-ideolojik bir olgu olduğu vurgusunu takip eden Morley, dilsel ifadelerin psikolojik ya da bireysel değil, toplumsal olarak koşullandırılmış yapısına vurgu yapar. Morley, *Nationwide*’in sıkça alıntılanan şu pasajında izlerkitleyi birbirlerinden farklılaşmamış bireylerin toplamı olarak görmektense, karmaşık alt-grup ve alt-kültür dokuları içerisinde konumlandırır:

Burada ihtiyacımız olan şey, farklılaşan yorumlarla toplumun sosyoekonomik yapısını ilişkilendirebilmek; farklı “kültürel kodları” paylaşan farklı grup ve sınıfların üyelerinin verili mesajı nasıl farklı şekillerde yorumladıklarını göstermek; bunları sadece bireysel, bireye özgü düzeyde değil, grupların ve sınıfların sosyoekonomik konumlarıyla “sistematik bir şekilde ilişkilendirilmiş” bir şekilde ele almaktır. Kısaca, izlerkitle içerisindeki *alt-kültürel yapıların ve oluşumların* ve farklı grup ve sınıfların paylaştıkları *farklı kültürel kod ve yeterliklerin*, izlerkitle içerisindeki farklı kesimlerin mesajları alımlayışını nasıl “belirlediğini” göstermemiz gerekmektedir (Morley ve Brundson 1999:134).

Bu çerçeve dahilinde, Morley’in, izlerkitlenin sosyoekonomik konumları, sahip oldukları yeterlikler ve kültürel kodlara yaptığı vurgu Pierre Bourdieu’nün (1984) çalışmaları ile paralellikler taşır. Bourdieu’nün kültürel, entelektüel ve estetik yatkinlıkların toplumsal bir eleştirisini ve analizini sunduğu çalışmaları ile Morley’in, televizyon mesajının alımlanışının sosyoekonomik belirleyenlerine yaptığı vurgu benzerdir. Morley, sınırlı da olsa Bourdieu’nün çalışmalarına göndermede bulunur. Fakat akılda tutulması gereken nokta, Bourdieu sosyolojisinin “alılmama” sorunsalının çok ötesinde, failerin bahsi geçen yatkinlık ve yeterlikleri edindikleri mekanizmaları açıklamaya çalıştığıdır.

Nationwide çalışmasında, araştırmacı tarafından seçilmiş ve videokasetlere kaydedilmiş “Nationwide” şovunun iki bölümü çok farklı toplumsal arka plandan (farklı eğitim düzeylerine ve kültürel arka plana sahip, farklı coğrafyalardan gelen) gruplara izletilmiş ve bu gruplarla derinlemesine görüş-

meler ve odak grup toplantıları düzenlenerek bu grupların programları nasıl alınıldıkları araştırılmıştır. Morley, alımlama sürecinde sosyoekonomik konumlanışın “belirleyiciliğini” vurgularken, kişilerin kavramsal/kültürel çerçevelerinin doğrudan onların toplumsal konumlarından çıkarsanabileceği türden bir indirgemeciliğe kapılmamak gerektiğini de belirtmiştir. Asıl meydan okuma, toplumsal koşulların bireylere sundukları imkân ve sınırları anlayabilmektedir. Bu uyarılara karşın, Morley’in daha sonra kendisinin de kabul edeceği üzere, *Nationwide* çalışmasında hem “sınıf” ve “grupların” tanımlanışında hem de sosyoekonomik konum ve alımlama arasında kurduğu ilişkide önemli sorunlar mevcuttur. Toplumsal konumla alımlama arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmada toplumsal konumun kendisinin ne olduğu; sınıftan ne kastedildiği ve sınıfla kültür arasındaki ilişkinin nasıl ele alındığı yeterince açık değildir. Örneklem seçimi itibariyle gelir gruplarına ve sosyoekonomik statüye eşitlenen, sınıftan ziyade Weberyan statü gruplarına yaklaşan bir sınıflandırma mevcuttur. Pierre Bourdieu’nün teorik birikimine göndermede bulunmakla birlikte, Morley’in Bourdieücü sınıf analizine yaklaşımı son derece pragmatik ve sınırlıdır.

Turner (2016), *Nationwide* çalışmasının en önde gelen eksiklerinden birinin televizyon programı ile seyirci arasındaki ilişkinin ilk adımını es geçmesi olduğunu belirtir: En başta, izleyicinin o programı seçmesi. *Nationwide* çalışmasında katılımcılar arasında programı, eğer araştırma vesile olmasaydı hiç izlemeyecek olan kişiler mevcuttur. Araştırma kapsamındaki izleme faaliyetinin, doğal bir televizyon ortamı olan evde değil de araştırma merkezinde gerçekleştirilmiş olması da bir diğer eksikliklerdir. Ayrıca Turner katılımcıların derinlemesine görüşme ve odak grup toplantılarında yaptığı yorumların yeterince detaylı bir şekilde ele alınmadıklarından ve analiz edilmediklerinden yakındır. Bunun bir sebebi, araştırmaya kaynaklık eden Hall’un okuma türleri ile ilgili modelinin izleyici söylemleri arasında yeterli ayırım yapmaya izin vermemesidir. Bu yüzden, kendi içinde farklılaşan karşıt okuma biçimleri aynı başlık altında toplanarak genelleştirilir (Irvan 1994:208). Bütün bu sorunlara karşın, Morley’in çalışması, televizyon metninin çokanlamlı (*polysemic*) yapısının bir kavramsal soyutlamadan ibaret olmadığını ampirik olarak göstermesi bakımından değerlidir.

Morley, *Nationwide*’dan birkaç yıl sonra yayınladığı *Family Television*’da (1988), kendisinin de büyük ölçüde kabul ettiği ve eleştirdiği bu sorunları aşmaya çalışır. Stuart Hall, *Family Television* için yazdığı önsözde Morley’in çalışmalarının önemini şu sözlerle belirtir:

Morley’in çalışmaları, medya çalışmalarına uzun bir süre hâkim olan, eski tarz izlerlikle araştırmalarının ve bu araştırmaların monolitik “izleyici” kav-

rayışını ve safdil mesaj, anlam ve etki nosyonunun vadesi çoktan gelmiş çö-küşüne yardımcı olmuştur. Daha aktif bir izlerlikle kavrayışına ve farklı oku-maların oluşumunda rol oynayan kodlar ve yetkinliklere ilginin çekilmesine katkıda bulunmuştur. Bu yaklaşım kendini “metinler” üzerine çalışan diğer çalışmalardan, metinlerin yanı sıra, izlemenin ve yorumlamanın toplumsal boyutlarına ısrarlı bir şekilde dikkat göstererek ayırtmıştır. (Hall 1999b:V)

Nationwide kültürel çalışmalar problematiği içerisinde yer alan, özellikle de çerçevesi Hall’un “kodlama/kodaçımı” modeli ile çizilmiş bir çalışmadır. *Family Television*’da ise odak noktası “belirli program malzemelerinin izler- kitle tarafından tabi tutulduğu farklı ‘okumaların’ incelenmesinden, ev içi televizyon izleme bağlamının kendisine –yani, programların ‘okumalarının’ (genellikle) yapıldığı çerçeveye kayıyordu” (Morley 1988:2). Morley, *Nati- onwide* çalışmasının en önde gelen sorunlarından birinin katılımcı görüşme- lerinin evlerin dışında, yani katılımcıların doğal televizyon izleme alanları- nın dışında yapılması olduğunu kabul eder. Etnografik araştırma yöntemle- rinin büyük bir önem kazandığı yeni araştırma gündeminde ise televizyo- nun ev içinde kullanımı, aile içi roller ve televizyon izleme faaliyeti arasın- daki ilişkiler ve televizyon izleme faaliyetinin diğer boş zaman aktiviteleri ile olan ilişkisi (hobiler, ilgiler, meşgaleler vb.) gibi konuları inceler.

Morley, *Family Television*’da içerik analizi, derinlemesine görüşme gibi tekniklere ek olarak, katılımcı gözlem ve birlikte televizyon izleme gibi et- nografik yöntemlere de başvurdu. Alımlama analizinde sıkça başvurulanan bir yöntem olan izlerlikle etnografisinin ilk amacı “seyircinin alımlayışının ön plana çıkarılıp bilinçli ve iletilebilir hale geleceği bir görüşme durumunun yaratılmasıdır. İkinci görev, seyircinin programla ilgili kişisel anlayışı ve de- neyimini görüşmeciye iletmesini sağlamaktır” (Hoişer 2005:111). Ruddock, izlerlikle analizinde etnografik yöntemlere başvurulmasının sebeplerini şu şekilde özetler:

Etnografiyi izlerlikle araştırmacıları için çekici kılan nokta, elde edilmek is- tenen veriye doğallığında ve gerçekleşme anında ulaşmayı sağlaması ve böy- lece kitle iletişim araştırmalarının yapaylığını aşmaya yardımcı olmasıdır. Yöntemin kökenleri Branislaw Malinowski’nin tanımlayıcı ve yorumlayıcı antropolojisinde yatmaktadır. Malinowski, bir kültürün olduğu haliyle an- laşılmasının ancak gündelik yaşamın özenle gözlemlenmesi ve belgelenmesi ile mümkün olduğu fikrini savundu. Weber’de olduğu gibi, bu, kültürel ol- guların anlamının katılımcıların bakış açısından anlaşılmasını içerdi. (Rud- dock 2001:128)

Malinowski'nin, etnografinin amacının yerlinin bakış açısını, onun yaşamla ilişkisini kavramak, onun dünyayla ilgili anlayışını kavramak olduğuna dair vurgusu alımlama analizcileri tarafından izlerkitle çalışmalarına uyarlandı:

Biz de benzer biçimde, izleyicinin bir programla ilgili bakış açısını, alımlama ve bilgi yapılarını kavramak istiyoruz. Bunların çoğu, dile getirilemeyen bilgilerdir. Etnografları görüşme yaptıkları kişilerden bir şey öğrenmek için bir görüşme durumu yaratırken, bu dile getirilemeyen bilgiye ulaşmaya çalışır. (Hojjer 2005:111-112)

Alasuutari (1999:5) etnografik araştırma yöntemlerinin izlerkitle çalışmalarında önemli dönüşümleri birlikte getirdiğini söyler. İlk olarak, etnografik araştırma gündemi, konvansiyonel siyaset anlayışından kimlik –özellikle de toplumsal cinsiyet– konularına geçişi mümkün kılmıştır. İkincisi, etnografik araştırmalarla birlikte program içeriklerinden ziyade kitle iletişim aracının işlevlerine yoğunlaşmaya başlanmıştır. Yeni izlerkitle etnografisinde araştırmacı, televizyona sohbet için toplumsal bir kaynak olarak ya da televizyon kullanımının aile yaşantısı içerisinde toplumsal cinsiyet ilişkilerinden kaynaklı iktidar ilişkilerini nasıl yansıttığı ve ürettiği üzerinden yaklaştı. Son olarak, araştırmacılar alımlamayı, zincirin izlerkitle tarafındaki son halkasından doğru analiz etmeye çalışmışlardır. Yani, araştırmacı medyanın gündelik hayattaki rolüne odaklanmaktadır; gündelik hayatın bir programın alımlanışındaki etkisine değil. Yeni araştırma gündeminde, televizyonun kullanımları ile ilgili sorunlar merkezî önem kazandı. “Televizyondaki imgeler ve televizyon önünde harcanan zaman analiz edilmeye başlandığında halen sormamız gereken şey bu imgelerin tüketicisinin bunlara ne anlam verdiği ve bu zaman zarfında ne yaptığıdır” diyen Michel de Certeau'nun (de Certeau 1988:31) yorumdan da etkileniyordu.

Family Television çalışmasının örnekleme hepsi de güney Londra bölgesinde yaşayan, video kayıt cihazına sahip, iki yetişkin ve 18 yaş altı en az iki çocuk sahibi, 18 beyaz aileden oluşuyordu. İlk olarak ebeveynler, daha sonra da tüm aile ile birlikte ailelerin evlerinde yapılandırılmamış (bir buçuk saatle sınırlı) görüşmeler yapıldı. Morley, bu örneklemin temsili olmaktan uzak olduğunu, ama araştırmanın amaçlarını karşılayacağını ve daha ileride yapılacak daha kapsamlı araştırmalar için temel oluşturacağını vurguladı.

Araştırma sonuçları aile içi televizyon izleme pratiğinin erkek egemen bir süreç olduğunu ve bu süreçte erkeklerin hem neyin izleneceğine karar vererek hem de diğer aile fertlerinin seçimlerini hor görerek kabadayılık yaptığına işaret ediyordu. Erkeklerin televizyon izleme sırasında tümüyle sessiz

bir ortam istemeleri diğer aile fertleri tarafından baskıcı bir tutum olarak görülüyor; kadınlar mutfaktaki siyah beyaz televizyona, çocuklar ise odalarına çekilmeye mecbur kalıyorlardı. Araştırma, pek çok kadının, en sevdikleri pembe dizileri izlerken aynı zamanda yemek yaptıkları ya da çocukları yıkadıklarını, bu yüzden de televizyonu çok bölük pörçük bir şekilde takip edebildiklerini gösterdi. Aynı zamanda, pek çok kadın katılımcı, öğleden sonra kesintisiz pembe dizi izleme zevkini bir suçluluk ya da utanç meselesi olarak ele alıyordu. Morley'in tüm bu noktalardan hareketle vardığı nokta yine sıkça alıntılanan bir pasajda şu şekilde özetlenmektedir:

Burada kritik olan nokta, toplumsal cinsiyet ilişkilerine göre evin erkekler için öncelikle bir boş vakit alanı olması, kadınlar için de çalışma alanı olarak tanımlanmasıdır (ev dışında çalışanlar ya da çalışmasınlar). Bu durum, basitçe, evde televizyon izleme pratiği hakkında bir araştırma, tanımsal olarak erkeklerin tümüyle kendilerini vererek kadınlarınsa, ev içi sorumluluklarının yol açtığı dağılmış dikkat ve suçluluk duygusuyla yaptıkları bir işi incelemek olacaktır. Dahası, bu ayrışma, kamusal eğlence biçimlerin azalması ve video ve benzeri ev eğlence teknolojilerinin yaygınlaşması ile daha da önem kazanmaktadır. (Morley 1988:140)

Görüldüğü üzere, alımlama analizinin kurucu eserlerinden *Family Television*, aile içi televizyon izleme pratiğinin toplumsal cinsiyet ve aile içi iktidar yapısı ile ilişkisi hakkında son derece değerli bulgular sunmaktadır. Araştırma vurgusunun televizyon mesajının alımlanışından televizyonun kullanımına kayması izlerkitle çalışmalarında yeni bir araştırma gündeminin kuruluşuna yönelik önemli bir ilk adım olarak ele alınabilir. Çalışmanın kuramsal ve metodolojik katkıları da izlerkitle analizine damgasını vurmuştur.

Morley'in, *The Nationwide*'dan günümüze izlerkitle çalışmaları alanında yaptığı katkılar üzerinde özellikle durmamızın sebebi, hem çalışmalarının alana damga vurması hem de izlerkitle çalışmaları alanındaki temel kırılmalara ışık tutmasıdır. *The Nationwide*'da Hall'un kodlama/kodaçımı modelini sınayan; *Family Television*'da televizyonun hane içerisinde, gündelik hayatta kullanımına ve toplumsal cinsiyet ilişkileri ile ilişkisine odaklanan Morley, pek çok araştırmaya esin kaynağı olmuş ve pek çok araştırmacının da çalışmalarını doğrudan ya da dolaylı olarak desteklemiştir. Dorothy Hobson'un *Crossroads* araştırması; David Buckingham'ın *Eastenders* çalışması (bkz. Turner 2016) ve Marie Gillespie'nin (1995) Londra'nın Southall bölgesindeki Pencaplıların medya kullanımları üzerine araştırması İngiliz kültürel çalışmalar disiplini içerisinde izlerkitle meselesine son derece incelikli bakış sunan çalışmalardır. Tüm bu çalışmalarda araştırmacılar medya metinleri-

nin kimliklenme, sosyalleşme, gündelik yaşam, toplumsal cinsiyet ve diasporik aidiyet örüntülerindeki yerini, etnografik verilere dayanarak son derece akıcı bir şekilde ele almışlardır.

İngiliz kültürel çalışmalar okulu, elli yılı aşkın birikimiyle bugün medya, ideoloji, kültür ve siyaset konularında araştırma yapacak olan iletişim bilimciler ve sosyal bilimciler için büyük bir hazine olma özelliğini hâlâ barındırmaktadır. Yukarıda da bahsettiğimiz üzere, metin odaklı dönemde okulun kuruluş ilkelerinden ve fikrinden sapılmakla birlikte, yapılan izleyici araştırmaları ve etnografik yöntemi iletişim çalışmaları alanına tanıtımları kayda ve takdire değerdir. Bugün makale ya da tez yazmaya niyetlenen iletişim bilimcilerin kültürel pratiklere, uzun soluklu saha araştırmaları eşliğinde eğilen istek ve arzudan öğreneceği çok şey vardır.

Okuma Önerileri

- Okulun ayrıntılı tarihçesi ve değerlendirmesi için Turner (2016).
- Okulun kökenlerine inmek için Williams (2017), Thompson (2004, 2016).
- Okulun önemli eserlerinden biri için Hall (2017).
- Kültürel çalışmalar çerçevesinden Türkiye’de popüler kültür üzerine derinlikli bir inceleme için Özbek (1991).
- İzleyici araştırmaları için Binark (1992, 1994).

İLETİŞİMİN EKONOMİ POLİTİĞİ

Politikacılardan akademisyenlere dek herkes, kamusal iletişim sistemlerinin “kültür endüstrileri”nin parçası olduğu konusunda artık anlaşılmaktadır. Bu yaftanın popülerliği, bu örgütlerin hem öteki endüstrilere benzerliklerine hem de onlardan farklı olduklarına ilişkin artan bir farkındalığa işaret etmektedir. Bir yandan bu örgütler diler üretim alanlarıyla bir dizi ortak özelliğe sahiptirler ve giderek artan oranda genel endüstriyel yapıyla bütünleşmektedirler. Öte yandan bu endüstrilerin ürettikleri ürünlerin –gazeteler, reklamlar, TV programları ve filmler– insanların dünyayı anlamlı kıldıkları imgeleri ve söylemleri düzenlemede yaşamsal bir rol oynadıkları da aynı ölçüde açıktır. (Golding ve Murdock 1997:49)

Frankfurt Okulu ve Eleştirel Kuram’ı ele aldığımız bölümde Adorno ve Horkheimer tarafından kaleme alınan “Kültür Endüstrisi” makalesini hatırlayalım. Yazarlar bize, 20. yüzyılda kültürel alanın para ve ticaretle iç içe geçmiş yapısının bir eleştirisini sunuyorlardı. Adorno ve Horkheimer’in bu makaledeki en temel amacı, kültürel alanın tümüyle ticari kaygılar üzerinde yükseldiğini göstermekti. Kültürel alanda karşı karşıya kaldığımız tekdüzelik; klişeler; birbirini tekrar eden, birbirinin kopyası kültürel ürünler ve kültürel alana hâkim olan yabancılaşma halinin arkasındaki neden buydu: sürekli olarak daha fazla üretim ve daha fazla karlılık peşinde koşan bir ekonomik yapı.

Kitabımızın bu bölümü kitle iletişimini ekonomi politik yaklaşım çerçevesinde ele alan kuram ve kuramcılara ayrılmış durumda. Bu açıdan bakıldı-

ğında da kitle iletişiminin, şu ana kadar tartıştığımız çokça kuram ve kuramcı tarafından yeterince ele alınmayan, bazen de özellikle göz ardı edilen bir boyutuna odaklanacak çalışmamızın bu bölümü. Hemen bir noktayı açıklığa kavuşturalım; ekonomi politikten kastımız, eleştirel ya da radikal olarak adlandırabileceğimiz ekonomi politik yaklaşımlar. Adam Smith (1723-1790), David Ricardo (1722-1823) ya da Robert Malthus (1766-1834) gibi klasik ekonomi politikçiler –son derece önemli olmakla birlikte– bu bölümün konusunu oluşturmuyorlar.

Neden iletişim ekonomisi, medya ekonomisi değil de iletişimin ya da medyanın ekonomi politikliği diyoruz? İlk olarak sanırım bu soruyu cevaplamamız gerekiyor. Herkesin üzerinde uzlaştığı bir nokta şu: Medya aynı zamanda bir endüstri. Hatta ekonomik pasta günümüzde o kadar büyümüş durumda ki, medya her şeyden evvel bir endüstri denebilecek kadar ekonominin önem kazandığı görülüyor. Gerçekten de belirli bir açıdan bakıldığında medya endüstrisi ile diğer endüstriler arasında çok da büyük bir fark olmadığı söylenebilir. Lakin yine başka bir açıdan bakıldığında medya endüstrisini diğer endüstrilerden farklı kılan çok ama çok önemli bir nokta mevcut. Golding ve Murdock'ın yukarıdaki alıntıda da belirttiği üzere, bu endüstriler tarafından üretilen ürünler insanların dünyayı anlamlı kıldıkları imgeleri ve söylemleri düzenlemede yaşamsal bir rol oynamaktadır. Burada değiş tokuş edilen şey semboller ve anlamlardır. Ekonomi politik bakış açısını ayırksı kılan nokta ise iletişim faaliyetinin bu simgesel ve ekonomik boyutları arasındaki etkileşime ve ilişkiye odaklanıyor olmasıdır.

Ekonomi politik: Tanım ve özellikler

Mosco (2009:2) ekonomi politikğin pek çok tanımı arasından bir tanesi şu şekilde aktarır: “Dar anlamıyla *ekonomi politik*, *kaynakların üretim, dağıtım ve tüketimini karşılıklı olarak oluşturan toplumsal ilişkilerin, özellikle de güç ilişkilerinin incelenmesidir. Bu kaynaklardan biri de iletişim kaynaklarıdır.*” Mosco'ya göre bu pratik tanım son derece işlevseldir, çünkü dikkatimizi iletişim endüstrisinin nasıl işlediğine yöneltir. Örneğin bir Türk filmi yapımcıdan dağıtımçıya, oradan da izleyiciye nasıl ulaşmaktadır? İzleyicilerin tüketim alışkanlıklarının ve tercihlerinin üreticilerin vereceği kararlar üzerinde ne gibi etkileri vardır? Mevcut medya yapıları içerisinde üretici, dağıtımçı ya da tüketici olmak ne anlama gelmektedir? Bu konumların daha geniş toplumsal, siyasal ve ekonomik yapılarla olan ilişkisi nedir? Bir medya şirketinin medya sektöründeki çeşitli alanlarda yatırımlarının olması (dağıtım şirketi, televizyon, gazete, dergi, kitabevi zinciri, online alışveriş mağazası vd.)

ne gibi sonuçlar doğurmaktadır? Ya da bir medya şirketinin medya dışındaki sektörlerde (inşaat, enerji, otomotiv vd.) yatırımlarının olmasının ne gibi sonuçları vardır? Medya sektöründeki sahiplik durumu ne kadar çoğulcu veya eşitlikçidir? Bütün bu olguların tüketicilerin tercihleri üzerindeki etkisi ne olmaktadır? Ya da en can alıcı soruyu soralım: Mevcut medya yapıları içerisinde izlerkitle ne kadar özgürdür?

Tek tek kuramcılara ve ekonomi politik yaklaşımın temel ilgi alanlarına girmeden önce bu yaklaşımın temel özelliklerini sıralayalım:

1. Eleştirel ekonomi politik yaklaşım her şeyden önce toplumsal değişim ve tarihsel dönüşümlere odaklanır.

Eleştirel ekonomi politik yaklaşım anlamaya çalıştığı yapıları donuk, hareket etmeyen, değişmeyen ve dönüşmeyen birimler olarak ele almaz. Aksine, her zaman için aklında değişimin ve dönüşümün nasıl gerçekleştiğini anlamaya ve açıklamaya çalışır. Örneğin Karl Marx, kapitalizmi dönüştüren ve değiştiren, kapitalizm içerisinde yer alan dinamik güçlerin ne olduğunu anlamaya çalışır.

İletişimin ekonomi politiklığı de aynı şekilde, ele alınan medya yapılarını tarihsel serüveni içerisinde, yaşanan değişim ve dönüşümleri ele alarak anlamaya çalışır. Değişime neyin neden olduğu ve değişimin aktörlerinin kimler olduğu gibi sorular ekonomi politik yaklaşımın temel dertlerindendir.

Eleştirel ekonomi politik yaklaşım için dört tarihsel süreç merkezi önemdedir: Medyanın gelişmesi, şirket menziline genişlemesi, metalaştırma, devlet ve hükümet müdahalesinin değişen rolü.

2. Eleştirel ekonomi politik yaklaşım bütüncüdür (holistic).

Öğrenciler için kimi zaman anlaşılması en güç noktalardan biri budur. Bütüncü bir yaklaşım ne demektir? Bütüncü yaklaşım toplumu ve toplumsal ilişkileri birbirinden ayrı, birbirleriyle alakasız tekil öğeler olarak ele almaz. Bunun yerine, toplumsal, siyasal, ekonomik ilişkilerin iç içe geçtiği, sürekli olarak birbirlerini etkilediği, birbirleriyle etkileştiği bir bütünlük algısına sahiptir. Ekonomi politik “ekonomik örgütlenme ile siyasal, toplumsal ve kültürel yaşam arasındaki etkileşimle ilgilenir” (Golding ve Murdock 1997:54).

Marksist ekonomi politik yaklaşımın bütüncüllüğünden bahsetmek yerinde olacaktır. Çok tartışmalı bir konu olsa da Marx, ekonomik ilişkilerin diğer toplumsal ilişkiler üzerinde belirleyici bir rolü olduğunu iddia etmiştir. Yani ekonomi ile siyaset, ekonomi ile kültür arasında derin ve güçlü bir bağlantı vardır. Bu bağlantının nasıl kavranma-

sı gerektiği ise hem Marksist kuram içerisinde hem de toplum bilimlerinde derece devasa tartışmaların ve bölünmelerin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bu bölüme Adorno ve Horkheimer'in "kültür endüstrisi" kavramı ile başlamıştık. Kültür endüstrisi tam da bahsettiğimiz türden, bütüncü bir yaklaşıma örnektir. Kültürel hayattaki, kitle kültüründeki tekdüzelik, yabancılaşma, aynılaşma ve bayağılığın kökleri kültürel hayatın kendisinde değil, kapitalist ekonomik ilişkilerde aranır.

3. Eleştirel ekonomi politik yaklaşım *bir ahlak felsefesine dayanır*.

Ekonomi politik yaklaşım "adalet, eşitlik ve kamu yararı gibi temel ahlakî sorunlarla ilgilenebilmek için verimlilik gibi teknik konuların ötesine gider" (Golding ve Murdock 1997:53-34).

Eleştirel ekonomi politiği herhangi bir ekonomik paradigmadan ayıran nokta budur. Medya kurumlarının nasıl daha verimli, daha karlı olacağı türünden sorular ekonomi politik yaklaşımın ilgi alanlarından değildir. Aksine, ekonomi politik yaklaşım verimlilik ve karlılık gibi meselelere eleştirel bir şekilde yaklaşır. Örneğin bir medya kurumunun ne kadar karlı ya da verimli işlediğini sormak yerine; bu karlılık ve verimin kaynaklarına, verilen tavizlere, sömürülen emeğe veya medyanın yabancılaştırıcı etkilerine odaklanır.

4. Eleştirel ekonomi politik yaklaşımın dördüncü özelliği *praksis fikrine bağlılığıdır*.

Praksis fikrinin felsefedeki kökenleri çok derinlere inmektedir; iletişim çalışmalarına da Eleştirel Teori dolayısıyla girmiştir. "En genel tanımıyla praksis insanların dünyayı inşa ederken ve değiştirirken başvurdukları özgür ve yaratıcı etkinliğe karşılık gelmektedir" (Mosco 2009:34). Karl Marx emek süreçlerini praksisin merkezine yerleştirirken, Marcuse ve Habermas gibi Frankfurt Okulu temsilcileri emeği praksis türlerinden biri olarak ele alır ve praksise iletişimsel bir boyut ekler. Bir başka deyişle, Habermas'a göre iletişimsel eylem, emek gibi insani var oluşun ve özgürleşmenin anahtarlarından biridir.

Eleştirel ekonomi politik "dünyayı çözümlediği ölçüde onu değiştirmekle de ilgilenir" (Golding ve Murdock 1997:59)

5. Eleştirel ekonomi politik kapitalist teşebbüs ile devlet müdahalesi arasındaki dengeyle *ilgilenir*.

Medya yapılarının oluşum ve dönüşüm süreçlerinde devlet son derece önemli bir aktördür. Ülkeden ülkeye değişen özellikler sergilemekle birlikte, özellikle 20. yüzyılda devletin kendisi iletişim alanının mer-

kezî aktörlerinden biri olagelmıştır. Kimi zaman doğrudan girişimci, kimi zamansa düzenleyici olarak devlet iletişim alanında önemli işlevler üstlenir. Ekonomi politik çalışmaları bir açıdan devletin iletişim alanında üretici, dağıtıcı, tüketici ve düzenleyici bir güç olarak büyüyen varlığını anlayabilme amacıyla başladı denebilir.

1980'lerle başlayan süreçle birlikte, özelleştirme ve ticarileşme hamleleriyle çok sayıda ülkede devletin medyadaki ağırlığı azalmıştır. Eleştirel ekonomi politik bu yapısal dönüşüm süreçlerinin siyasal, ekonomik ve kültürel dinamiklerini ve sonuçlarını ele alır. (Golding ve Murdock 1997; Mosco 2009)

Şirketleşme ve yoğunlaşma süreçleri

İletişime eleştirel ekonomi politik yaklaşım kültürel malların üretimini ve bu üretim sürecinde yaşanan dönüşümleri inceler. Yaklaşımın özellikle üzerinde durduğu nokta ise kültür alanında şirket egemenliğinin kaydettiği sürekli büyüme ve artıştır. Gerçekten de günümüzde kültürel alandaki üretim hiç olmadığı kadar artmış durumdadır ve bu artışın arkasında irili ufaklı şirketler ya da ulusal ve uluslararası holdingler vardır. Bu aktörlerden bazıları o kadar büyümüştür ki, bunlardan bazıları düzinelerce ülkenin toplam servetinden daha fazla zenginliği ellerinde tutmaktadırlar. İletişime eleştirel ekonomi politik yaklaşım sadece kültürel alandaki aktörlerin ekonomik durumlarıyla ilgilenmekle kalmaz. Aynı zamanda genel ekonomik manzaranın kültürel yaşamdaki çeşitlilik ve demokrasi üzerindeki etkilerine de yoğunlaşır. Golding ve Murdock (1997:57), şirketlerin kültürel alana iki şekilde hükmettiklerini söyler:

İlk olarak, kültürel üretimin giderek artan bir oranından, gazeteler ve dergilerden, televizyon, film, müzik ve eğlence parklarına dek uzanan bir dizi sektörde çıkarları bulunan büyük şirket grupları doğrudan sorumludur. İkinci olarak, üretici olarak kültürel endüstrilerle doğrudan ilgisi olmayan şirketler, reklamcı ve sponsor rolleri aracılığıyla kültürel etkinliğin yönü üzerinde kayda değer bir denetim uygulayabilirler. (Golding ve Murdock 1997:57)

Kültür ve iletişim alanında şirketlerin öneminin artması ve gücün gitgide sahadaki büyük aktörlerin elinde toplanıyor olması eleştirel ekonomi politik yaklaşımın uğraştığı meselelerin başında gelir. Yoğunlaşma (*temerküz-concentration*) olarak adlandırdığımız bu olgu şirketlerin iletişimin üretim, dağıtım ve değişimini daha kolay bir şekilde idare etmelerini sağlar ve böy-

lelikle bilgi ve eğlenceye erişimdeki çeşitlilikte önemli bir daralma meydana gelir (Mosco 2009:159). Yoğunlaşmanın genellikle *yatay* ve *dikey* olmak üzere farklı türlerinden bahsetmek mümkündür.

Yatay yoğunlaşma – Medya alanında faaliyet gösteren bir şirket, kendi faaliyet alanındakinden farklı bir medya kuruluşunu (ya da bir kuruluşun bir bölümünü) satın aldığında yatay yoğunlaşmanın ilk biçimiyle karşılaşırız. Örneğin, gazete sahibi bir şirketin bir televizyon kanalına yatırım yapması buna bir örnektir. Ülkemizde de –aşağıda kısaca tartışacağımız üzere– bunun örneklerine, özellikle 1990’ların ardından sıkça rastlarız. Yatay yoğunlaşmanın bir başka biçimi ise, medya alanında faaliyet gösteren bir firmanın, medya alanıyla ilişkisi olmayan ya da tümüyle medya alanının dışından bir şirkete yatırım yapması örnek gösterilebilir.

Dikey yoğunlaşma – Belirli bir medya alanında faaliyet gösteren bir şirketin yine aynı medya alanının üretim-dağıtım-tüketim gibi diğer alanlarında faaliyet gösteren diğer şirketleri (tamamını ya da hisselerini) satın almasıdır. Örneğin bir film yapım şirketinin aynı zamanda dağıtım şirketine ve/veya sinema salonlarına sahip olması buna örnek olarak gösterilebilir.

Murdock ve Golding (1973:219), yatay ve dikey yoğunlaşmaya, *çeşitleme* stratejisini ekler. Medya şirketleri belirli bir sektördeki ekonomik durgunluğun yaratabileceği sorunları sınırlı tutmak amacıyla çok çeşitli alanlarda yatırımlar yaparlar. The Walt Disney Company örneğin film stüdyoları, televizyon ve radyo ağları, internet işletimleri, müzik yapım, tema parkları ve tatil yerleri, oyuncak ve eşya satımından oluşan geniş bir çeşitlemeye sahiptir (Laughey 2010:81).

Yatay-dikey yoğunlaşma ve çeşitleme sadece şirketlerin ekonomik durgunluğa ve çalkantılara karşı daha fazla bağışık olmalarını sağlamaz. Aynı zamanda yeni aktörlerin sektöre girmelerini de zorlaştırır ya da sektörde faaliyet gösteren aktörlerin ortadan kaldırılmalarını ya da yutulmalarını beraberinde getirir. Söylediğimiz üzere, yoğunlaşmanın ve tekelci eğilimlerin medya, toplumsal hayat ve demokrasi üzerinde son derece tahripkâr eğilimleri vardır ve eleştirel ekonomi politik bu tahripkâr sonuçları sorgular. Golding ve Murdock’un ifadeleriyle,

Kültürel üretim, şirketlerin farklı medya çıkarları arasındaki kesişimleri kullanan sinerjiler çerçevesinde inşa edilen ticari stratejilerce de güçlü bir şekilde etkilenmektedir. Şirketin gazeteleri, kendi televizyon istasyonlarına bedava reklam olanağı verebilirler ya da plak ve kitap bölümleri film bölümünün

pazara sürdüğü yeni bir filmle bağlantılı ürünler çıkartabilirler. Bunun etkisi, dolaşımdaki kültürel malların çeşitliliğini azaltmak şeklinde ortaya çıkmaktadır. (Golding ve Murdock 1997:63)

İletişimin metalaşması ve meta olarak izlerkitle

İletişimin ekonomi politliğini sadece sahiplik ve mülkiyet yapılarının incelenmesi ile sınırlandırmak sıkça düşülen bir yanıdır. Ekonomi politik yaklaşım için son derece kritik olan nokta iletişim ile metalaşma arasındaki ilişkiyi anlayabilmektir. Karl Marx'ın *Kapital*'deki başlangıç noktası metadır: "Kapitalist üretim tarzının egemen olduğu toplumun zenginliği, 'muazzam bir meta birikimi' olarak görünür, bunun birimi tek bir meta olarak görünmektedir. Araştırmamızın, bu nedenle, metanın analizi ile başlaması gerekir" (akt. Harvey 2012:29). Metalar piyasada alınır satılır, insanların arzularını, isteklerini ya da ihtiyaçlarını karşılarlar. Şeylerin kullanım değeri ile değişim değeri arasında bir ayrım yapan Marx metaların "değişim değerinin maddi taşıyıcıları" olma özelliğine odaklanır. Metaların kullanım değeri bir kenara bırakıldığında, geriye ortak tek bir özellikleri, emek ürünleri olmaları özelliği kalır. "Metaların ortak noktası, hepsinin üretiminde cisimleşmiş olan insan emeğinin taşıyıcıları olmalarıdır." (Harvey 2012:32)

Mosco (2009:130-131), metalaşma ile iletişim ilişkisinde iki genel boyutun varlığından bahseder. İlk olarak, iletişim süreçleri ve teknolojileri, bir bütün olarak ekonomideki genel metalaşma süreçlerine katkıda bulunur. Tekstil endüstrisinden örnek veren Mosco, küresel bilgisayar ve telekomünikasyon teknolojilerinde yaşanan ilerlemelerin sektördeki üretim-dağıtım ve satış süreçlerinin gelişmesindeki katkılarının altını çizer. Bu teknolojiler sayesinde işletmeler stok durumlarını, hammadde ve ürün ihtiyaçlarını çok daha etkili bir şekilde kontrol edebilmektedirler. İkinci boyut ise toplumda yaşanan genel metalaşma sürecinin iletişim süreçlerine ve kurumlarına nüfuz etmesi ve toplumsal metalaşmanın bir toplumsal pratik olarak iletişim üzerinde etkide bulunmasıdır. 1980'li yıllarla birlikte yaşanan özelleştirme ve ekonomik liberalleşme dalgası sonrasında iletişim alanında yaşanan dönüşümler buna örnek olarak gösterilebilir. Daha önceden devletin elindeki medya ve telekomünikasyon kuruluşları hızla özel girişimlere devredilir. Bu da kamu yayıncılığı dediğimiz şeyin yerini ticari yayıncılığın almasını beraberinde getirir. İletişim ve medya, tüm toplumsal kesimlerin ücretsiz bir şekilde ulaşabileceği bir şey olmaktan çıkar ve ekonomik gücü olanların ayrıcalığına dönüşür.

İletişimin metalaşması sürecinde medya içeriğinin metalaşması, yani fiyatı pazar tarafından belirlenen, alınır satılır mala dönüşmesi sürecine ek

olarak, izleyicinin kendisinin de bir metaya dönüştüğü iddia eden yaklaşımlar mevcuttur. Öğrencilerime televizyonda izledikleri içerikler için ne kadar ödediklerini sorarım. Ücretli platformlardan hizmet alanlar soruya net cevaplar verirken, diğer platformlardan televizyon izleyenlerin cevabı “Bedava izliyoruz” olur hep. Oysa ilk olarak izleyiciler, çok reklamı yapılan malların satış fiyatına ilaveler biçiminde program masraflarına katkıda bulunurlar. Yani marketten her alışveriş yaptığınızda bir önceki gece izlediğiniz/izlemediğiniz reklamından payınıza düşen kısmı ödersiniz. İkinci olarak, sistem içerisinde izleyicilerin kendileri medya kuruluşlarında reklam verenlere pazarlanan metalara dönüşürler: “Ticari yayıncılık ekonomisi, reklam geliri karşılığında izleyicilerin satılması çerçevesinde döner. Belli programlardaki reklam spotlarına şirketlerin ödedikleri fiyat, programın çektiği izlerkitlenin büyüklüğü ve toplumsal bileşimi tarafından belirlenir (Golding ve Murdock 1997:58). Bu yaklaşımın en çarpıcı savunusunu Dallas W. Smythe’in izlerkitleyi meta olarak ele aldığı çalışmalarında görürüz:

Reklamverenlerin reklam bütçeleriyle satın aldıkları şey nedir? Çıkarıcı işadamları olarak hayrına ya da havaya suya saçmıyorlar reklam paralarını. Satın aldıkları şey, öngörülebilen özelliklere sahip, belirli pazar alanlarında belirli iletişim araçlarındaki (televizyon, radyo, gazete, dergi, ilan panosu ve reklam postaları) programlarla sayı olarak tahmin edilebilir oranda ilgilenecek olan izlerkitlenin hizmetidir. Topluluk olarak, izlerkitleler metadır. Kısaca, reklamverenler izleyicinin ilgi/alakasını satın alırlar ve böylelikle izlerkitle meta haline gelir. (Smythe’in 2006:234)

Smythe kitle medyasında izlerkitlenin asli meta olduğunu iddia edecek kadar ileriye götürür argümanını. Bu bakış açısına göre izlerkitle emeği, kitle medyasının temel ürünüdür. Smythe’e göre süreç medya şirketleri, izlerkitleler ve reklamverenleri bir dizi karşılıklı ilişki çerçevesinde yan yana getirir. “Medya şirketleri kendi izlerkitlelerini oluşturmak için programlarını kullanırlar; reklamverenler bu izlerkitlelere ulaşmak için medya şirketlerine ödeme yapar; böylelikle izlerkitleler reklamverenlere sunulmuş olur” (Mosco 2009:137).

İzlerkitlelerin metalaşması ve izleyici emeği konularıyla ilgili uç bir yorum Sut Jhally ve Bill Livant’tan gelir. Marksist emek-değer kuramından hareket eden yazarlar izleme süresini üretken emek olarak kavramsallaştırarak kapitalist medyada meta üretimi ile ilgili izlerkitle-merkezli bir açıklama önerirler: “Nasıl ki işçiler emek güçlerini kapitalistlere satarlar, izleyiciler de seyretme güçlerini medya sahiplerine satar; nasıl ki emek gücünün, kulla-

nım değeri emektir, seyretme gücünün kullanım değeri de izleme kapasitesidir” (Allor 1988:220).

Bununla birlikte, Marksist ekonomi politik çerçevenin ve bu çerçeveye ait kavramların bu şekilde izlerkitle analizine uyarlanması esaslı eleştirilere maruz kalır. Örneğin Garnham bir meta olarak izlerkitle ve izlerkitle emeği üzerine şunları söyler:

Smythe'nin teorisi Marksist ekonomik teoride bir soyutlama olarak meta formunun işlevini yanlış anlamakta ve belirli türdeki metalar arasındaki (bu bağlamda, izlerkitle ve genel olarak meta formu arasındaki) ilişkiyi göz ardı etmektedir. Sonuçta bu teori herhangi bir çelişki mefhumundan yoksundur; doğrudan mübadele edilen kültürel metaları açıklayamaz; devletin rolünü açıklamakta yetersiz kalır; reklam işinin kendisini için sermayenin rolünü yeterli bir şekilde kavrayamaz ve belki de en önemlisi, kitle iletişim araçlarının izlerkitle üretme sürecini sınıf ve sınıf mücadelesi belirleyenleriyle ilişkilendirmekte başarısızdır. (Garnham 1979:132)

Bu eleştirilere karşın Smythe'nin analizi, özellikle son dönemde, yeni medya teknolojilerinin ve sosyal medyanın yaygınlaşması ile birlikte ekonomi politik yaklaşımın ilgisini çeken “duygusal emek” ve “kullanıcı türevli içerik üretimi” üzerine tartışmaları derinden etkilemiştir.

Ekonomi politik analizin izlerkitlelerle ilgili merak ettiği bir başka mesele ise tüketicilerin pazardaki konumudur. Daha önceki bölümlerde kullanımlar ve doyumlar ve İngiliz Kültürel Çalışmaları gibi ekollerden bahsederken tüketicinin özerkliğine ve özgürlüğüne yapılan –farklı derecedeki– vurgulardan bahsetmiştik. Örneğin John Fiske (1999), tüketici egemenliğine yaptığı aşırı vurgu ile bir uçta yer alır. Ekonomi politik yaklaşım ise tüketici egemenliğinin herhangi bir bütüncül anlamda açıkça imkânsız olduğunu iddia eder: “Hiç kimse kısıtlama olmaksızın istediği gibi ve istediği zamanda tüm kültürel ürünlere erişemez. Ekonomi politığın görevi, demek ki, böylesi özgürlüğü sınırlayan engelleri incelemektir. Ekonomi politik, bu tür engelleri maddi ve kültürel olmak üzere iki türde yorumlar” (Golding ve Murdock 1997:71). İletişime erişimde iki tür engelden bahsedilebilir. Birincisi mal ve hizmetlere erişimde yaşanan ekonomik sorunlardır. Herkes, her an dilediği iletişim teknolojilerine erişemez. Eriştiklerinde dahi süreç sona ermez, sürekli olarak yatırımı sürdürmek gerekir. Cep telefonu almak, akıllı telefona sahip olmak yetmez; aynı zamanda konuşmak için yeterli bakiyeye/kontöre, wifi'nin olmadığı ortamlarda mobil şebeke üzerinden bağlantıya sahip olmanız gerekir. Bütün bunlar için de sürekli olarak ödeme yapmanız lazımdır. Ekonomik engellere ek olarak bazı sembolik engeller de iletişim tekno-

lojilerine erişimimizi sınırlandırır. Örneğin –gitgide yaygınlaşmakla birlikte– eğitilmiş olanlar eğitimsiz olanlardan, gençler yaşlılardan, erkekler kadınlardan daha fazla ve daha yoğun bir şekilde internet kullanmaktadır. Kültüre erişim konusunda da toplumsal farklılıklar ve eşitsizlikler son derece belirleyici olmaktadır. Pierre Bourdieu, *Ayrım* (2015:27–28) adlı muazzam çalışmasında beğeni yargısının toplumsal bir eleştirisini sunar ve kültürel ürünlerin tüketilmesinde iki temel olguyu saptar: “Bir yandan kültürel pratikleri (ya da yaygın kanaatleri) eğitim sermayesine (sahip olunan diplomalarla ölçülen) ve ikincil olarak da toplumsal kökene (baba mesleğiyle ölçülen) bağlayan çok sıkı ilişki, öte yandan pratikleri ya da tercihleri açıklayıcı sistem içinde –denk eğitim sermayesine sahip olanlar arasında– toplumsal kökenin meşru kültürden uzaklaştıkça ağırlığının artması olgusu.” Bourdieu karmaşık bir sınıf analizine dayanan çalışmasında, kişilerin toplumsal uzamdaki konumlarıyla kültürel tüketimleri arasındaki içsel ilişkiyi analiz eder.

Yakın plan: Herbert I. Schiller ve medya emperyalizmi

İletişime ekonomi politik yaklaşımın en önemli tarihsel figürlerinden biri Amerikalı akademisyen ve araştırmacı Herbert I. Schiller'dir (1919-2000). Schiller, 20. yüzyılın ikinci yarısında medyanın durumunu, uluslararası ekonomi politik ilişkiler ağı ve dünya sistemi içerisinde konumlandırarak ünlü medya emperyalizmi tezini geliştirir. *Kitle İletişimi ve Amerikan İmparatorluğu* (Schiller 1969) adlı kitabında, yeni uluslararası ekonomik düzen içerisinde medyanın Amerikan emperyalizminin ve kültürel yayılmacılığının bir unsuru oluşunu ayrıntıları ile tartışır.

Medya-kültürel emperyalizm *genel* emperyalizm sisteminin bir alt kümesidir. (...) Gelişmiş, şirket ekonomisindeki medya-kültür ögesi, belirleyici endüstriyel-finansal sektörlerin ekonomik hedeflerini destekler (örneğin tüketim toplumunun yaratılması ve genişlemesi). Kültürel ve ekonomik alanlar birbirinden ayrılamaz. Kültürel üretimin kendi ekonomi politikliği vardır – ki bunun araba üretiminin ekonomi politikliğinden eksik kalır yanı yoktur. Nihayetinde kültürel ürün dediğimiz şey bir yandan ideolojik diğer yandan da karlı olması bakımından sisteme hizmet eder. Son olarak, son dönemdeki işleyişine bakıldığında, şirket ekonomisinin gitgide daha fazla medya-kültür sektörüne bağımlı hale geldiğini görmek mümkündür. (Schiller 2006:296)

Schiller'e göre medya artık gelişmiş ülkelerin liderliğinde çokuluslu şirketlerin (ÇUŞ) egemenliği altındadır. ÇUŞ'lar modern kapitalist ekonomi-

nin temel ekonomik birimleridir. Büyük bir çoğunluğu Amerikalıların mülkiyetinde olan birkaç yüz devasa ÇUŞ mal ve hizmetlerin üretim ve dağıtımını büyük oranda denetimleri altında tutarlar. Bu hâkimiyet iletişim ve kültür alanını da içine almaktadır. Diğer mal ve hizmet sektörlerine hâkim olan kurallar kültür ve iletişim endüstrisi için de geçerlidir: kar elde etme ve yeni pazar arayışı. Bu sistem merkez ülkelerle çevre ülkeler arasında eşitsiz bir bağımlılık ilişkisinin sürekli olarak yeniden üretilmesine yol açmaktadır: merkezden çevreye doğru tek taraflı devasa bir bilgi akışı meydana gelir (Schiller 1975:6). Schiller'e göre bu kısa vadeli ya da anlık bir mesele değildir. Modern kapitalist dünya sistemi başka bir işleyiş yolu bilmez.

Schiller'e göre artık ülkelerin kendilerine ait ulusal pazarlarının olduğu ve kendi pazarlarını gümrük duvarları gibi mekanizmalarla koruduğu bir ekonomik düzenden bahsetmek mümkün değildir. Özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrasında, Amerikan liderliğinde, tüm dünya tek bir ekonomik pazar haline gelmiştir. Tek pazarın hâkimiyetindeki bu dünyada üretimin koşulları ve nitelikleri bu pazarın merkezi tarafından belirlenmektedir. Schiller'e göre dünya sisteminin merkezinde başta Amerika Birleşik Devletleri olmak üzere gelişmiş Batılı devletler vardır. Devletler elbette ortadan kalkmamıştır. Lakin devlet müdahalesi denen şeyin kendisi genellikle ülke içindeki egemen sınıfların lehine olmaktadır.

Çevre ülkelerin, merkez ülkelerin ekonomik ve politik çıkarlarına boyun eğmek zorunda kaldıkları; devasa holdinglerin kültürel alanın her santimetrekaresini kontrolleri altına almak için mücadele ettikleri; merkez ülke kültürlerinin, daha doğrusu Amerikan kültürünün çevre ve hatta diğer merkez ülkelere ithal edildiği bu manzarayı en güzel şekilde tanımlayacak terim "kültürel emperyalizmdir".

Kültürel emperyalizmin yaygınlaşmasının önemli ayaklarından birini medyanın, özellikle de televizyon yayıncılığının ticarileşmesi ve özelleştirilmesi oluşturur. Latin Amerika ülkelerini örnek gösteren Schiller televizyon yayıncılık alanının ticarileşmesi ve özelleştirilmesi ile birlikte tam da ÇUŞ'ların ve onların yerli ortaklarının istedikleri bir medya ortamının oluşturulduğunu söyler. Schiller, bir araştırmanın Venezuela ile ilgili yargısını aktarır: "Günümüzde Venezuela'da ticari televizyon yayıncılığı büyük oranda reklam, şiddet ve ithal filmlerden ibarettir." (Schiller 1975:10)

Kültür emperyalizmi basitçe merkez ülkelerde üretilen kültür ürünlerinin çevre ülkelerce tüketilmesinden ibaret değildir. Schiller için kültür emperyalizmi çok daha kapsamlı bir sömürgeleşme sürecine işaret etmektedir. Örneğin kültür emperyalizmi ve kültürel ürünlerin merkez ülkelerden ithali yerel kültürü ve yerel kültür üreticilerini taklide ve öykünmeye zorlar. Kültürel alan gitgide Amerikanlaşır ve egemen anlatıların kopyaları ile

dolup taşar. Başka bir örnek ise eğitim alanında yaşanan dönüşümdür. Kültür emperyalizminin bir sonucu olarak çevre ülkelerdeki eğitim ve araştırma süreçleri, çokuluslu şirket ekonomisinin gereklerine göre yeniden yapılandırılır. ÇUŞ'lar, merkez ülkelerin saygın üniversiteleri ve merkez devletler çevre ülkelerde yeni okulların açılması ya da yeni eğitim programlarının başlatılması için girişimlerde bulunurlar. Schiller buna örnek olarak Latin Amerika'da ABD desteğiyle açılan gazetecilik okullarını gösterir. Çevre ülkelerdeki araştırma ve bilimsel faaliyetle ilgili önceliklerin de belirlenmesinde merkez ülkeler ve ÇUŞ'lar etkin rol oynar. Hangi konuların araştırılmaya ve desteklenmeye değer olup olmadığına çevre ülkeler değil, merkezdeki aktörler karar verir.

Turizm, Schiller'e göre kültür emperyalizminin diğer araçlarından biridir. "Turizmle birlikte her şey ama her şey alınır satılır metalara dönüşür: İnsanlar, âdetler, kutlamalar, yiyecekler, kıyafetler, sanat, el işleri. Topluluğun kendisi bir pazara dönüşür" (Schiller 1975:15). Kitle iletişim araçlarında yaşanan dönüşümler; özellikle uydu teknolojisi ve naklen yayıncılıkta yaşanan gelişmelerle birlikte merkezdeki spor etkinlikleri çevre ülkelere taşınır. Önde gelen spor müsabakalarının (örneğin boks maçlarının ya da futbol maçlarının) merkez ülkeler dışındaki ülkelerde yapılması buna örnek olarak gösterilebilir. Çevre ülkelerdeki ekonomik seçkinler bu süreçten kendi paylarını alabilmek için ciddi bir çaba harcarlar. Bu yüzden söz konusu olan merkezin çevreyi işgali değil, merkez ile çevre seçkinleri arasındaki bir işbirliğidir (Schiller 1975:16).

Schiller'in medya emperyalizmi tezi çokça eleştiri alır. Kimileri artık emperyalizmin günümüz toplumlarını anlamada yararlı bir kavram olmadığını; emperyalizmin yerini küreselleşmenin aldığını söyler. Özellikle 1980'lerin ardından bu tezler yaygınlık kazanır. Buna göre, dünya artık ABD'nin ve birkaç büyük aktörün egemenliği altında değildir. Aktörler ve güç merkezleri çok çeşitlenmiş, merkez-çevre ülkeler ayrımı geçerliğini yitirmiştir. Ayrıca iletişim ve ulaşım teknolojilerindeki yenilikler, devletlerarası sistemden ayrı, küresel bir sivil toplumun ortaya çıkmasına yol açmıştır. Son olarak, izleyiciler artık egemen kültürel güçler tarafından şekillenmemektedir ve medya içeriği gitgide bireyselleşmiştir. Bireyler diledikleri medya içeriklerini kendi beğeni ve ihtiyaçlarına göre diledikleri gibi tüketmekte ve şekillendirmektedirler (Schiller 2006:299). Schiller tüm bu iddialara 1991 yılında kaleme aldığı "Daha Emperyalizm-sonrası Döneme Geçmedik" başlıklı makalesinde tek tek yanıt verir.

Schiller medya emperyalizmi kuramını 1960'ların sonunda ortaya atmış ve sonraki yıllarda geliştirmişti. 1990'lara gelindiğinde ise gerçekten de dünyada çok büyük değişim ve dönüşümler yaşanmıştı. Schiller de makalesin-

de bu değişikliklerin birçoğunu kabul etmekle birlikte özetle şunu söylüyordu: “Evet, çok şey değişti ama emperyalizm ortadan kalkmadı; daha ziyade değişimlerle birlikte yeni biçimlerle hâlâ varlığını sürdürüyor.” Örneğin 1990’larda televizyon hâlâ önemli olmakla birlikte ona yeni iletişim teknolojileri eklendi. Medya şirketleri ve holdingler de muazzam bir şekilde büyüdü. Eskiden Amerikan televizyon programlarının egemenliğinde olan kültürel alanda şimdi İngilizcenin hâkimiyeti söz konusudur: Amerikan tarzı AVM’lerde alışveriş yapmak, Disney tipi tema parklarında eğlenmek, uluslararası sanatçılar tarafından seslendirilen müzikleri dinlemek, uluslararası haber ajanslarından haber takip etmek, ticari çoksatınların çevirilerini okumak, franchise fast-food restoranlarda yemek yemek gibi çeşitli faaliyetler kültürel alanı çeşitlendirdi. Schiller’e göre Amerikan ekonomik ve siyasi gücü görece olarak gerilese de kültürel olarak Amerikan gücü ve etkisi hâlâ yaygınlığını korumaktadır. Yeni kültürel güçler ve kültürel üretim alanları ortaya çıksa da bunlar Amerikan kültürel kodlarının ve şemalarının tekrarından ve taklidinden öteye geçememiştir. Bununla birlikte, küreselleşme tezlerinin iyimserliğinin aksine, dünya nüfusunun çok büyük bir kısmı hâlâ sömürü, sefalet ve açlık gibi sorunlarla boğuşmaktadır.

Yine de Batı medyasının, özellikle de ABD medyasının eski gücüne sahip olmadığını, Batı medyasının hegemonyasına karşı bölgesel girişimlerin olduğunu görmek mümkündür. Örneğin, Katar’da kurulmuş olan ve 1996 yılında faaliyete geçen El Cezire buna bir örnek olarak gösterilebilir (Ritzer 2011:302). Bir başka örnek de Hindistan menşeili Bollywood’dur. Ayrıca Türkiye’de son yıllarda gitgide büyüyen dizi endüstrisi de bir örnektir. Türkiye’de üretilen diziler Kuzey Afrika ve Ortadoğu, Avrupa, Asya, Güney Amerika ülkelerine ihraç edilmekte ve yaklaşık yarım milyar dolarlık bir pazar oluşturmaktadır. Elbette Amerikan kültür endüstrisi ile ekonomik açıdan karşılaştırılması mümkün olmasa da diziler Türkiye’de televizyon akışının büyük bir kısmını kapsamakta ve televizyon izleyicisinin temel tüketim ürünü olarak dikkat çekmektedir (Özçetin vd. 2017). Bir başka deyişle, yerel medyanın ve yerel medyanın üretimlerinin kültürel hayatta kapsadığı çok önemli bir alan mevcuttur. Benzer bir durum sinema için de geçerlidir. Hollywood egemenliğini kayıtsız ve istisnasız bir şekilde kabullenmek mümkün görünmemektedir. Türkiye’nin de içinde bulunduğu pek çok ülke kendi sinema ekollerini ve sinema dillerini geliştirebilmekte ve bunu dış pazarlara sunabilmektedirler. Özetle, kültürel alan, basitçe merkez ülkelerin kültür alanının sınırlarını ve kurallarını tek taraflı dikte ettiği basit bir tahakküm alanı değildir. Kültürel emperyalizm tezlerini değerlendirirken bu çeşitlilikleri ve farklılaşmaları da hesaba katan bir yaklaşım geliştirmek şarttır.

Yakın plan: Edward S. Herman ve Noam Chomsky ve Rızanın İmalatı

1928 yılında ABD’de Pennsylvania’da doğan Noam Chomsky, 20. yüzyılın en büyük muhalif entelektüellerinden biridir. Halen Amerika Birleşik Devletleri’nde yaşayan Chomsky Boston’daki Massachusetts Institute of Technology’de dilbilim profesörü olarak çalışmalarını sürdürmektedir. Chomsky hayatı boyunca kamu yararı, insan hakları, ifade özgürlüğü gibi fikirleri savundu ve sadece bir akademisyen olarak değil, aynı zamanda bir eylemci olarak da her zaman dezavantajlı, ezilen toplumsal grupların yanında oldu. Amerika Birleşik Devletleri’nin emperyalist müdahalelerinin hep karşısında yer aldı. Chomsky’nin Herman’la buluşması da 1998 yılında yüzyılın en önemli eleştirel ekonomi politik eserlerinden birinin ortaya çıkmasıyla sonuçlandı: *Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası*.

Herman ve Chomsky’nin amacı medyanın muhalif sesleri marjinalleştirerek hükümet politikalarını ve büyük şirketlerin kararlarını nasıl desteklediğini açıklayan bir *propaganda modeli* taslağı ortaya koymaktı (Laughey 2010:78).

Kitle medyası, mesajları ve sembolleri sıradan insanlara ileten bir sistem olarak hizmet verir. Eğlendirmek, avutmak, bilgi vermek ve bireyleri toplumun bütününe eklemleyen değerleri, inançları ve davranış kodlarını aşılacak işlevleri arasındadır. Refahın belirli ellerde toplandığı ve sınıfsal çıkar çelişkilerinin bulunduğu bir dünyada, bu rolü yerine getirmek sistematik bir propagandayı gerektirir. (Herman ve Chomsky 2012:72)

Herman ve Chomsky’ye göre, medyanın devletin değil de özel teşebbüsün elinde olduğu düzenlerde propaganda makinesinin işleyişini görmek daha zordur. Yazarlar basitçe, medyanın güncel olayları tarafsız bir şekilde iletmediğini; medyanın belirli önyargıları ve bakış açılarını pekiştirdiğini vurgular. Yukarıda, eşik bekçiliğini andırır bir şekilde, medyada neyin haber olup olmayacağına ya da neyin nasıl haberleştirileceği konusunda belirli filtre ya da süzgeçlerin işbaşında olduğunu söylerler. Propaganda modeli “hangi yollarla paranın ve gücün basılmaya uygun haberleri süzgeçten geçirebildiğini, muhalefeti marjinalleştirdiğini, hükümetin ve hâkim özel çıkar gruplarının mesajlarını halka iletebildiğini ortaya çıkartır.” (Herman ve Chomsky 2012:72)

Propaganda modelinin altını çizdiği haber süzgeçleri kümesi beş ayrı başlık altında toplanır. Herman ve Chomsky’e göre bu bileşenler birbirleriyle etkileşime girer ve birbirlerini pekiştirir. Olayların haber niteliği kazanma

sürecinde peş peşe bu süzgeçler devreye girer. Süzgeçler öylesine doğallaşmışlardır ki medya profesyonelleri haberleri objektif ve mesleki ilkelere göre sundukları konusunda hiçbir şüpheyi düşmezler.

- 1) *Hâkim kitle medyası firmalarının büyüklüğü, tekelleşmiş mülkiyeti, sahibinin serveti ve kar yönelimi*: Medyanın tarihsel gelişimi medya girişimlerinin çaplarının ve sermaye maliyetlerinin artmasının tarihidir aynı zamanda. Maliyet artışı demek, belirli bir medya yatırımı için gerekli ilk sermayenin yükselmesi; yani büyük oranda, halihazırda sermayesi ve ekonomik gücü olan aktörlerin medya sektörüne girmesi anlamına gelmektedir. Bu da muhalif veya radikal olarak adlandırılabilen medya girişimlerinin ortadan kalkması anlamına gelir. Sözgelimi, 1855 yılında Londra’da günlük bir gazete çıkarmak için gereken sermaye 20 bin sterlinken bu miktar 1870’lerde 150 bin sterline yükselir. 1920’lerde gereken miktar ise 750 bin sterlin olmuştur.

Bu eğilim güçlendikçe medya şirketleri palazlanmış, yatay-dikey-çapraz yoğunlaşmalarla birlikte medya-pazar bütünleşmesi doruğa ulaşmıştır. Medya holdinglerinin muazzam büyüklüğe ulaşması; uluslararasılaşma; medya dışındaki ekonomik aktörlerin (finans sektörü gibi) medyaya adım atması gibi etmenler medya kuruluşları üzerinde muazzam baskılar oluşturur. Bu eğilimler medya şirketleri ile hükümetler/devletlerarasındaki ilişkinin de sıkılaşmasına yol açar. Zira hükümetlerin vereceği kararlar ve meclislerin çıkaracağı yasaların medya kuruluşlarının ekonomik faaliyetleri ve karlılıkları üzerindeki etkisi muazzam boyutlardadır. Vergi yasaları, emek politikaları, faiz oranları ve anti-tekel yasaları gibi unsurlar medyayı devlete gebe kılar.

- 2) *Kitle medyasının temel gelir kaynağı olarak reklamcılık*: Medya girişimlerinin gelişiminde reklamcılığın önemli bir dönüm noktası olduğu söylenebilir. Reklamların gazete sayfalarında kendini göstermediği dönemlerde gazetenin maliyeti sadece gazete satışından sağlanıyordu. Reklamcılık bu zorunluluğu ortadan kaldırdı. Ekonominin gitgide büyüdüğü, medyada şirket egemenliğinin arttığı süreçte medya kuruluşlarının reklam gelirlerine ve reklam verenlere olan bağımlılığında muazzam bir artış yaşandı. Reklam verenler de bu bağımlılığı medya içeriğini şekillendirmede kullanmaktan çekinmedi. Herman ve Chomsky’ye göre reklam veren kuruluşlar nadir istisnalar dışında kültürel ve politik açıdan muhafazakârdır. “Televizyonda reklam veren büyük şirketler, çevre tahribatı sorunu, askerî-sanaayi, kompleksin işleyişi ya da şirketlerin Üçüncü Dünya diktatörlüklerine verdikleri des-

tek ve onlardan sağladıkları çıkarlar gibi şirket faaliyetlerini ciddi bir şekilde eleştiren programları nadiren destekleyeceklerdir” (Herman ve Chomsky 2012:87).

- 3) *Kitle medyasının haber kaynakları*: Kitle medyası ekonomik zorunluluk ve karşılıklı çıkarlar yüzünden güçlü bilgi kaynaklarıyla simbiyotik (ortakyasar) bir ilişkiye girmek zorundadır (Herman ve Chomsky 2012:88). Medyanın her önemli olayda her yere muhabir ve kamera göndermesi ve haber kovalaması ekonomik açıdan ciddi yük getireceği için resmî haber kaynaklarından beslenmek son derece karlıdır. Statüleri ve prestijleri sebebiyle hükümet ve şirket kaynaklarının güvenilir ve doğru olduğuna dair kanı da buna eklenince haberler genellikle resmî söylemin dolaşıma sokulduğu, bürokratik bakış açısının yeniden üretildiği araçlar haline gelirler.

Temel haber kaynaklarını oluşturan büyük hükümet ve şirket bürokrasi-lerinin halkla ilişkiler faaliyetlerinin boyutu çok büyüktür ve bu kuruluşların medyaya sesini duyurmasını garanti eder. Örneğin Pentagon, her yıl yüz milyonlarca dolar harcayan ve yalnızca herhangi bir muhalif kişi ya da grubun değil, bu grupların *toplamının* halka ilişkiler kaynaklarını gölgede bırakacak düzeyde, binlerce kişinin çalıştığı bir halkla ilişkiler servisine sahiptir. (Herman ve Chomsky 2012:89)

- 4) *Medyayı disiplin altına alan bir araç olarak “tepki üretimi”*: Medya kuruluşları sürekli olarak yaptıkları haberler dolayısıyla hükümetlerin ve şirketlerin, kimi zaman da tüketicilerin baskısı altındadırlar. Bir açıklamaya ya da programa karşı gösterilen olumsuz tepkilere örnek olarak eleştiri mektupları, telgraflar, dilekçeler, davalar, kongrede yapılan konuşmalar, gösteriler ve bildiri dağıtma gibi eylemler gösterilebilir. Örgütlü tüketici boykotu da bu baskılar arasında gösterilebilir. Herman ve Chomsky, vakıflar, düşünce kuruluşları ya da dernekler gibi sivil toplum kuruluşlarının da tepki üretiminde rol oynadıklarını; 1970’li ve 1980’li yıllarda CIA gibi devlet organlarıyla yakın ilişkide olan bazı sivil toplum kuruluşlarının medyaya karşı tepki örgütlediklerini belirtir. Yazarlara göre hükümet, sürekli medyaya saldıran, onu tehdit eden, “düzelten” ve resmî çizgiden muhtemel sapmaları önleyen büyük bir tepki üreticisidir.

- 5) *Ulusal bir din ve denetim mekanizması olarak “anti-komünizm”*: Herman ve Chomsky’ye göre Amerikan medyasındaki önemli süzgeçlerden

biri de komünizm karşıtlığı olmuştur. “Çoğunlukla komünizm yanlısı olmakla ya da yeterince anti-komünist olmamakla suçlanan ülke içindeki liberaller, anti-komünizmin egemen din olduğu kültürel ortamda sürekli olarak savunma konumunda tutulurlar” (Herman ve Chomsky 2012:99). Medyadan hem komünist propaganda olarak sayılabilecek içerikleri ayıklaması; hem de bunun üzerine komünizm karşıtı etkin bir faaliyet göstererek kapitalist rejime sadakatini sürekli olarak kanıtlaması beklenir.

Herman ve Chomsky’nin propaganda modeli, medyanın ekonomi politikasını anlamak için zengin bir çerçeve sunmakla birlikte ciddi eleştirilere de maruz kalmıştır. Yazarlar medyanın ekonomi politikasını incelerken tüm dikkatlerini aktörlere ve aktörler arasındaki ilişkiler odaklamış durumdadırlar. Oysa kapitalizm sadece aktörler arasındaki ilişkilerin bir toplamından ibaret değildir; aksine, aktörler, kendi eylem alanlarını sınırlandıran yapılarla çevrelenmiş durumdadırlar. Siyaset teorisinde ve toplumsal teoride kökleri çok öncelere giden bir tartışmadır aslında söz konusu olan: Yapı ile fail ya da yapılar ile aktörler arasındaki ilişkinin nasıl açıklanması gerektiği. Konuyla ilgili daha derinlikli bilgi için Nicos Poulantzas (1936-1979) ve Ralph Miliband (1924-1994) arasındaki tartışmaya ya da Anthony Giddens (1938-) ve Pierre Bourdieu (1930-2002) gibi araştırmacıların yapı-fail üzerine çalışmalarına bakılabilir. Herman ve Chomsky’nin propaganda modeline Golding ve Murdock tarafından yöneltilen eleştiri ile bu yakın plan bölümünü bitirelim:

(...) araçsalcılar stratejik müdahalelere odaklanarak sistemdeki çelişkileri gözden kaçırmazlar. Medya sahipleri, reklamcılar ve anahtar politik personel her zaman dilediklerini yapamazlar. Kolaylaştırdığı kadar kısıtlayan, fırsat sunduğu kadar sınırlama koyan yapılar içinde işlerler. Bu sınırların doğasını ve kaynaklarını çözümlemek, kültürün eleştirel bir ekonomi politikası için temel bir görevdir. (Golding ve Murdock 1997:55-56)

Küreselleşme, küresel kültür endüstrisi ve yaratıcı endüstriler

Küreselleşme, ekonomi politik yaklaşımın çözmeye ve anlamaya çalıştığı olguların en önemlilerindendir. Ekonomi politik yaklaşımın 1970’li yıllarla birlikte güç kazanmasında rol oynayan faktörlerden birinin kültür endüstrisinde küreselleşme yönündeki eğilimlerin güç kazanması olduğu söylene-

bilir. Son derece kapsamlı ve tartışmalı bir süreç olan küreselleşme ile iletişim teknolojileri arasında içsel bir ilişki mevcuttur. Küreselleşmenin önemli boyutlarından birisi iletişimin önündeki zamansal ve mekânsal sınırların ve engellerin zayıflaması ve ortadan kalkmasıdır. Anthony Giddens'in (2012) zaman-mekân uzaklaşması terimi, günümüz toplumlarında zaman ve mekânın ne denli esnek hale geldiğine işaret eder. Bir başka kuramcı olan David Harvey (1997) ise zaman-mekân sıkışması terimi ile günümüz küresel kapitalizminde özellikle finansal işlemlerin ve paranın hayret verici bir hızla hareketine yoğunlaşır. Sadece bir komutla milyarlarca doların Wall Street'ten başka bir yere birkaç saniye içinde gönderilebilmesi buna verilebilecek örneklerden biridir.

Lash ve Lury (2008) kültürün küreselleşmesi üzerine yaptıkları tartışmada 1970'lerin sonundan itibaren tüm dünyayı saran derin bir dönüşümün yaşandığını iddia ederler. Araştırmacılar, Adorno ve Horkheimer'in kültür endüstrisi kavrayışının artık günümüz dünyasında geçerliliği olmadığını, kültürün ulusaşırı yeni bir biçim kazandığını söylerler. Artık kültür endüstrisi değil, küresel kültür endüstrisinden bahsedilebilir. Kültürün küreselleşmesi, kültürel alanın kurallarının köklü olarak dönüştüğü bir süreçte işaret eder. Araştırmacılara göre belli başlı dönüşümler şunlardır:

- **Özdeşlikten farklılığa:** Kültür endüstrisinde kültürel ürünlerin özdeşliği ve rasyonel tekdüzeliği hâkim biçimken; küresel kültür endüstrisinde kültürel ürünler çeşitlilik ve belirsizlikle tanımlanır.

Kültür endüstrisinde üretim, özdeşliğin Fordist ve emek-yoğun üretime dayanır. Basitçe söyleyecek olursak, aynı türden ürünler, emeğin üretim sürecine yoğun bir şekilde dahil olduğu bir şema içerisinde üretilirler. Küresel kültür endüstrisinde ise üretim, farklılığın post-Fordist ve tasarım-yoğun üretimine dayanır. Çok çeşitli, farklı, hareketli, akışkan, hızlı ve değişken bir üretim sürecinden ve tasarımın baskın öneminden bahsetmek mümkündür.

- **Metadan markaya:** Kültür endüstrisi metalar yoluyla hüküm sürmekteyken, küresel kültür endüstrisinde hâkimiyetin anahtarı markalardır. Lash ve Urry metanın donuk, şekilsiz, kimliksiz, ölü var oluşunun karşısına; markaların hareketli, canlı, ilişkisel, kendini farklılık üzerinden kuran varlığını koyar. Meta özdeşliğin, markalar ise farklılığın inşasına yaslanır.
- **Temsillerden şeylere:** Kültür endüstrisinde kültürel alan imalat endüstrisine dayalı ekonomik alandan ayrı bir temsil sistemini anlatırken, küresel kültür endüstrisinde kültürel alan üretim alanının ta kendisidir. "Burada mallar enformasyonel, emek duygusal, mülkiyet

zihinsel ve ekonomi de genel olarak kültürel bir biçim alır” (Lash ve Lury 2008:7).

- **Sembolikten gerçeğe:** Kültür endüstrisinde gerçek dünya ile sembolik dünya arasında katı bir ayırım söz konusudur. Kültürel alan sembolik olanı, rüyayı ya da temsiller dünyasını anlatırken, üretimin alanı gerçek toplumsal ilişkilerin alanıdır. Oysa küresel kültür endüstrisi için kültür, bizzatıhi üretim alanına dahil olduğu için, sembolik alan gerçek alana iner. Anlam artık yorumla ilgili bir şey değil, yapıp etmeyle ilgilidir.

Lash ve Lury’nin kültürün küreselleştiği ve yeni bir küresel kültür endüstrisinin ortaya çıktığına dair tezleri orijinal ve ilgi çekici gelmekle birlikte, küresel kapitalizmin yapısını çözümlerken çok önemli bir noktayı atladıkları görülmektedir. Yeniliğe yapılan vurgu, kapitalizmi kapitalizm yapan ve değişmemekte direnen özelliklerinin baki olduğu gerçeğinin göz ardı edilmesine yol açtı: Özel mülkiyet, eşitsiz gelişme, sömürü, yabancılaşma ve diğerleri. Zaman, mekân ve iletişim başlıklı son bölümde Castells’in fikirlerini ele alırken bu noktanın altını bir kere daha çiziceğiz. Lakin bundan önce, yaratıcı endüstri kavramını ele almak kültür endüstrisi tartışmasına farklı bakışları kapsayabilmek adına faydalı olacaktır.

Yaratıcı endüstrisi, sanayi sonrası kapitalist toplumlarda kültürel alanı anlamak için, kültür endüstrisi analizine bir alternatif yaklaşımın geliştirdiği bir kavram oldu. Yaratıcı endüstriler terimi aynı zamanda “yaratıcı ekonomi ve yaratıcı sınıf gibi terimleri de içeren, modern ekonomilerde ve toplumlarda yaratıcılığın rolüne odaklanan daha geniş yaklaşımları ifade eder” (Hesmondhalgh 2010:13-4). Howkins’e göre yaratıcı endüstriler kitlesel bilim, eczacılık, mühendislik gibi alanları kapsayan, entelektüel/fikri mülkiyeti ve üretimi içeren bütün endüstrilerden oluşan daha geniş bir yaratıcı ekonominin bir parçasıdır (akt. Hesmondhalgh 2010:14). Yaratıcı endüstri tanımlarının üzerinde uzlaştığı noktaysa insani yaratıcılığın ve sembolik ve kültürel üretimin ekonomik değer üretiminin merkezî unsurlarından biri olduğuna dair vurgudur (Garnham 2005:21). Yaratıcılık temelli yeni ekonomik sektörlerin ortaya çıkması; sinema, müzik, oyun ve benzeri alanlarda fikri mülkiyet rejiminde neo-liberal dönemle birlikte yaşanan dönüşüm ve büyüme yaratıcı endüstrilerin temel itici güçleridir. Örneğin Binark ve Bayraktutan-Sütcü’nün *Kültür Endüstrisi Olarak Dijital Oyun* (2008) çalışmalarında ele aldığı üzere, dijital oyunlar küresel anlamda gündelik tüketimci yaşamın en önemli metası haline gelmiş durumdadır. Yaratıcılığın, ileri teknoloji kullanımının, karmaşık bir yazılım/üretim sürecinin ve muazzam bir promosyon/pazarlama/reklamcılık eforunun söz konusu olduğu dijital oyun endüstrisi, yaratıcı endüstri-

lere verilebilecek en önde gelen örneklerdendir. Binark ve Bayraktutan-Sütçü, PC-konsol üreticisinden geliştiriciye, yayıncı, dağıtımçı ve perakendeciye kadar uzanan, küresel ve yerel bağların incelikli bir şekilde eklemlendiği değer zincirini ayrıntılı bir şekilde ele aldılar (Binark 2013:176). Yaratıcı endüstrilerdeki emek süreçleri üzerine çalışmaları ile dikkat çeken Ergin Bulut'un (2014, 2015) çalışmaları da kayda değerdir.

Altı çizilmesi gereken bir başka önemli nokta ise yaratıcı endüstriler tartışmalarının, az sonra ele alacağımız bilgi toplumu ve yeni kapitalizm tartışmaları ve kitabın son bölümünde değineceğimiz Castells'in ağ toplumu analiziyle yakından bağlı olduklarıdır.

Bilgi toplumu ve yeni kapitalizm

Castells, *Enformasyon Çağı ve Ağ Toplumu* başlıklı çalışmalarında 20. yüzyıl sonu kapitalizminin, önemli dönüşümler geçirmiş olmakla birlikte, hâlâ kapitalist bir toplum olduğunu sürekli olarak vurguladı. Bununla birlikte, kapitalizmde yaşanan dönüşümlerle birlikte köklü bir kopuşun yaşandığını iddia eden ekonomi politik yaklaşımlar da vardır.

Hardt ve Negri (2000) ve Lazzarato (1996) gibi önde gelen isimler bir yandan kaynakların üretim, dağıtım ve değişimine odaklanmaları bakımından ekonomi politik gelenek içerisinde yer alırlar. Diğer yandan da –özellikle yeni medyanın gelişimiyle birlikte– mülkiyet, emek, sermaye ve sömürü ilişkilerinde eski kapitalizmden köklü farklılaşmaların olduğunu iddia ederler. Bu kuramcılara göre:

- 1) Enformasyon ve iletişim teknolojilerinin yaygınlığı ve kolayca erişilebilir olmaları özel mülkiyet rejiminin korunmasını çok zorlaştırmıştır.
- 2) Yeni iletişim teknolojileri, dünyanın herhangi bir yerinden büyük kitleleri idare etmek ve denetlemek için olanaklar sağlarken; aynı teknolojiler kitleler tarafından da etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Özellikle yeni toplumsal hareketler yeni iletişim teknolojilerini etkili bir direniş aracı olarak kullanabilmektedir.
- 3) Son olarak, kapitalizmin gitgide daha fazla ihtiyaç duyduğu gayrimaddi emek ve eğitilmiş işgücü; emeğin denetlenmesi hususunda önemli sorunları beraberinde getirmektedir (Mosco 2009:121).

Gayrimaddi emek ya da maddi olmayan emek meselesini açalım. İçinde yaşadığımız çağı dijital kapitalizm, enformasyonel ekonomi, yeni kapitalizm, sanayi sonrası çağ gibi kavramlarla açıklayan kuramlar ve kuramcılar

için önemli hareket noktalarından biri emek ve çalışma koşullarındaki değişimdir. Dijital bir ekonomideki egemen emek biçimi, geleneksel kol emeğinden ziyade, yaratıcılık ve entelektüel güce dayalı olan zihinsel emektir. Emek ve değer üretim süreçleri ile ilgili tartışmalara bir de son yıllarda duygusal emek (Fuchs 2014), bedava emek (Terranova 2015) gibi kavramlar da eklenir. Ekonomi politığı yeni açılımlar getiren bu tartışmalar bu son bölümde kısa bir şekilde ele alınacaktır.

Lazzarato maddi olmayan emeği “metanın enformasyonel ve kültürel içeriğini üreten emek” şeklinde tanımlar. Maddi olmayan emek, emeğin iki farklı özelliğine göndermede bulunur. Bir yandan, metanın “enformasyonel içeriğinde” bir dönüşüm söz konusudur. Özellikle endüstriyel sektörde ve hizmet sektöründeki büyük şirketlerdeki emek sürecinde önemli değişimler yaşanmıştır. Buralardaki emek sürecinde bilgisayar kullanımı ve yatay/dikey iletişim becerileri gibi becerilerin önemi ve ağırlığı artmaktadır. Diğer boyut ise metanın “kültürel içeriğini” üreten eylemde yaşanan değişimdir. Maddi olmayan emek, daha önceden iş olarak tanımlanmayan bir dizi eylemi iş tanımının içerisine sokar: kültürel ve sanatsal standartların, modaların, beğenilerin, tüketici normlarının ve kamuoyunun belirlenmesi ve sabitlenmesi için girilen eylemleri (Lazzarato 1996:133).

Hardt ve Negri her çağın ve her ekonomik sistemin niteliksel açıdan hegemonik bir emek biçiminin olduğunu; günümüz kapitalizmine karakterini veren emek biçimininse maddi olmayan emek olduğunu söylerler. Ekonomik sistemlerde farklı emek biçimleri yan yana birlikteliklerini sürdürebilir. Örneğin, 19. ve 20. yüzyılda tarımsal emekle endüstriyel emek yan yana var olmuşlardır. Hatta çok uzun bir süre, niceliksel olarak tarımsal üretim ve emek sürecine kıyasla endüstriyel emek daha azınlıktaydı. Bununla birlikte, endüstriyel emek küresel ekonomide hegemonik bir konuma sahipti. Yani, toplumsal, kültürel, siyasal ve ekonomik hayata (hatta şehirlere, kişiler arası ilişkiler ve gündelik yaşama bile) rengini ve karakterini veren endüstriyel üretim ve emektir. Hardt ve Negri’ye (2004:122) göre 20. yüzyılın son on yılında endüstriyel emek hegemonyasını yitirdi ve yerini maddi olmayan emeğe, yani “bilgi, enformasyon, iletişim, ilişkiler veya duygusal ifade gibi maddi olmayan ürünler üreten emeğe” bıraktı. Kuramcılara göre maddi olmayan emek iki ana biçimde tahayyül edilebilir:

Birinci biçim, asıl olarak entelektüel ya da dilsel diyebileceğimiz, problem çözme, sembolik ve analitik görevler ve dilsel ifadeler gibi emek türlerini ifade eder. Maddi olmayan emek, fikirler, semboller, kodlar, metinler, dilsel figürler, imajlar gibi ürünler üretir. Maddi olmayan emeğin diğer ana biçimine de “duygulanımsal emek” diyoruz. Zihinsel olgular olan duyguların ak-

sine, duygulanımlar hem bedene hem zihne aittir. Hatta neşe ve üzüntü gibi duygulanımlar, organizmanın bütünündeki yaşamın o anki durumunu yansıtır, belirli bir beden haliyle birlikte belirli bir düşünce halini de ifade eder. (Hardt ve Negri 2004:122)

Rahatlık, esenlik, tatmin, heyecan ya da tutku gibi hisleri üreten ya da işleyen bir emek türüdür duygulanımsal emek. Günümüz kapitalizminde sizden sadece çalışmanız istenmez; aynı zamanda iyi hal ve tavır sergilemeniz, işinize duygusal yatırım yapmanız, sosyal becerilerinizi geliştirmeniz, iyi iletişim becerilerine sahip olmanız beklenir. Emek sürecinin sizden duygusal olarak talep edilen şeylerin sınırı sürekli olarak genişler. Hardt ve Negri, “maddi olmayan” şeyin emek değil, emeğin ürünü olduğunun altını çizerek bir karışıklığın önünü kesmeye çalışır: Zira maddi olmayan üretimin tamamında kullanılan emek maddi kalmaktadır. Güler yüzlü hizmet vermekle yükümlü bir fastfood restoran çalışanının emek süreci son derece maddidir. Son olarak kuramcılar maddi olmayan emeğin *nitel açıdan hegemonik* olduğunu ve diğer emek biçimlerine ve bizzat topluma bir eğilim dayattığını vurgularlar. Nicel olarak baktığımızda tarımsal emek ya da endüstriyel emek maddi olmayan emekten daha yaygındır. Fakat günümüz kapitalizmine karakterini veren emek türü maddi olmayan emektir (Hardt ve Negri 2004:123–124).

Cote ve Pybus (2014:243), maddi olmayan emek kavramını tam olarak anlayabilmek için kullanıcı türevli içerik ve yakınsama gidi diğer olguları kavramamız gerektiğini vurgular. Bunlar, yeni iletişim teknolojileri, internet, sosyal medya ve yeni emek biçimleri ile karakterize olan günümüz toplumsallığını anlamak için son derece kilit kavramlardır. Kavramlar, i) Üretim ve tüketimin bir arada bulunduğunu ii) Özellikle sanal bilgi iletişim teknolojiler ağlarında yazar-okuyucu ayrımının ortadan kalktığını iii) Medya sektörleri arasında bir yakınsama sürecine girdiğimizi ve iv) Bunlarla birlikte, iletişimimiz ve kültürel pratiklerimizin emeğin yeni bir biçimi haline geldiğini anlatır. Cote ve Pybus, facebook gibi sosyal ağlarda belirginleşen şeyin, maddi olmayan emeğin yeni ve özel bir türü olduğunu (*maddi olmayan emek 2.0*) iddia ederler. Sosyal medya kullanıcıları profil oluşturarak, yorumlar yaparak, içerik üreterek, fotoğraflar yükleyerek, birbirleri ile ağlar kurarak, içinde bulundukları alana duygusal yatırımlar yaparak çevrimiçi dijital varlıklarını sürekli olarak geliştirmekte ve sürekli olarak bir değer üretmektedirler. Bir başka deyişle, sosyal medyayı sıklıkla “bedava” kullandıkları zannında olan sosyal medya kullanıcıları, aslında bu mecraların ve şirketlerin gönüllü ve ücretsiz çalışan işçileridirler. Buna bir de sosyal medya şirketlerinin sosyal medya kullanıcılarını reklamverenlere pazarlaması

eklendiğinde (yukarıda Smythe'in izleyici metası tartışmasını hatırlayalım), neredeyse bütün bir sistemin, kullanıcıların maddi olmayan ve duygulanımsal emeğiyle işlediği sonucuna varırız.

Okuma Önerileri

- Türkiye'de medyanın ekonomi politik dönüşümü için Kaya (2009), Adaklı (2006), Kejanlıoğlu (2004)
- Günümüzde medyanın ekonomi politik yapısı için Sözeri ve Güney (2011) ve Medya Sahipliği İzleme Projesi (<http://turkey.mom-rsf.org/tr>).

ÜÇÜNCÜ KISIM

***İletişim, Teknoloji
ve Toplumsal Dönüşüm***

ZAMAN, MEKÂN VE İLETİŞİM: TEKNOLOJİK PARADİGMALAR

Teknoloji insanlık kadar eskidir ve teknolojinin tarihi ilk insanın ürettiği en basit ilk araç gereçlere kadar gider. Teknoloji ile tarihsel ve toplumsal değişim arasındaki ilişkinin nasıl kavranması gerektiği ise çok sayıda düşünürün üzerinde durduğu önemli bir konudur. İnsanlığın gelişimi boyunca, gitgide artan bir şekilde yaşamın çok farklı yanlarının ve çehrelerinin teknolojikleşmesi konuyu daha da önemli hale getirmektedir.

Çalışmanın bu bölümünde iletişim konusunu genel olarak teknoloji, özelde ise iletişim teknolojileri ile birlikte düşünmeye gayret eden kuramcıları ele alacağız. Yazının ilksel ve ilkel biçimlerinden daha karmaşık formlarına geçiş, yazı için kullanılan malzemelerde yaşanan teknolojik değişim, baskı teknolojilerinde yaşanan değişimler, telgrafın icadı, ilk önce sesin daha sonra görüntünün ve en sonunda da 0'lar ve 1'lerden oluşan dijital verinin depolanma ve aktarımında yaşanan teknolojik devrimler... İletişim teknolojilerinde yaşanan bu değişimlerin ne gibi toplumsal, kültürel, ekonomik ve siyasal etkileri olmuştur? Bu değişim ve dönüşümler bireylerin birbirleriyle, kendileriyle, geçmişleriyle ve gelecekleriyle kurduğu ilişkiyi nasıl dönüştürmüştür? İletişim teknolojilerinin bellek üzerindeki etkileri nelerdir? İletişim teknolojileri siyasal süreçleri nasıl etkilemiştir? Matbaanın icadı ile milliyetçilik arasındaki bağ nedir? Soruları çoğaltabiliriz. Bu bölümün amacı bu soruları cevaplamaya çalışan iletişim kuramcılarının birbirinden ilgi çekici ve kışkırtıcı çalışmalarını ele almak.

İletişime teknolojik bir perspektiften yaklaşan kuramcılarının ortak noktası iletişim araçlarının teknik aygıtının toplumsal ilişkilerin biçimlenmesinde

rastlantısal değil, kurucu bir rol oynadığı vurgusudur (Stevenson 2008:197). Bu bölümde ele alınacak olan belli başlı kuram ve kuramcılar şunlardır:

- Daniel Lerner ve modernleşme kuramı.
- Everett M. Rogers ve *Yeniliklerin Yayılması*.
- Harold A. Innis'in *İmparatorluk ve İletişim Araçları*.
- McLuhan'ın *Gutenberg Galaksisi*.
- Poster'ın *Televizyon: Öldüren Eğlence'si ve Teknopolis'i*.
- John B. Thompson ve Anthony Giddens'm modernite çözümlemeleri.
- Benedict Anderson'un *Hayali Cemaatler'i*.
- Lucien Febvre ve Henry-Jean Martin'in *Kitabın Doğuşu*.
- Jack Goody ve Ian Watt'ın da okuryazarlık üzerine çalışmaları.
- Manuel Castells'in *Ağ Toplumu ve İletişimin Gücü*.

Daniel Lerner: Modernleşme, iletişim ve empati

Daniel Lerner'in 1958 yılında yayımlanan *The Passing of Traditional Society* (Geleneksel Toplumun Dönüşümü/Sonlanması) adlı klasik kitabı hem modernleşme teorisinin erken dönem yetkin ifadelerinden biri olması, hem de modernleşme ile iletişim teknolojileri arasında sıkı bir ilişki olduğu hipotezine dayanması bakımından son derece önemlidir. Bir de Lerner'in kitabına kaynaklık eden saha çalışmasının bir bölümünün 1950'lerin Türkiye'sinde yapılmış olması kitaba ayrı bir anlam ve değer katar. Kitap, ABD Dışişleri Bakanlığı'nın 1940'larm sonunda desteklediği bir projenin çıktısıdır. Çalışmanın amacı Ortadoğu ülkelerinde Voice of America (VOA-Amerika'nın Sesi) radyo yayınlarının ne kadar dinlendiği, dinleyenlerin de programlara tepkilerinin ne olduğunu araştırmaktır. Aslında çalışma, İkinci Dünya Savaşı sonrasında küresel egemenlik ve liderlik iddiasında olan ABD'nin siyasal, kültürel ve ekonomik hegemonyasını tesis etme çabasının bir parçasıydı. Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği ile giriştiği rekabette hem Ortadoğu ve İslâm dünyasını hem de bağımsızlığını yeni kazanan devletleri yanına çekmek ABD için en önde gelen önceliklerdi. ABD Başkanı Harry Truman tarafından, Sovyetler Birliği "tehdidine" karşı hazırlanan bir plan olan Truman Planı, çevreleme politikasının ilk adımlarından biriydi. Tuman Doktrini ve ardından gelecek olan Marshall Planı (1947) ile birlikte aralarında Türkiye ve Yunanistan'ın da bulunduğu 16 ülke ABD'den ekonomik yardım almıştı. Amerika'nın Sesi çalışması bu açıdan son derece politik bir projenin bir parçasıydı. Mısır, İran, Ürdün, Lübnan, Türkiye ve Suriye'de 1950 ve 1951 yıllarında toplam 1.600 katılımcı ile yapılan anket ve görüşmelerden oluşan

çalışma tamdık bir kuruluş olan Columbia Uygulamalı Toplumsal Araştırmalar Bürosu tarafından yürütüldü. Lazarsfeld yönetimindeki bu kuruluşun önemini daha önceki bölümlerde ele almıştık. Aslında projenin amacı Soğuk Savaş dönemi Amerikan propagandasının etkisini ölçmektir. 1942'de Amerikan ordusuna yazılan ve 1944'te Normandiya'da yaralanan Lerner, Savaş Enformasyon Dairesi'nde Psikolojik Savaş Bölümü'ne atıldı. Bu birimde İkinci Dünya Savaşı boyunca haftalık istihbarat bültenleri hazırlayan Lerner, ileride yazacağı doktora tez çalışmasını buradaki deneyimlerinden hareketle kaleme aldı. Şaşırtıcı olmayacaktır, bütün bu süreçte Harold D. Lasswell'in propaganda üzerine çalışmalarının Lerner üzerinde muazzam bir etkisi oldu. Lerner üzerindeki büyük etkisi olan bir diğer isim ise Amerika'nın Sesi projesinde birlikte çalışacağı Paul Felix Lazarsfeld olacaktır (Shah 2011).

Lerner'i ve modernleşme kuramını anlayabilmek için bu arka planı kavramak son derece elzemdir. Modernleşme kuramı Batı'yı (hatta Lerner'e göre ABD'yi) bir model ve ulaşılması gereken nihai bir hedef olarak belirler. Batılı olmayan, geleneksel toplumların yapması gereken şey ise Batı'yı taklit ederek, Batı'nın daha önceden geçtiği süreçleri yaşayarak Batılı olmaya çalışmalarıdır. Aklın, bilimin, sanayinin ve kitle iletişim araçlarının gelişmenin ve ilerlemenin lokomotif olacağı bu sürecin yönlendiricisi ve cesaretlendiricisi de başta ABD olmak üzere Batı dünyası olacaktır. Batılı olmayan toplumlar ancak böylelikle içinde debelendikleri atalet, verimsizlik, köhnelik ve gerilikten kurtulabileceklerdir (Shah 2011).

Lerner, *The Passing of Traditional Society*'ye, geleneksel değerlere ve yaşam tarzına katı bağlılığı ile tanımlanan Balgat köy muhtarı ile ufku geniş ve modernleşme gayreti ile aykırı bir tablo çizen köy bakkalı arasında bir karşılaştırma yaparak başlar. "Bakkal son derece değişik tipte bir insan. Balgat'ta doğup büyümesine karşın, bambaşka bir dünyada, faklı ve alışılmadık olana duyulan açıkla ve hayaller ve fantezilerle dolu daha geniş bir dünyada yaşıyor. Muhtarın memnun olduğu bu yerde, bakkal huzursuzdur" (Lerner 1958:23). Lerner'e göre bakkalın huzursuzluğunun kaynağında başka yerlerde, başka koşullarda yaşama isteği ya da tahayyülü yatmaktadır. Balgat dışında nerede yaşamak istediği sorulan geleneksel insanın cevabı ise "Buradan ayrılacağıma kendimi öldürürüm" olur. Lerner, bakkalla diğerleri arasındaki farkın temel sebebinin ise bakkalın medya tüketicisi olmasıdır: Film izleyen, radyo dinleyen, gazete okuyan bakkal başka (yani modern) dünyalar, yaşam tarzları ve fikirlerden haberdar olmaktadır.

Lerner'in çalışması Ortadoğu ülkelerinin modernleşme sürecine ve bu süreçte medyanın oynadığı role odaklanan klasik bir çalışmadır. Lerner'e ve diğer modernleşme kuramcılarına göre tüm dünyada geçerli olan (yani evrensel olan) tek bir gelişme modeli vardır: geleneksel toplumlardan modern (Ba-

tılı) toplumlara. Buradan hareketle toplumlar geleneksel toplumlar, geçiş toplumları ve modern toplumlar olarak üç kategoriye ayrılır. Gelişmiş Batılı ülkeler bu doğrunun modern tarafının örneğiiken, Ortadoğu ve İslâm ülkelerinin başını çektiği ülkeler geleneksel ya da geçiş toplumları kategorisinde yer alır. Kaçınılmaz olan şey ise bütün toplumların, Batılı toplumların izlediği adımları izleyerek ve geçtiği aşamaları deneyimleyerek er ya da geç modernleşecekleridir: “Her yerde artan kentleşme okuryazarlıkta bir artışa sebep olmuştur; artan okuryazarlık daha fazla medya takibini getirir; artan medya takibi daha fazla ekonomik (kişi başına düşen gelir) ve siyasal katılım (oy verme) ile ele ele gider. Batı’da evrilen model tarihsel bir olgudur. Bu modelin aynısı tüm kıtalardaki modernleşen ülkelerin tümünde –ırk, renk ve mezhebe bakmaksızın– aynı şekilde yeniden ortaya çıkar” (Lerner 1958:46). Bu model sadece evrensel değildir, aynı zamanda gerçekleşmesi zorunlu bir olgudur. Lerner (1958:45) “Modernleşmenin akılcı ve pozitivist ruhunun karşısında İslâm tümüyle savunmasız” derken modernleşmenin kaçınılmaz olduğuna vurgu yapar. Son olarak, bu gelişim çizgisi sadece zorunlu değildir; aynı zamanda Doğu’nun en büyük arzusudur: “Bugün Batı, Doğu’nun olmak istediği şeydir” (Lerner 1958:47).

Lerner’in modernleşme ve medya arasında kurduğu ilişkinin merkezinde “empati” kavramı yer alır. Modern insan çevresiyle özdeşleşebilme, çevresinde olup bitenleri anlamaya çalışma, onlardan haberdar olma, kendi tercihlerini ve beğenilerini çevresine yansıtma ve diğerlerinde gördüklerini içe yansıtma gibi özelliklere sahiptir. En basit tanımıyla, modern insan empati yeteneğiyle, “yani kendini diğer insanların yerine koyabilme yeteneği” ile donanmıştır (Lerner 1958:50). Peki modernleşme, medya ve empati arasında ne gibi bir ilişki vardır?

Lerner’in çalışmasının temel hipotezi şudur: Modern toplumlarda (ki bunlar sanayileşmiş, kentli, okuryazar ve katılımcı toplumlardır) insanların baskın kişilik özelliği empati kapasitesidir. Geleneksel toplumlar katılımcı değildir, izole ve birbirinden kopuk, birbirleri ile fiziksel ve düşünsel bağları son derece zayıf toplumlardır ve bu toplumlarda kişiler, kendi yerellerinin ve küçük dünyalarının ötesine geçmeyi –bırakın istemeyi– hayal bile edemezler. Kent-köy ayrımının henüz yerleşmediği ve karşılıklı ekonomik bağımlılığın zayıf olduğu (geleneksel ekonomi para ve alışverişin kısıtlı kullanım ve dolaşım alanı olduğu geçimlik bir ekonomidir) geleneksel toplumlarda kanaat, kanaat paylaşımı ve oydaşma gibi olgulara da yer yoktur. Oysa modern toplumlar oydaşma ile işleyen, bireylerin muhtelif konularda fikirlere sahip olduğu ve birbirleri ile bu fikirleri paylaştığı katılımcı toplumlardır Lerner’e göre. Katılımcılık, çeşitli konularda fikir sahibi olmayı gerektirir ve modern toplumlarda insanlar bu fikirlerin önemli olduğunun farkındadırlar.

Gelelim medya ve empati ilişkisine. Lerner'e göre, modern dünyanın yapıtaşlarından biri fiziksel ve zihinsel hareketlilikteki artıştır. Ulaşım teknolojilerindeki yenilikler, özellikle coğrafi keşifler insan ufkunun açılmasında, mevcut hayat biçimlerinden farklı hayat biçimlerinin olduğunu kavramamızda kilit bir rol oynamıştır. İlerleyen sayfalarda pek çok kuramcının altını çizeceği üzere, iletişim teknolojilerinde kaydedilen her bir yeni adım benzer bir şekilde insanların ufuk ve muhayyilelerinin genişlemesine yaramıştır. İnsanlar, daha önceden olmadığı bir şekilde kendilerini farklı dünyalarda, yabancı koşullar altında hayal edebilme gücüne erişmişlerdir. Lerner yerinde bir şekilde romanları buna örnek gösterir. Romanlar sayesinde hiç bilmediğimiz, tanımadığımız, yabancı olduğuğumuz coğrafyalar hatta zaman dilimleri içinde bulmaz mıyız kendimizi? Bu noktadan hareketle Lerner medya ve ulaşım teknolojilerindeki yeniliklerle empatinin dünyaya yayılmasının gitgide hızlandığını belirtir. Başkalarının hayatlarını hayale dayanan romanlar, film teknolojisi ve radyo televizyon dramaları ile bir adım ileriye taşınmıştır: “Radyo, film ve televizyon ile birlikte Gutenberg’in matbaasıyla başlayan evrim doruk noktasına ulaşmıştır. Kitle iletişim araçları insanlığın önemli bir kısmını *temsili* evrenlerle tanıştırmıştır. Dünyada milyonlarca insan, seyahat acentelerinden ziyade, iletişim medyasından doğrudan etkilenmektedir” (Lerner 1958:53). Artık milyonlarca insani koltuklarından kalkmak ve seyahat etmek zorunda kalmadan başka diyarlarda, başka ülkelerde yaşamın nasıl örgütlendiği hakkında fikir edinebilmekte; bunun sonuncunda da insanın hayal gücünde kayda değer bir gelişme ortaya çıkmaktadır.

Lerner’in modernleşme dediği süreç tam da yukarıda bahsi geçen temel unsurlarda yaşanan, Batılı toplumların bir yüzyıl önce tamamladığı devasa bir dönüşüme işaret eder. Bu süreçte okuryazarlık, kentleşme, medya katılımı ve empati kapasitesi birbirleri ile içsel olarak bağlantılı öğelerdir. Gelenekselden moderne doğru çıkılan yolculukta da modern toplum, geçiş toplumu ve gelecekteki toplumla ilgili ektaki tablodaki gibi bir tipoloji ortaya çıkar:

Lerner’in Toplum Tipleri					
Tip		Temel tipoloji			
		Okuryazarlık	Kentleşme	Medya katılımı	Empati
Modern toplum		+	+	+	+
	A	-	+	+	+
Geçiş toplumu	B	-	-	+	+
	C	-	-	-	+
Geleneksel toplum		-	-	-	-
Kaynak: Lerner 1958:71.					

Hem modernleşme kuramı hem de Lerner'in modernleşme-medya ilişkisi üzerine düşünceleri yoğun eleştiriler almıştır. Örneğin ekonomi politik bölümünde görüşlerine yer verdiğimiz Schiller Batı medyasının katılım ve empatiden ziyade, tüketim kültürünü yaydığını söyler. Bir başka eleştiri ise Lerner'in iletişime aşırı ve bağımsız bir önem atfettiği ve diğer toplumsal olguları göz ardı ettiği yönündedir. Ayrıca iki aşamalı akış, sınırlı etki ve kullanımlar ve doyumlar gibi yeni sorunsalların keşfine çıkılan bir dönemde Lerner medyanın kitleler üzerinde “doğrudan etkili” olduğuna dair klasik paradigmaya geri döner. Golding, Lerner'in Doğu toplumlarındaki izlerkitleleri mesajların pasif ve çaresiz alıcıları olarak gördüğünü vurgular. Ayrıca Golding'e göre Lerner'in ve diğer modernleşme kuramcıları analitik olmaktan ziyade ideolojiktirler (Shah 2011:141-143). Son olarak modernleşme kuramına en büyük eleştirilerden biri *Orientalism* (Şarkiyatçılık) adlı çalışmasında Batı'nın Doğu anlayışlarının olağanüstü bir analizini yapan Edward W. Said'ten (1935-2003) gelmiştir. Said, Batı'nın Doğu söylemini, Batı'nın Doğu üzerindeki hâkimiyet ve sömürü mekanizmalarının yeniden üretiminin bir parçası olduğunu vurgulayarak eleştirmiştir.

Everett M. Rogers ve Yeniliklerin Yayılması

Neden bazı yenilikler toplumun önemli bir kısmı tarafından kabul görürken diğerleri görmüyor? Neden bazı yenilikler hızla yayılırken, diğerlerinin yayılması daha uzun zaman sürebiliyor? Yeniliklerin yayılması sürecinde etkisi olan unsurlar neler? Bu ve bir dizi soru 20. yüzyıl başından itibaren, aralarında Gabriel Tarde (1843-1904) gibi büyük bir sosyal bilimcinin de olduğu kişilerce sorgulanmaya başlandı. Yeniliklerin yayılmasını “taklit” kavramı ile açıklayan Tarde, yayılma sürecinin toplumsal niteliğine vurgu yaptı ve kişilerarası ilişkilerin yeniliklerin yayılmasındaki önemli rolünün altını çizdi (Rogers 2003:41).

Yeniliklerin yayılmasını kuramsal uğraşının merkezine yerleştiren isim ise Everett M. Rogers (1931-2004) oldu. İlk baskısı 1962 yılında yapılan *Diffusion of Innovations* (Yeniliklerin Yayılması) adlı kitabı yeniliklerin yayılması kuramının kurucu metinlerinden biri oldu.

Roger's a göre yenilik birey ya da örgüt tarafından yeni olarak algılanan bir fikir, uygulama ya da nesne olarak tanımlanmıştır. *Yayılma*, yeniliğin bir toplumsal sistemin üyeleri arasında, zaman içinde, belirli kanallar yoluyla iletilmesidir; mesajın yeni bir fikir ile ilgili olması bakımından özel bir iletişim türüdür Rogers'a göre. *İletişim* ise katılımcıların birbirlerini anlayabilmeleri için girdikleri karşılıklı bilgi üretim ve paylaşım sürecini anlatır. Ya-

yılma, söz konusu değişikliğin toplumsal sistemin yapı ve işlevinde bir dönüşüme içermesi bakımından bir tür toplumsa değişimdir. Yeni fikirler icat edildiğinde, yayıldığında, kabul ve reddedildiğinde belirli sonuçlara yol açarlar ve böylelikle toplumsal değişim gerçekleşir. Şüphesiz bu süreç farklı hızlarda, farklı derinlik ve genişliklerde olabilir (Rogers 2003:5-6).

Yukarıdaki tanımlardan hareketle, yeniliklerin yayılmasına dört temel unsur belirlenebilir: *yenilik*, *iletişim kanalı*, *zaman* ve *toplumsal sistem*.

1. **Yenilik.** Rogers'a göre bir yeniliğini tanımlayan şey, onun bireyler tarafından bir yenilik olarak algılanmasıdır. Bir başka deyişle, yeniliğin ölçütü, insanların o şeyi (bir fikir, uygulama ya da nesne) yeni olarak görmeleri ve algılamalarıdır. Yenilikler kişileri, bu yeniliğin yol açacağı dönüşümler ve yeniliğin sonuçları konusundaki belirsizlikle yüzleştirir. Kişiler yeniliğin potansiyel avantajları ve dezavantajları konusunda bilgi arayışına girerler ve elde ettikleri bilgileri işlerler. Yeniliği kabul ve reddetme kararı bu değerlendirmenin sonucunda verilir.

Bir yeniliğin benimsenmesinde ve yayılımını belirleyen çok sayıda değişken vardır: Yeniliğin avantajları ve dezavantajları; yeniliğin mevcut toplumsal kurallara uygunluğu; yeniliğin basitliği ya da karmaşıklığı; yeniliğin denenebilir olup olmadığı; yeniliğin sonuçlarının görülebilir olup olmadığı gibi etmenler yayılımı etkiler.

2. **İletişim kanalı.** Yukarıda da bahsettiğimiz gibi, yayılma merkezinde yeni bir fikrin olduğu bir iletişim biçimidir. Fikirlerin iletiminde de mutlaka bir iletişim kanalı kullanılır. Bu iletişim kanalı radyo, televizyon gibi kitle iletişimi araçları olabilir ya da iki ya da daha fazla insan arasındaki yüz yüze, kişilerarası iletişim kanalları olabilir. Rogers'ın da altını çizdiği üzere, yeniliklerin benimsenmesinde çoğu insan, bu yeniliği ondan önce benimsemiş, kendine benzeyen diğerlerinden örnek alarak ya da onlardan etkilenerek yenilikleri benimserler.
3. **Zaman.** Zaman yenilik sürecinin en önemli unsurlarından biridir. Zaman boyutunun üç ayrı yönü olduğundan bahsetmek mümkündür. Yenilikten haberdar olmayla başlayan ve yeniliğin benimsenmesi ya da reddedilmesi ile son bulan karar verme süreci. Bireyin, toplumsal sistemdeki diğer bireylere ya da unsurlara oranla yeniliği ne kadar hızlı ya da ne kadar erken benimsediği. Son olarak da bir toplumsal sistem içerisinde yeniliğin ne denli benimsendiği.

Zamanla ilgili unsurlardan ikincisinde, bireyler arasında yeniliği benimseme hızı konusunda farklılıkların oluşması farklı kategorilerin ortaya çıkmasına yol açar: (1) Yenilikçiler; yani yeni fikirleri arayıp bulan, medyayı sıkı takip eden ve yaygın ilişki ağlarına sahip olan kişiler

(2) Erken benimseyenler (3) Erken benimseyen çoğunluk (4) Geç benimseyen çoğunluk (5) Geride kalanlar.

4. **Toplumsal sistem.** Toplumsal sistemin yapısı, bir yeniliğin yayılma hızını belirleyen bir başka önemli unsurdur. Katz'ın deyişiyle, toplumsal sistemi bilmeden yeniliklerin yayılmasını incelemek; damar yapısını bilmeden kan dolaşımını incelemeye çalışmaya benzer. Belirli bir toplumsal sistemdeki yerleşmiş davranış örüntüleri anlamına gelen normlar, belirli yeniliklerin benimsenmesini kolaylaştırır ya da zorlaştırır. Aynı zamanda, toplumsal sistem içerisindeki kanaat önderleri ya da sisteme dışarıdan müdahale eden değişim temsilcileri (*change agent*) yeniliğin yayılmasında son derece önemli roller oynarlar.

Toplumsal değişimde yeniliklerin benimsenmesi ve bu süreçte iletişimin merkezî rolüne vurgu yapan yeniliklerin yayılması kuramı, özellikle kanaat önderlerine biçtiği rol ile iki aşamalı akış kuramıyla birlikte ele alınabilir. Bu, kuramın bazı kaynaklarda çok aşamalı kuram olarak adlandırılmasına da yol açmıştır.

Harold A. Innis ve İmparatorluk ve İletişim Araçları

İletişim araçlarının tarihsel ve toplumsal değişimdeki merkezî konumu üzerine karmaşık ve kapsamlı ilk kuramlardan biri Kanadalı iktisatçı ve tarihçi Harold A. Innis'e (1894-1952) aittir. Innis'in *İmparatorluk ve İletişim Araçları* (2006) ve *The Bias of Communication* (2008) adlı çığır açıcı çalışmaları kendinden sonra gelen kuramcılar derinden etkilemiştir. İlerleyen sayfalarda ele alacağımız Marshall McLuhan (1911-1980), Innis'in çalışmalarından etkilenen önde gelen kuramcılardan biri olmuştur. McLuhan, *Gutenberg Galaksisi*'nin bir bölümünde yapmaya çalıştığı şeyin Innis'in çalışmasına bir dipnot olarak düşünülebileceğini söyleyecek kadar hayrandır Innis'e. Bununla birlikte, ilerleyen bölümlerde göstereceğimiz üzere, Innis ve McLuhan pek çok noktada birbirlerinden farklılaşmaktadırlar da.

Teknolojilerin toplumsal doku üzerindeki belirleyici etkisinin altını çizen Innis için bütün teknolojiler aynı öneme sahip değildir. Teknolojiler –askerî, sınai ya da yönetsel– arasında farklılıklar olduğunu söyleyen Innis, iletişim teknolojisinin diğer tüm teknolojilerden daha önemli olduğunu iddia eder. Bunun iki sebebi olduğu söylenebilir. İlk olarak insanların teknolojilerle içsel, simbiyotik (ortakyaşar) bir ilişkisi vardır. İletişim teknolojisi de insan düşüncesinin ve bilincinin bir uzantısı olması açısından merkezî önemdedir. İkincisi, teknolojiye yaşanan tarihsel kırılmalar hep ilk olarak iletişim süreçlerine uygulanmıştır. Örneğin, mekanik çağın

habercisi baskı teknolojisiyken, elektronik çağmki telgraf olmuştur (Carey 1967:7).

Innis, insani faaliyeti güdüleyen ve sınırlayan iki önemli unsurun varlığından yola çıkar: Zaman ve mekân. Innis'e göre insanlar ve toplumlar bu iki sınırlayıcı güç ile sürekli bir mücadele halindedir. Bir toplum hem zamanın hem de mekânın üstesinden başarılı bir şekilde gelmedikçe durağanlıktan kurtulamaz. Innis teknolojiyi ve iletişim teknolojilerini insanların bu iki sınıra karşı bir meydan okuması, bu sınırlarla bir mücadelesi olarak okur. Buradan hareketle zaman ve mekân eğimli (*time-space biased*) iletişim araçları arasında bir ayırım yapar. *Zaman eğimli medya* parşömen, kil ve taş örneklerinde de görüldüğü üzere dayanıklıdır; ağır malzemeler mimari ve heykeltıraşlığın gelişimi ile uyumludur. *Mekân eğimli medya* ise papirüs ve kâğıt örneklerinin gösterdiği üzere hafiftir ve daha az dayanıklıdır. Mektup örneğinde olduğu üzere bir yerden bir yere çok daha kolay bir şekilde iletilirler. Bu yüzden de devlet yönetimi ve ticaretin yapıldığı geniş alanlara uygundur.

Innis bu noktalardan hareketle medya ile yönetme tarzı arasındaki ilişki hakkında şu sonuca ulaşır: “Zamana vurgu yapan maddeler, daha çok yerinden yönetilen ve hiyerarşik nitelikteki kurumlarda benimsenirken mekâna vurgu yapanlar, merkezileşmiş ve daha az hiyerarşik nitelikteki yönetim sistemlerince benimsenir” (Innis 2006:28). *İmparatorluk ve İletişim Araçları* kitabında imparatorlukların iletişim verimliliğinin ya da etkinliğinin bir göstergesi olarak görülebileceği iddia edilir, zira geniş alanların örgütlenişinde iletişim yaşamsal bir konumdur. Bu yüzden de imparatorluklar gibi büyük ölçekli siyasal örgütlenmeler iletişimin iki boyutunu da –zaman ve mekân– dikkate almak; bu iki boyut arasında bir denge kurmak zorundadırlar. Birbirine karşıt bu iki medya biçimi birbirine koşut etkiler yaratacak şekilde kullanılmazsa dengesizlik ve istikrarsızlık söz konusu olacaktır. Farklı malzemeleri kullanan farklı medyanın, zaman ve mekânın kontrolü konusunda farklı sonuçlara yol açmasını Innis “iletişimin yanlılığı” olarak tanımlar (Scannel 2007:127).

Yani Innis'e göre medya basitçe mesajların bir yerden bir yere ulaşmasını sağlayan teknik bir eklenti ya da kolaylaştırıcı değildir; aksine, toplumsal dokunun önemli belirleyenlerinden biridir. Innis'e (ve daha sonra McLuhan'a göre) kitle medyası tarihi sadece tarih çalışmalarının bir alt kolu değil, Batı uygarlıklarının tarihini yazmanın bir başka yoludur (Carey 1967:5). Medyanın niteliğinde (mekân eğimli ya da zaman eğimli) yaşanan değişim düşünüş, kavrayış, davranış, örgütleniş ve iktidar biçimlerinde değişim ve dönüşümleri de beraberinde getirir. Aslında Innis, McLuhan'ın daha sonra 20. yüzyılın en ünlü deyişlerinden biri haline gelecek olan “araç iletinin

kendisidir”i (*medium is the message*) önceler niteliktedir. Yazılı gelenek içerisinde gelen, bu gelenek içerisinde yoğrulmuş bir kişinin sözlü gelenek üzerine inşa edilmiş bir kültürü anlamasının olanaksız olduğunu söyler Innis ve ekler:

Temel iletişim aracının ait olduğu uygarlık açısından ne derece önemli olduğunu değerlendirebilmek, bu değerlendirme için kullanılacak araçların da ilgili medya tarafından etkilenmiş olmasının yanı sıra bu değer yargısının, medyanın belirli türlerine özgü oluşu nedeniyle zordur. *Aracın-ortamın türünde bir değişim, değerlendirme tarzında bir değişim anlamına gelir ve dolayısıyla bir uygarlığın bir değerini anlamasını zorlaştırır.* (Innis 2006:30)

Gerçekten de yazının olmadığı, yegâne iletişim yolunun sözlü olduğu kültürleri düşünelim. Innis bu toplumların coğrafi açıdan zorunlu olarak küçük olacağını belirtir. İster göçebe olsunlar ister yerleşik, bu toplumları belirleyen, onların kim olduklarını söyleyen şey ortak konuşma dilleri olduğu için topluluk yüz yüze etkileşimle sınırlandırılmıştır. Konuşmanın menzili sadece kısa olmakla kalmaz, aynı zamanda sözlü kültürlerde konuşmanın depolanma kapasitesi de çok sınırlıdır. Topluluğun sosyal belleği bir nesilden bir diğer nesle sözlü bir şekilde aktarılır (Scannel 2007:127). Sözlü kültürlerde konuşma zamansal bir yanlılığı destekler; temel vurgu geçmiş ve gelenektir ve bu toplumların son derece kısıtlı (köyün sınırları vb.) bir uzam kavrayışı vardır. Bu sınırların ötesi ise büyülü ve efsanevi niteliklere sahip alanlardır. Konuşmanın hegemonyası, dilin büyülü bir güce sahip olduğu inancına yol açar. Kelimeler ikonlar haline gelirler; sadece şeyleri temsil etmezler aynı zamanda kelimelerin kendileri birer şeydir (Carey 1967:10). Bir şeyin ismini bilmenin o şey üzerinde bir güce sahip olmak anlamına geldiği inancı bunun bir ifadesiydi.

Yazma sanatı ise insana kişiler ötesi bir bellek sağladı; “bireyler kendi düşünceleri için nesnelerden çok işaretlere başvurdular ve somut deneyimler dünyasının ötesine genişlemiş zaman ve mekân evreninin içinde yaratılmış, kavramsal ilişkiler dünyasına geçtiler” (Innis 2006:31). Yazının icadı ve yaygınlaşmasını, Innis’in “konuşulmuş sözün gücünün-iktidarının bir yansıması” olarak tanımladığı Yunan uygarlığında hoş karşılamayanlar da olmuştu. Innis, Yukarı Mısır’ın büyük bir şehrinin kralı Thamus’un, yazının, sayıların, hesaplamanın ve daha birçok şeyin yaratıcısı olan tanrı Theuth’a yazının icadı ile ilgili söylediği sözlerini aktarır:

Bu buluşunuz öğrencilerin ruhlarında kayıtsızlık yaratacak, çünkü onlar kendi belleklerini kullanmayacaklar; kendi dışlarındaki yazılı harflere güven-

necekler ve kendilerinininkini hatırlamayacaklar. Özgöl keşfiniz, belleğe değil ancak anımsamaya yapılmış bir katkıdır ve siz çömezlerinize gerçeği değil sadece gerçeğin dış görünümünü verdiniz; onlar birçok şeyi duymuş ve hiçbir şey öğrenmemiş olacaklar; onlar her şeyi biliyor gibi görünecekler ve genelde hiçbir şey bilmiyor olacaklar; onlar bilgeliğin gerçeklikten yoksun görüntüsüne sahip sıkıcı bir topluluk olacaklar. (Innis 2006:101)

İmparatorluk ve İletişim Araçları zaman ve mekân eğimli iletişim araçlarının farklı iktidar biçimlerini desteklediğini vurgular. Zaman eğimli iletişim araçları geçmiş ve gelenekle ilgilendiğinden dinsel otoriteyi destekler ve dinsel, hiyerarşik, katı kurumları öne çıkarır. Mekân eğimli iletişim araçları ise genişleme, yayılma ve şimdiyle ilgilendiği için seküler siyasal otoriteyi destekler. Mekân eğimli iletişim araçları devleti, orduyu ve ademimerkeziyetçi ve yayılmacı kurumları öne çıkarır (Carey 1967:9). Innis, imparatorlukların tarihini aynı zamanda bu iki farklı otorite arasında yaşanan bir mücadelenin tarihi olarak da okur. Her yeni iletişim teknolojisi, bu iki güç arasındaki güç dengesinde önemli değişimlerin ortaya çıkmasına yol açar. Örneğin Mısır'da taştan papirüse geçişle birlikte düşünce ağır taş ortamdan-araçtan kaçışla hafiflik kazandı. "Elle yazılan yazıda görülen belirgin bir artışa, yazının, düşüncenin ve etkinliklerin laikleşmesi işlik etti. Eski ve yeni krallıklar arasındaki toplumsal devrim, hitabet sanatının coşması ve dinsel yazı yerine laik yazının geçmesiyle belirginlik kazandı" (Innis 2006:43). Bundan farklı olarak Sümer şehir devletlerinde kilin etkisi dinî otoriteyi desteklemek oldu: "Kilin özellikleri yazının gelenekselleşmesini, kentlerin yerelleşmesini, tapmaklarda süreklilik kazanan kurumsal yapılanmanın büyümesini ve dinî denetimi destekledi" (Innis 2006:64). Innis, bu teknolojiler arasında alfabeye ayrı bir yer veriyordu. Innis'e göre iletişim araçları alanında elektrik ayrı tutulursa en önemli gelişme alfabenin gelişmesi olmuştur. Dinî alanda alfabe, Mısır ve Babil'de rahip/yazıcı ittifakının otoritesini baltaladı ve bu durum askerleri çok daha baskın hale getirdi. Fakat yazının icadı zaman üzerinde etkin bir denetimi mümkün kılarak yeni tek tanrılı dinleri de desteklemiştir (Innis 2006:57).

Alfabenin etkileri bunlarla da sınırlı değildi. Yazının alfabe içerisinde gelenekselleşmesi ticareti kolaylaştırdı. Siyasi örgütlenmenin geniş alanlar üzerindeki egemenliği ve dinî örgütlenme üzerindeki denetimi, yazının yaygınlaşmasını ve çok etkili bir araç olan alfabenin kullanımını kolaylaştırdı. Diğer yandan yazı ve alfabe bu süreçlerin pekişmesine katkıda bulundu; zira "siyasi örgütlenmenin gelişimini kolaylaştıran alfabe mekânı vurguluyordu" (Innis 2006:100).

Yazının icadı aynı zamanda yazı etrafında belirli toplumsal ve kurumsal tekellerin ve bölünmelerin ortaya çıkmasına yol açtı. İlk ayırım elbette okur-

yazar olanlarla olmayanlar, eğitimlilerle eğitilmiş olmayanlar arasında ortaya çıktı. Okuryazarlık önemli bir ekonomik ve siyasi imtiyaz haline geldi. Yazıyla birlikte Mısır'da büyük ölçekli, güçlü, dayanıklı ve dinsel güçlere çok yakın bir müttefik olan yazıcılar sınıfını ortaya çıkardı. Aslında söz konusu olan iletişim teknolojilerine kimin hâkim olacağına dair tarih boyunca süregelen bir rekabetti. Zira Innis'e göre iletişim araçlarını kontrol etmek aynı zamanda bilinç ve toplumsal organizasyon üzerinde denetim sahibi olmak anlamına geliyordu. "Bu yüzden, ne zaman ki bir iletişim aracı ve bu aracı kontrol eden gruplar toplumda hegemonya sahibi olurlarsa, Innis rekabetin ana ekseninin rakip bir iletişim aracı için arayış olacağını iddia eder" (Carey 1967:8).

Innis'e göre farklı yanlılıklara ve vurgulara sahip iletişim araçları ve farklı yönetim zihniyetleri arasındaki rekabet toplumsal istikrar için elzemdir. Innis için istikrar durağanlık demek değildir. Aksine zamansal ve mekânsal yönelimler arasındaki gerilimi, din ve devlet arasındaki mücadeleyi ve ahlâki ve teknik olan arasındaki rekabeti diri tutan, bunları bir dinamizm unsuruna dönüştürebilen uygarlıklar istikrarlı uygarlıklardır. Innis istikrarlı ve dinamik bir uygarlığa örnek olarak Antik Yunan uygarlığının İÖ. 5. yüzyıla kadarki dönemini örnek verir. Yunan uygarlığı mekânı vurgulayan siyasi imparatorluk kavramı ile zamanı vurgulayan dinî imparatorluk kavramı arasında bir araç koymuş ve bunları kent devletine uygun olacak oranlarda sınırlamışlardır (Innis 2006:129). Antik Yunan'ın Mısır ve Yakın Doğu uygarlıklarından görece yalıtılmışlığı onun sözlü geleneği diri tutmasına yardımcı oldu. Yazılı gelenek Yunan uygarlığına yavaş yavaş girerken sözlü geleneği yok etmedi. Güçlü bir sözlü geleneğin varlığının, esnek bir alfabeyle birleşmesi Innis'in Antik Yunan uygarlığını özel bir yerde konumlandırmasına yol açtı. Innis'in burada çıkardığı sonuç şudur: Nasıl ki ekonomik alanda rekabet dinamizmi, tekellerin oluşması ise durgunluğu getirirse; zaman ve mekân vurgulu iletişim araçları (ve bu araçlarla özdeşleşmiş toplumsal kesimler, kurumlar) arasındaki rekabet de toplumsal, kültürel ve siyasal alanda bir dinamizmi doğurur.

Innis modern Batı'nın tarihinin iletişim yanlılığının bir tarihi olduğunu söyler. Zamansal organizasyonla başlayan ve mekânsal organizasyonla sonlanan bu maceranın son noktalarından biri matbaanın icadıdır. Matbaa, Ortaçağ kilisesinin zamansal tekelini sarstı. Matbaa aynı zamanda milliyetçilik ve imparatorluğun yükselişine yol açtı; toplumların mekânda yayılımını cesaretlendirdi. Matbaa bürokrasi, militarizm, bilim ve seküler otoritenin gelişimini destekledi. Matbaa, dini ortadan kaldırmaya da onun devlet ve ekonominin taleplerine uygun bir şekilde dönüşümüne yol açtı (Carey 1967:14). Matbaa ruhani iktidarın kilisenin elinden profesyonel yazarla-

ra geçmesine yol açtı; teoloji ve metafizik, fen bilimlerinde gölgede bırakıldı (Carey 1967:237).

Okuma Parçası

İMPARATORLUK VE İLETİŞİM ARAÇLARI

Yazıya önderlik eden gelişmeler ve yazının uygarlık tarihi açısından önemi üzerine çok şey yazıldı, ancak temelde bu çalışmalar dar alanlarda ya da yüzeysel genellemelerle sınırlı kaldı. Becker'ın saptadığı gibi, yazma sanatı insana, kişiler ötesi bir bellek sağladı. İnsanın doğuştan sahip olduğu yapay olarak genişlemiş ve nesnelere-olaylara ilişkin değişken belleği, gözlem ya da hatırlama olanağı sunmadı. Bireyler, kendi düşünceleri için nesnelerden çok işaretlere başvurdular ve somut deneyimler dünyasının ötesine, genişlemiş zaman ve mekân evreninin içinde yaratılmış, kavramsal ilişkiler dünyasına geçtiler. Zaman dünyası, hatırlanan nesneler dizisinin; mekân dünyası ise bilinen yerler dizisinin ötesine uzanmıştı. Yazı, sözel gelenekte dilin gelişmesinin kanıtı niteliğindeki soyut düşünce için eşi görülmemiş bir kapasiteye erişti. İsimlerin kendileri soyut kavramlardı. İnsanın eylemleri ve gücü, yazılı kayıtların mükemmelleşmesi ve kullanımının artmasıyla orantılı olarak arttı. Eski büyü, yazılı sözcüklerin kaydedilmesiyle yani ve daha inandırıcı bir hal aldı.

Din adamları ve yazıcılar, ağır ağır değişen bir geleneği yorumladılar ve var olan iktidar için haklı bir gerekçe sağladılar. Genişlemiş bir toplumsal yapı, bireysel liderle emirleri alıp, onları yerine getiren aktörlere emirleri veren askerî gücün konumunu sağlamlaştırdı. Kılıç ve kalem birlikte iş gördü. Güç-iktidar, birkaç elde toplanması sonucunda arttı; işlevsel uzmanlaşma uygulamaya geçirildi, yazıcıların kayıtları tutmaya ve okumaya zaman bulmaları, bilginin ve düşüncenin ilerlemesine katkıda bulundu. İmzalanmış, mühürlenmiş ve hızla dağıtılmış yazılı kayıtlar, askerî güç ve genişlik kazanmış bir yönetim için zorunluydu. Küçük topluluklar, büyük devletlerle yazıştı ve devletler imparatorluğun içine alındı. Mısır ve Pers monarşileri, Roma imparatorluğu ve kent devletleri, aslında yazının ürünleriydi.

Nüfus yoğunluğunun daha çok olduğu bölgelerde etkinliklerin artması, bu etkinliklerin sonradan daha da genişlik kazanmasına destek olacak yazılı kayıtlara gereksinim yarattı. İstikrarsız siyasal yapıları ve çatışmayı, yoğunlaşma ve gücün-iktidarın genişlemesi izledi. Kişisel deneyimler dizisinin ötesinde, sözcüklerin simgelerinin dilendirilmesi ortak amacı, ayrılmış topluluklar üzerinde etkili oldu ve onlar tarafından da kabul edildi. Dolayısıyla genişlik kazanmış bir toplumsal yapının, sadece yazılı kayıtların sayısındaki artışla değil, aynı zamanda yaşam biçimlerini de değiştirecek düzeyde yüksek bir kapasiteye ulaşmış olmasıyla bir arada tutulduğu ileri sürüldü. Sözlü geleneğin karakteristik aşırı şişkin özel biçimini izleyen yazının icadı ve ortaklaşa toplum, bireysel yazma pratiğinin önünü açtı. Kayıtlar ve mesajlar ortak bellegenin yerini aldı. Şiirler yazıldı ve ortaklaşa yapılan şenliklerden kopuldu.

Yazma pratiği, mitlere ve tarihe özgü geçmişi yarattı, yerli ve yabancı yaratılar faydalanılabilir hale geldi. Nesneye ilişkin düşünce, nesnenin kendisinden farklılaştı. Bu ikilik, felsefe ve uzlaşığı talep etti. Yaşam, edebi evrenle çelişiyordu ve yapılan girişimler, bireyle evrensel ruhu uzlaştırdı. Şöyle bir değindiğimiz bu genellemeler, belirli imparatorluklarla bağlantılı olarak yeniden değıştırilmeli. Graham Wallas'ın bize hatırlattığı gibi yazma pratiği, konuşma ile karşılaştırıldığında ikinci planda, okuma ile karşılaştırıldığında da üçüncü planda kalmış gibidir. İkinci tekil şahsın sesi, üst düzey yeteneğe sahip bir kişinin basılı hale getirilmiş görüşlerinden çok daha etkilidir.

Yazma pratiğinin önemine ilişkin olanlardaki gibi bu tür genellemeler, daha titiz çalışmaları engelleme, uygarlıklar arasındaki farklılıkları gizlemeye yönelmenin ötesinde bu iletişim aracının-ortamının çeşidine de başlıdır. Biz, uygarlıklara ve uygarlıklar arasındaki farklılıklara göndermede bulunan farklı iletişim araçlarının-ortamlarının rollerine ilişkin düşüncelerimizi sunmaya çalışmalıyız.

Harold A. Innis, *İmparatorluk ve İletişim Araçları*, ev. Nurcan Törenli, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2006, s. 30-32.

Gutenberg Galaksisi'nden Araç İletidir'e: Marshall McLuhan

Harold Innis, medya teknolojisinin *biçimlerinde* içkin olduğu haliyle, değışim sürecinin tam üstüne basan ilk kişidir. Elinizdeki kitap, onun yaptığı için bir açıklama notu olarak tanımlanabilir.

– Marshall McLuhan, *Gutenberg Galaksisi*, s. 74.

“Araç iletidir” ya da İngilizcesini söyleyelim “The Medium is the Message”... Kanadalı iletişim bilimci Marshall McLuhan'ın (1911-1980) bu kıskırtıcı önermesi uzunca yıllar iletişim bilimcileri meşgul etti. McLuhan sadece iletişim bilimciler için önemli bir figür değildi. O kadar popüler oldu ki, Amerikalı yönetmen Woody Allen'ın 1977 tarihli *Annie Hall* filminde bir sahne- de kendisini oynadı.

Innis'in açtığı yoldan ilerleyen McLuhan, iletişim araçlarının içeriklerinin ya da taşınan mesajın değil iletişimin teknik aracının incelenmesi gerektiğini vurguladı. McLuhan, Innis'ten farklı olarak, teknik medya biçiminin siyasal ve örgütsel/kurumsal sonuçlarına değil; insan algısını ve duyularını nasıl şekillendirdiğı üzerinde durdu. Örneğin, en güçlü eserlerinden biri olan *Gutenberg Galaksisi*, “deneyim ve zihinsel ifade *biçimlerinin*, önce fonetik alfabeye, ardından da matbaa tarafından değışikliğe uğratılma yollarının izini sürmeyi” amaçlıyordu (McLuhan 2014:8).

McLuhan'm iletişim aracının içeriği değil, biçiminin önemli olduğunu göstermek için verdiği en çarpıcı örnek elektrik ışığı oldu. McLuhan elektrik ışığının, herhangi bir mesaj taşımamakla birlikte, insanların zaman ve mekânla kurduğu ilişkiyi dönüştürdüğünü vurguladı. "Elektrik ışığı ister beyin ameliyatı için kullanılsın, isterse gece maçlarında aydınlatılma için hiç fark etmez. Bir bakıma bu aktivitelerin elektrik ışığının 'içeriği' olduğunu söyleyebiliriz, zira bunlar elektrik ışığı olmadan var olamazlar. Bu durum 'aracın iletildiği' gerçeğini doğrular, zira insan birlikteliğinin ve eyleminin ölçek ve biçimini şekillendiren ve kontrol eden şey araçtır" (McLuhan 1994:11). Elektrik ışığı konusunu biraz daha örneklendirebiliriz. Elektrik ışığı geç saatlere kadar çalışabilmemizi sağlar ve bu durum özel ve kamusal hayatımızın değişmesi demektir; sokakların aydınlatılması daha fazla güvenlik ve daha fazla gece hayatı demektir; elektrik ışığının evlerde kullanılması ve yaygınlaşması insanların uyku saatlerini daha geç almalarına yol açar, bu da ev içindeki ilişkilerin dönüşmesi anlamına gelir. Örneği daha da genişletebiliriz. Burada söz konusu olan elektrik ışığının toplumsal ilişkileri ve algıları yeniden yapılandırma kapasitesinin ele alınmasıdır (Stevenson 2008:200).

McLuhan benzer bir örneği demiryolu teknolojisi üzerinden verir. Demiryollarının topluma sunduğu şey hareket, ulaşım, tekerlek ya da yol değildir. Demiryolu daha önceki insani işlevleri hızlandırarak yeni tip şehirlerin, iş ve eğlence biçimlerinin ortaya çıkmasına yol açar (McLuhan 1994:10). A ile B noktaları arasında demiryolu inşa edilmesi, iki nokta arasında günler süren yolculuğun saatlere inmesi sadece iki nokta arasındaki ulaşımın hızlanması anlamına gelmez. Asıl konu, A ve B noktaları arasındaki demiryolu ulaşımının A'ya, B'ye, A-B ilişkisine ne yaptığıdır. Zira demiryolundan sonra ne şehirler eski şehirlerdir, ne de şehirlerde yaşayan insanlar eski insanlar olmuştur. McLuhancı yaklaşım trenlerin saman mı yoksa toprak mı (içerik) taşıdığına bakmaktansa, bir ulaşım teknolojisi olarak tren yolunun toplumların ölçek, ritim ve modellerine gerçekleşen dönüşümlere odaklanır (biçim): "Demiryolu toplumsal karşılıklı bağımlılığın kişisel görünümünü ve örüntülerini radikal bir biçimde dönüştürdü. Amerikan Rüyası'nı besledi ve büyüttü. Yepyeni kentsel, toplumsal ve ailesel dünyalar yarattı. Yeni iş biçimleri, yeni işletme tarzları ve yeni yasaların ortaya çıkmasına yol açtı (McLuhan ve Fiore 2001:72)

McLuhan'ın teknolojilere ve iletişim teknolojilerine verdiği önemin ardında teknolojik araçları insan bedeninin uzantısı olarak görmesi yatıyordu. Antropolog Edward T. Hall'dan ödünç aldığı bu fikre göre:

Bugün insan, pratikte bedeniyle yapageldiği her şey için uzantılar geliştirmiştir. Silahların evrimi dişler ve yumruklarla başlar, atom bombasıyla sona

er. Giysiler ve evler, insanın biyolojik ısı denetim mekanizmalarının uzantılarıdır. Mobilyalar, çömelmenin ve yere oturmanın yerini alır. Sesi hem zamanda hem de uzayda taşıyan elektrikli araçlar, mercekler, TV, telefonlar ve kitaplar, maddi uzantıların örnekleridir. Para, emeği yaymanın ve depolamanın bir yoludur. Bir zamanlar ayaklarımız ve sırtımızla yaptığımız şeyi artık ulaşım ve taşımacılık ağlarımız yapıyor. Aslında bakılırsa, insan yapımı bütün maddi şeylere, insanın bir zamanlar bedeniyle ya da bedeninin ilgili parçasıyla yaptığı şeylerin uzantısı olarak bakmak mümkündür. (McLuhan 2014:12)

McLuhan tüm medyanın bizi tepeden turnağa değiştirdiğini, kişisel, siyasal, ekonomik, estetik, psikolojik, ahlâki, etik ve toplumsal sonuçları bakımından yaşamlarımızda dokunulmamış, etkilenmemiş ve değişmemiş hiçbir nokta bırakmadığını söyler. Medya bazısı psişik bazısı fiziksel olmak üzere insan duyularının uzantısıdır: Tekerlek ayağın, kitap gözün, kıyafet derinin ve elektrik devresi de merkezî sinir sisteminin bir uzantısıdır (McLuhan ve Fiore 2001:26–41).

McLuhan ilk önce yazının daha sonra da matbaanın insanların bilişsel yapılarında ve kavrayışlarında ortaya çıkardığı dönüşümleri inceler. İşitmeye, sözcüklerin büyümesine, dilsel dinamizme ve kişisellikten uzak kolektivizme dayanan sözlü kültür insanı, yazılı kültür insanından çok ama çok farklıdır. Aralarındaki fark sadece birinin sözle iletişim kurarken diğersinin yazıyı kullanması değildir. Hatırlayalım, McLuhan bize “araç iletidir” derken kullanılan aracın yol açtığı derin dönüşümlerin altını çiziyordu: “Bir kültürün içinden ya da dışından bir teknoloji başlatılır ve bu teknoloji duyularımızdan birine ya da diğerine yeni bir vurgu ya da üstünlük verirse, bütün duyularımız arasındaki oran da değişir. Artık ne hissettiğimizin aynısını hissediyoruz ne de gözlerimiz ve kulaklarımız öteki duyularımız aynı kalır” (McLuhan 2014:38).

Sözlü kültürlerden yazılı kültürlerle geçiş bir duyunun (*duyma-işitme*) iktidarından diğerine (*görme*) geçişin hikâyesidir aslında. Sözlü kültürler bütün duyuların zengin karşılıklı etkileşimine müsaade ederken, matbaa kültürü yazıyı konuşmadan ayırmış ve görsel bileşeni öne çıkarmıştır. Bunları söylerken McLuhan’ın aklında matbaanın icadı ve yaygınlaşması vardır. Ona göre elyazması kültürü de hâlâ dokunsal ve işitsel yönleri ile öne çıkmaktadır; serinkanlı görsel uzaklığın yerine, bütün duyuların katılımını ve empatiyi koyar. Örneğin elyazması kültüründe hâlâ okuyucu sessizleşmemiştir. Okuyucunun sessizleşmesi süreci, yani okumanın sessiz ve dikkatli bir sürece dönüşmesi bireyciliğin ortaya çıkışıyla paraleldir. “Kısacası el yazmasından matbaaya ilerleyişin tarihi, işitsel iletişim ve fikirleri alış yön-

temlerinin tedricen yerini görsel yöntemlere bırakışının tarihidir” (McLuhan 2014:126).

Okuryazarlık insanların bakışını ve imgelerle kurduğu ilişkiyi dönüştürür. Okuryazar olmayan Afrikalı bir toplulukla yapılan bir deneyi aktarır McLuhan. Bir eğitim filmi izletilen yerlilerin bir türlü filmin geneline değil, filmdeki çok küçük bir parçaya (bir sahnede birkaç saniyeliğine görünen tavuk) odaklanmalarından ve bu parçayı algılamalarından hareketle şu sonuca varır: “Okuryazarlık, insanlara bir imgenin biraz önüne odaklanma gücü verir, böylece imgenin ya da resmin bütününe bir bakışta görebiliriz. Okuryazar olmayan insanların, edinilmiş böyle bir alışkanlıkları yoktur ve nesnelere bizim gibi bakmazlar. Onlar nesneleri ve imgeleri bizim basılı bir sayfayı parça parça taramamıza benzer bir tarzda tararlar. Dolayısıyla onların nesneden ayrılmış bir bakış açısı yoktur. Tamamen nesneyle birliktedirler” (McLuhan 2014:56).

Yazılı iletişim doğrusal, tekbiçimli ve sonsuz kere tekrarlanabilir, rasyonalleşmiş bir kültürü desteklemiştir (Stevenson 2008:203). Tipografinin icadı tarihteki bir örnek, yenilenebilir ilk meta olan kitabı, ilk üretim bandını ve ilk kitlesel üretimi ortaya çıkararak uygulamaları bilginin yeni görsel vurgusunu pekiştirmiş ve genişletmiştir. McLuhan’a göre matbaa, Ortaçağ ve modern teknoloji arasındaki ayrım çizgisini temsil etmektedir.

Kitabın kütüphanelerde başvurulması gereken, paha biçilmez bir nesne olmaktan pazarda alınır satılır, üretim bandında kitlesel olarak üretilen ve tüketilen bir metaya dönüşmesi bireycilik kültürünün gelişmesine büyük katkıda bulundu. McLuhan’a göre matbaa bireyciliğin teknolojisidir; “kitap kültürü, okuma pratiklerinin sessiz ve dikkatli olmasını, metnin bir yazarı olmasını ve paylaşılan ortak bir kültürün tercümesinin bireysel ifade biçimlerine dayalı hale gelmesini gerektirir” (Stevenson 2008:203). “Matbaa taşınabilir kitabı ortaya çıkarmıştır –ki böylelikle insanlar gizlice ve diğerlerinden izole bir şekilde okuyabilmişlerdir” (McLuhan ve Fiore 2001:50). Gutenberg matbaası zamanı hesaplanabilir, rasyonel ve öngörülebilir hale getirmiştir; yazının doğrusal ve mantıksal vurgusu, saat zamanının tekbiçimli, soyut ve sayısal tasnifinde kendisini göstermiştir. Az sonra da göreceğimiz üzere, zamanın doğa, mekân ve somut olaylarla bağı kopmuş ve zaman soyut-sayısal bir nitelik kazanmıştır. Bu konuya “Medya ve Modernite” başlıklı bölümde daha ayrıntılı bir şekilde eğileceğiz.

McLuhan iletişim araçlarının enformasyonel niteliği ve katılımcılığa açık olup olmaması üzerinden “soğuk” ve “sıcak” iletişim araçları arasında bir ayrım yapar. Soğuk iletişim araçları katılım ve etkileşim açısından zengin ama sağladığı enformasyon açısından son derece sınırlıdır. Telefon, yüz yüze konuşma soğuk iletişim araçlarına örnek gösterilebilir. Sıcak iletişim

araçlarınınsa katılım düzeyi düşük ama enformasyon düzeyi yüksektir: Matbaa ve radyo gibi (McLuhan 1994:22–23).

McLuhan'ın tipografik devrimi takip eden, çağımızın elektronik iletişim biçimleri hakkındaki düşünceleri de son derece önemlidir. McLuhan sözlü kültürlerin zaman eğimli, okuryazar kültürlerin ise mekân eğimli oldukları hususunda Innis'in izinden gider. Lakin matbaanın yerini elektronik devrelerin almasıyla birlikte zaman ve mekân ortadan kalkmıştır. Günümüzde “elektrik küresel ölçekte çok yüksek derecede karşılıklı bağımlılık koşullarını yarattıkça, yine eşzamanlı olayların ve topyekûn bilinçliliğin işitsel dünyasına doğru” hızla ilerlemekteyizdir. Elektromanyetik keşifler bütün insanı ilişkilerde eşzamanlı “alan”ı yeniden yaratmıştır ve insan ailesi artık “küresel bir köy” koşulları altında yaşamaktadır (McLuhan 2014:44, 48). Ortaya çıkan bu yeni dünya McLuhan'ın alıntıladığı romantik düşünür Chardin tarafından şu şekilde aktarılmaktadır:

Dün demiryolunun, otomobilin ve uçağın keşfi aracılığıyla, her bir insanın, eskiden birkaç kilometreyle sınırlı fiziksel etkisi, artık yüzlerce fersah, hatta daha uzak mesafelere uzanmaktadır. Daha da iyisi: Elektromanyetik dalgaların keşfinin temsil ettiği olağanüstü biyolojik olay sayesinde, her birey, kendisini bundan böyle (etkin ya da edilgen olarak) kara ve deniz üzerinde, dünyanın dört bir köşesinde aynı anda mevcut bulmaktadır. (McLuhan 2014:48)

Bu noktadan hareketle McLuhan, matbaa kültürünün yaydığı bireycilik ideolojisinden sonra yeni elektrik kültürünün yaşamlarımıza kabilesel bir temel sağladığını iddia etmektedir. Bunda, modernitenin en önde gelen özelliklerinden biri olan enformasyonun zaman ve mekân içerisinde durmadan yer değiştirmesinin rolü büyüktür. Bu yeni dünyada enformasyon artık üzerimize anında ve sürekli olarak akmaktadır. Yaşamın hiçbir anında ve alanına bu enformasyon akışından kaçmak mümkün değildir. Enformasyon elde edildiği anda onun yerini yeni enformasyon almaktadır (McLuhan ve Fiore 2001:63).

McLuhan'ın iletişimin biçimsel boyutunun belirleyiciliği üzerine yaptığı çarpıcı ve sıklıkla da sansasyonel yorumlar iletişim olgusuna farklı bir açıdan yaklaşmamızı sağlaması açısından son derece önemlidir. Bununla birlikte, McLuhan teknolojinin duyular, algılar ve toplumsal düzen üzerindeki belirleyici etkisini tek yanlı olarak değerlendirmektedir. McLuhan, bu teknolojilerin içinde yer aldıkları ve bu teknolojileri şekillendiren toplumsal, sınıfsal ve ekonomik ilişkiler ağı ve bağlarını göz ardı etmektedir.

Sözlü ve yazılı etkileşimi: Walter J. Ong, Jack Goody ve Ian Watt

Yazıdan, hatta yazı yazma olanağından bihaber bir kültürün nasıl olabileceğini okuryazarlar ancak büyük bir zahmetle hayal edebilirler. Kimsenin kelimeleri “açıp bakamadığı” bir kültür düşünün. Sözlü kültürde “açıp bakmak”, zaten hiçbir şey ifade etmeyen bomboş bir deyimdir. Kelimeler gözle görülen nesneleri temsil etse de, yazı olmadığı sürece kelimelerin görsel bir varlığı olamaz. Kelimeler sestten ibarettir. (...) Sözü ne odak noktası, ne bir izi, ne de ağızdan çıkmasıyla vardığı yer arasında elle tutulur bir yörüngesi vardır. Kelimeler başlı başına bir olay, bir eylemdir.

– Walter J. Ong, *Okuryazarlığın Sonuçları*, s. 46.

Sözlü ve yazılı kültür arasındaki derin kültürel ve bilişsel uçurum üzerine yazdıklarıyla üzerinde etraflica durulması gereken isimlerden biri Marshall McLuhan’ın ilk tez öğrencilerinden biri olan Walter J. Ong’dur (1912-2003). Ong, yazı ve matbaa kavramlarının varlığını bile bilmeyen, iletişimin yalnız konuşma dilinden oluştuğu kültürleri “birincil sözlü kültür”; günümüzde radyo, televizyon ve diğer elektronik araçların sözlü nitelikleri ile tanımlanan ve yazı ve metinden çıkıp söze dönüşen iletişime dayanan kültürleri ise “ikincil sözlü kültür” olarak adlandırır. Kolayca anlayabileceğimiz nedenlerden ötürü, bugün birincil sözlü kültüre rastlamak pek de mümkün değildir.

Sözlü kültürlerle yazılı kültürleri birbirinden ayıran en önde gelen unsurlardan biri sözün ve kelimelerin statüsüdür. Kelimelerin temeli sözlü iletişimde bulunur ama yazı “tüm şiddetiyle kelimeleri görsel boyuta hapseder” (Ong 2011:24); kelimeler görsel işaretler ve şifre çözücü anahtarlar haline gelir yazıyla birlikte. Bu açıdan bakıldığında sözlü kültürlerden yazılı kültürlere geçiş bir kayba da işaret eder Ong’a göre: “Sözlü kültürlerin ürettiği sanat ve insanlık değerleri açısından son derece üstün sözel edimler, insan ruhuna yazının taht kurmasıyla yiter ve bir daha yaratılamaz” (Ong 2011:26). Yazı, sözün gücünü yitirmesine, “başlı başına bir ola ve eylem” olma niteliğini kaybetmesine yol açar. Bunun önce gelen sebebi sözlü kültürlerde kelimelerin ve kavramların soyutluğunun asgari düzeyde olması ve söz ile eylem, maddi ilişkiler ve işlevsellik arasındaki bağın son derece güçlü olmasıdır. Sözlü kültürlerden yazılı kültürlere geçiş somutluktan soyuta, işlevsellikten tanıma geçiş sürecidir aynı zamanda. Bir örnekleyecek olursak: Okuma yazma bilmeyen ve okuryazar katılımcılarla Aleksandır Romanovich Luria tarafından uygulanan bir deneyde katılımcılara *çekiç, testere, kütük ve el baltası* resimleri gösterilip bu resimleri gruplar halinde düzen-

lemeleri istenmiştir. Okuryazar katılımcılar ısrarla kategorik olarak ayırım yaparken (üç alet ve bir hammadde); okuma yazma bilmeyenler resimlere duruma göre düşünerek yaklaşmayı seçmişlerdir. Katılımcılardan birinin yanıtıyla: “Hepsi bir. Testere kütüğü keser, balta ufak parçalara böler. Bunlardan birini ayırmam gerekirse, baltadan vazgeçerim; nasıl olsa testere kadar yararlı değil” (Ong 2011:68). Aynı çalışmada en somut nesnelerin bile tanımlanması isteğine karşı gelindiği görülmüştür. “Ağaç nedir? Açıklamaya çalışın” sorusuna verilen şu cevapta olduğu gibi: “Ne gerek var ki? Herkes ağaç nedir bilir, benim söylememe hacet yok” (Ong 2011:71).

Jack Goody (1919-2015) ve Ian Watt (1917-1999), “Okuryazarlığın Sonuçları” (1963) adlı önemli makalelerinde sözlü iletişimin içsel özelliklerinin kültürel repertuarın içeriği ve aktarımı üzerinde önemli etkileri olduğunu belirtirler. Okuryazar olmayan toplumlarda dilin yapılanışının toplumsal ilişkilerin tesisi ve yeniden üretimine bağlı işlevsel bir çerçeveye oturduğunu iddia eden yazarlar soyut dilsel kategorilerin pragmatik hedeflerle bağlantısını vurgularlar.

Kuzey Gana LoDagaa’larında günler komşu pazarların kurulma sıklığına göre adlandırılır; gün ve pazar için kullanılan kelimeler aynıdır ve “haftalık” döngü etraftaki en önemli pazarların altı günlük dönüşümüne denk gelir ki bu, gündelik faaliyetlerin mekânsal sınırlarını da belirler. (Goody ve Watt 1963:307)

Sözlü kültürlerde dil ile hatırlama arasında hayati bir bağlantı vardır. Nelerin hatırlanıp hatırlanmayacağı ve hatta nasıl hatırlanacakları meselesi ise güncel toplumsal ilişkiler tarafından belirlenir. “Dil, topluluğun deneyimi ile göbekten bağlı bir şekilde gelişir ve birey tarafından topluluğun diğer üyeleri ile yüz yüze etkileşim içinde öğrenilir” (Goody ve Watt 1963:307). Ong, sözlü kültürlerdeki bu durumu sesin kendisinin doğası ile ilişkilendirir. Sesin zamana ve mekâna bağlılığı ve dinamikliği (görüntünün aksine, sesi belirli bir noktada dondurup incelemek mümkün değildir; sesin hareketinin durduğu an sessizliktir) sözcük ile olay ve eylem arasında içsel bir bağın ortaya çıkmasına yol açar (Ong 2011:108). Burada toplumu ilgilendiren ve pragmatik açıdan toplumun işine yarayan şeyler hafızada tutulurken, geri kalanlar unutulur. Sözlü kültürlerde hatırlamayı mümkün kılan ise dilin ve dile eşlik eden unsurların yapısıdır: “Biçimsel konuşma örüntüleri, törensel koşullar altında anlatım, davulların ve diğer müzik aletlerinin kullanımı, profesyonel hafızların görevlendirilmesi” (Goody ve Watt 1963:308). Ong, bunlara “sözü yinelemeye uygun anımsatıcı kalıplarla düşünmek” adını verir:

Düşüncenizin son derece ritmik, dengeli kalıplarla, yinelemeler ve karşıtlıklarla, ses yinelemeleri ve kafiyelerle, betimleyici ve başka formüllerle, ifadelerle, standart tematik düzenlemelerle (buluşma, yemek, düello, kahramanın “yardımcısı”, vs.) herkes tarafından tekrar tekrar duyulan, böylece kolayca akla gelebilecek, akılda tutulabilecek şekilde düzenlenmiş deyişlerle ya da anımsatıcı başka bir biçimde var olması gerekecektir. (Ong 2011:110)

Hafızanın bugünün kaygı ve talepleriyle iç içeliğini anlatmak için Goody ve Watt, Nijerya’daki Tiv halkının tuttuğu ayrıntılı (12 kuşak önceye, kavme adını veren kurucu ataya kadar giden) soyağaçlarını örnek gösterir. Bu soyağaçları bir hafıza mahareti olarak değil; mevcut toplumsal ilişkiler sisteminin tesisinde belleticiler olarak iş görür. Soyağacı şemaları göçmüş bireylerin bir kaydını tutmak için değil, mevcut toplumsal grupları tanımlamak için başvuru araçlarıdır: “Geçmişin sadık birer kaydı olmaktan çok mevcut toplumsal kurumların birer ‘sözleşmesi’ olarak iş görmektedirler” (Goody ve Watt 1963:308). Sözlü olmaları itibarıyla da yazılı kayıtlara nazaran yeni ve değişen toplumsal koşullara daha rahat uyarlatabilirler. Goody ve Watt, bunun önemli sonuçlarından birinin, bireyler için geçmişin, bugünün koşullarından bağımsız bir varlığı ve anlamı olmayacağıdır ki, geçmişle bugün arasındaki ayrımın daha nesnel ve açık bir şekilde ortaya konması için okuryazarlığı yayılmasını beklememiz gerekecektir (Goody ve Watt 1963:311).

Goody ve Watt daha karmaşık yazı biçimlerimin dördüncü binyılın erken dönemlerinde ortaya çıktığını belirtir. Sesbirimlerinin temsiline dayalı bir yazı sisteminin ortaya çıkması için ise İÖ 1500 ile 1000 yılları arasını beklemek gerekecektir. Goody ve Watt dönemin toplumlarının okuryazardan ziyade, “ilk/ön okuryazar” (*proto-literatre*) toplumlar olarak adlandırılmalarının daha doğru olacağını söylerler. Yazının ortaya çıkışın insanların alışkanlıklarını birden değiştirmez ve sözlü geleneğin eski yöntemini hemen yerinden etmez. Yazının yaygınlaşması ve halka mal olması yüzyıllar ve hatta bazen binyıldan fazla zaman almıştır. Bu yüzden, yazının *ilk ortaya çıkışı* ile *genel yayılımı* arasında bir ayrım yapılması gereklidir (Goody ve Watt 1963:317).

Yunan uygarlığının doğuşu, kelimenin gerçek anlamıyla okuryazar bir topluma geçişin ilk örneğine işaret eder. Sözlü kültürlerden yazılı kültürlere geçiş, hem dil-kavram-nesne arasındaki ilişkide, hem de dilin toplumsal işlevinde önemli dönüşümlerin ortaya çıkması anlamına geliyordu. Goody ve Watt yazının, kelime ile kelimenin göndergesi arasındaki ilişkiyi dönüştürdüğünü söylerken, yazıyla birlikte daha genel, daha soyut bir ilişkinin geçerli olduğunu; dil ile kişilerin, mekân ve zamanın özellikleri arasındaki ilişkinin koptuğunu belirtir (Goody ve Watt 1963:321).

Sözlü ve yazılı toplumlar arasında ortaya çıkan önemli farklardan bir diğeri ise kültürel geleneklerin kaydedilme ve aktarılma biçimlerinin yarattığı sonuçlardır. Ong, sözlü kültürlerde öğrenme ve hafızaya kaydetme sürecinin uzun yıllar içinde edinildiği ve bunun için büyük bir enerji yatırımının gerektiğini söyler. Bunun sonucunda fikirsel denemelere ve yeniliklere karşı daha tutucu ve gelenekselci bir tavır ortaya çıkar: “Bilgi, güç bela elde edilir ve değerlidir; toplum, bunu koruyan ve eski günleri anlatabilen yaşlı ve bilge kadınlara ve erkeklere büyük hürmet gösterir” (Ong 2011:57). Yazı ve sonrasında matbaa, bu kişileri önemsizleştirmiş, onların yerini ise mace-raperest genç nesiller almıştır.

Yüz yüze aktarım ve eğitimle tanımlanan sözlü toplumlarda geçmiş ve bugün arasındaki tutarlılık çok daha kolay tesis edilir ve bu toplumlarda geçmiş ve geçmişten bugüne uzanan dünya kavrayışlarına yönelik eleştirel bir tutumun ortaya çıkma ihtimali azdır. “Bu toplumlarda şüphecilik ortaya çıkabilse de bu, kişisel düzeyde kalır ve birikerek artmaz; toplumsal dogmanın açıkça reddine ve yeniden yorumlanmasına yol açmaz” (Goody ve Watt 1963:325). Bunun aksine, yazılı toplumlarda, kültürel yönelimlerin aktarımı için alternatif bir kaynak olan yazı, bu dengenin bozulmasına yol açar: Yazıyla birlikte değişim ve kültürel gecikme toplumsal hayatın önemli unsurları haline gelir (Goody ve Watt 1963:326). Yazılı toplumlar, sözlü toplumların kültürel geleneklerini tanımlayan eliminasyon ve “yapısal amnezi”den yoksun oldukları için bireyler, yoğun bir karmaşıklık ve çeşitlilik arz eden kültürel geleneğin tümüne nüfuz edemezler (Goody ve Watt 1963:335).

Yazılı toplumlar ile sözlü toplumları birbirinden ayıran önemli bir başka nokta ise bireylerin egemen kültürel gelenekten kaçınma olasılıklarının yüksek veya düşük olmasıdır ki, bu bireycilik meselesi ile son derece yakından alakalıdır. Goody ve Watt’a göre okuryazar olmayan toplumlarda birey, her toplumsal durumda topluluğun düşünce, duygu ve eylem örüntülerine temas etmek durumundayken; okuryazar toplumlarda birey, yazma ve okuma faaliyetlerinin tek başına yapılan eylemler olması sebebiyle, egemen kültürel geleneklerden kendini sakınabilmektedir (Goody ve Watt 1963:336–337). Ayrıca yazının soyut ve genel karakteri ve kültürel gelenekten kaçınmanın mümkün olması, bilgi ile deneyim arasındaki bağı gitgide koparmakta, bu da sözlü toplumlarda daha rahat sağlanan denge halinin yazılı kültürlerde tesis edilmesini zorlaştırmaktadır. Bununla birlikte yazı, “kelimeleri nesneleştirmesi, kelimeleri ve anlamlarını sözlü iletişimde olamayacak kadar uzun ve yoğun incelemeye tutulabilmesine olanak tanınması sebebiyle şahsi düşüncüyü teşvik eder” (Goody ve Watt 1963:339).

Televizyon, teknoloji ve teknopoli: Neil Postman

Bir araç olarak teknolojinin, iletişim teknolojilerinin, özellikle de televizyonun en sert ve en çok tanınan eleştirmenlerinden biri Neil Postman'dır. *Televizyon Öldüren Eğlence: Gösteri Çağında Kamusal Söylem* (Postman 2010) tipografik kültürlerden görsel imajların ve fotoğrafla başlayıp televizyonla devam eden araçların egemenliğindeki bir dünyayı anlamaya çalışır. *Teknopoli* (2013) ise düşünürün kültürün teknolojiye teslim oluşunu eleştirdiği “dünyamızda olagelen tuhaf ve tehlikeli şeyleri” adlandırma çabasının bir ürünüydü.

Postman temelde Innis ve McLuhan'ın izinden gider. Bir kültürü anlamak için o kültürün konuşma araçlarına (yani medyaya) odaklamak konusunda McLuhan'la hemfikirdir. Dilin kendisi gibi, her aracın düşünceye, ifadeye ve duyarlılığa yeni bir yönelim kazandırdığını düşünür:

“Elinizde bir çekiç varsa, her şeyi çivi olarak görürsünüz.” Bu atasözünün içerdiği manayı şu şekilde genişletebiliriz: Elinde kalem olan biri için her şey yazıya aktarılmayı beklemektedir. Elinde kamerası olan bir insan için her şey birer görüntüden ibarettir. Bilgisayar kullanan bir insan için her şey data'dır. Ve elinde bir not defteri olan biri için her şey sayılardan ibarettir. (Postman 2013:19)

Postman, iletişim teknolojilerinin toplumsal, ekonomik, siyasal ve kültürel alanların dönüşümündeki rolünün altını çizerken, daha sonraki yıllarda son derece popüler olacak olan “ekoloji” kavramını ortaya atar. Yeni bir teknolojinin insan eylemlerinin belli bir alanıyla sınırlı kalmayacağını söyler bize Postman. “Teknolojik değişme, toplama bir eklemek ya da toplamdan bir çıkarmak değildir. Teknolojik değişme ekolojiktir.” Postman ekoloji terimini çevre bilimcilerin kullandığı anlamda kullanır. Belirli bir ekoloji içinde yaşanan önemli bir değişiklik, topyekûn değişikliğe sebep olur. Nasıl ki ekolojik sistemin unsurlarından birinin sistemden eklenmesi ya da sisteme yeni bir unsurun eklenmesi bütün sistemi tepeden tırnağa dönüştürüyorsa, yeni bir teknoloji de her şeyi değiştirir (Postman 2013:22).

Postman, McLuhan'ın “araç iletidir” aforizmasının yerine “araç metaforudur” der. Zira ‘ileti/mesaj’ terimi karışıklık yaratmaya meyillidir. Postman'a göre iletişim araçları, somut iletiler/mesajlar yansıtmaz; “bizim medya biçimlerimiz, daha çok, özel gerçeklik tanımlarını yerleştirmeye yarayan anlaşılması zor ama güçlü içermeleriyle etkili olan metaforlara benzerler. (...) medya-metaforlarımız dünyayı bizim adımıza sınıflandırır, bir sıraya sokar, bir çerçeve çizer, genişletir, küçültür, renklendirir ve dünyanın görünümüne ilişkin savlar ortaya atarlar” (Postman 2010:19).

Postman, bu noktadan hareketle Amerika’da büyük bir medya-metaforu değişimi yaşandığını ve televizyonun merkezde yer aldığı bu dönüşümde kamusal söylemlerin önemli bölümünün içeriğinin tehlikeli boyutlarda saçmalaştığını göstermeye çalışır. Birincisi, yeni bir araç, söylem yapısını, aklın kullanılmasının bazı yollarını cesaretlendirerek, belli zekâ ve bilgelik tanımlarını öne çıkararak ve belli türde içerik talep ederek değiştirir. Postman, televizyonun basılı sözle kıyaslandığında bu açılardan daha aşağı bir araç olduğunu vurgular. İkincisi, televizyonun yol açtığı söylem değişimi henüz tümüyle tamamlanmamıştır; herkesi ve her şeyi kapsamamıştır. Üçüncüsü, televizyona dayalı bir bilme ve öğrenme biçimi kamusal iletişimi ve onun çevrelediği alanı kirletmektedir (2010:37–39).

Yazılı sözün egemen olduğu bir kültür bilginin analitik bir şekilde işlenmesini, sınıflandırma, sonuç çıkarma ve akıl yürütme yetisini gerektirir. “Yazılı sözü benimsemek, yalanları, kafa karıştırıcı sözleri ve aşırı genellemeleri açığa çıkarmak, mantık ve sağduyu istismarlarını saptamak, ayrıca fikirlerle ağırlık vermek, savları birbirleriyle karşılaştırmak, bir genellemeyi diğeriyle ilişkilendirmek demektir” (Postman 2010:63–64). Bu da kamusal söylemin çok daha bütünlüklü, düzgün biçimde düzenlenmiş olgular ve fikirlerle karakterize edilmesine yol açar. Postman, 19. yüzyılın sonuna kadar Amerika’da basıl sözün egemenliğinde geçen döneme “Yorum Çağı” adını verir. Fotoğraf ve telgrafla açılan ve televizyonla doruk noktasına ulaşan çağın adıyla “Gösteri Çağı”dır.

Telgraf, iletişimin hızıyla ulaşım hızını birbirinden koparan bir teknolojidir. 1840’lara kadar enformasyon akışı, ancak insanların beraberinde taşıyabilecekleri hızdaydı. Bir mektup onu taşıyan posta arabasıyla ya da trenle aynı hızdaydı. Elektrik ve telgraf bu bağlantıyı kopardı. Postman’a göre iletişimin hızında yaşanan baş döndürücü değişimin tahrip edici sonuçları oldu. Telgraf ilgisizlik, etkisizlik ve tutarsızlığın yayılması demekti ve bu yüzden tipografik söyleme saldırıyordu. Telgraf tüm ülkeyi “bir mahalle” haline getirdi. Burada Postman, McLuhan’ın “küresel köy” açıklamasına bir göndermede bulunur. Lakin bu birbirleri hakkında sadece en yüzeysel bilgileri bilen yabancıların oturduğu bir mahalleydi.

Postman’a göre diğer tüm iletişim araçları içerisinde televizyon bir üst araç (*meta-medium*) olması bakımından da önemlidir. Telefonu nasıl kullanacağımızı, hangi filmleri göreceğimizi, hangi kitap, kaset ve dergilerin alınacağını, hangi radyo programlarının dinleneceğini söyler bize (2010:92).

Postman televizyonun günümüz toplumlarında (kitabın basım tarihi 1985’tir) temel bilgilenme ve kültürlenme aracı olduğunu iddia eder. Televizyon artık kültürün kendisi haline gelmiştir. İşin sorunlu olan yanı televizyonun bilme yolunun, tipografinin bilme yolundan uzlaşmaz derecede

farklı olmasıdır. Televizyon tutarsız ve saçma olanı yüceltir. Okuyucunun aksine, televizyon izleyicisi dikkat eşiği düşük, sürekli olarak eğlenceyi kovalayan bir figürdür. Sorun televizyonun eğlendirici temalar sunması değildir; bütün temaların eğlence olarak sunulmasıdır: “Eğlence, televizyondaki her türlü söylemin üst-ideolojisidir. (...) her şeyin üstünde tutulan varsayım, her şeyin bizim eğlenmemiz ve haz almamız gözetilerek sunulmasıdır” (Postman 2010:102). Televizyon düşünmenin, tefekkürün, kutsalın değil, eğlencenin, izlenimlerin ve alkış almanın mekânıdır. Bundan ne siyaset kurulabilir, ne de din. Televizyonda din de, başka her şey gibi oldukça basit biçimde ve eğlence olarak sunulur. Bunun da sebebi televizyonun bir iletişim aracı olarak teknolojik yönelimidir:

Bir kültüre alfabeyi sokarsanız o kültürün bilme alışkanlıklarını, toplumsal ilişkilerini, topluluk, tarih ve dinle ilgili nosyonlarını değiştirirsiniz. Bir kültüre taşınabilir türde matbaayı sokarsanız yine aynı sonucu elde edersiniz. Görüntülerin ışık hızıyla iletilmesini sağlarsanız bir kültür devrimi yaparsınız. Tek bir oya gerek duymadan. Polemiksiz. Gerilla direnişiyle karşılaşmadan. (Postman 2010:175)

Medya ve modernite

John B. Thompson, her iletişimcinin mutlaka okuması gereken çalışmalardan biri olan *Medya ve Modernite* (2008) adlı etkileyici kitabına bir 16. yüzyıl İtalyan köylüsü olan Menocchio’nun hikâyesi ile başlar. Carlo Ginzburg’un *Peynir ve Kurtlar: Bir 16. Yüzyıl Değirmencisinin Evreni* (1996) adlı yine çok ama çok önemli çalışmayla gün yüzüne çıkan bu gerçek yaşamöyküsünde Menocchio her şeyin kaos olduğu, dünyanın peynir kütlesi gibi bir şey, meleklerinse onun içinde ortaya çıkan kurtlar olduğuna dair alternatif bir kozmoloji sunar. Tahmin edebileceğiniz gibi kilisenin hiç mi hiç hoşuna gitmeyecek olan bu alternatif kozmolojinin mimarı olan Menocchio’yla bir ortak noktamız vardı: Okuryazar olmak. Thompson, Menocchio’nun görüşlerinin, onun yaratıcılığının sonucu olduğu kadar kökenleri başka yerlere uzanan ve etkileri çok uzaklara giden toplumsal bir dönüşümün de ürünü olduğunu söyler: Yani modernitenin. Thompson modern toplumları karakterize eden üç ana gelişmenin altını çizer:

Modern toplumların doğuşu, ilk olarak, Avrupa feodalizminin yeni bir kapitalist üretim ve değişim sistemine dönüştüğünü ayırt edici bir dizi ekonomik değişiklikleri içerdi. Modern toplumların gelişimi, ikinci olarak, Ortaçağ Av-

rupası'nın sayısız siyasal birimlerinin giderek sayılarının azaldığı ve her biri sınırları açıkça belirlenmiş bir toprak parçasında egemenlik iddia eden, merkezî vergi ve yönetime sahip birbirine kenetlenmiş, ulus-devletler sistemi-ne dönüştüğü özgün bir politik değişim süreciyle karakterize edildi. Üçüncüsü, açıkça görülmektedir ki, savaşa hazırlık bu siyasal değişim sürecinde hayati bir rol üstlendi; modern toplumların gelişimiyle birlikte askerî iktidar, Max Weber'in ortaya koyduğu gibi, giderek belli bir toprak parçasında meşru güç kullanımı tekeli iddia eden ulus-devletlerin elinde toplandı. (Thompson 2008:76)

Medya ve Modernite'nin amacı basımcılığın ilk biçimlerinden, elektronik iletişimin en son türlerine kadar iletişim medyasının modern toplumların yükselişinin asli bir parçası olduğunu göstermeye çalışmaktır (Thompson 2008:13–14). Thompson'a göre modern dünyayı anlamak için iletişim medyasının gelişimine ve etkisine merkezî bir rol vermek zorundayızdır. Modern dünyanın oluşumunda iletişim medyası özellikle mekân ve zamanın dönüşümünde rol oynar. Thompson, Innis ve McLuhan'ı andırır bir şekilde bu rolü şu sözlerle özetler:

İletişim medyasının kullanımının, toplumsal alanda yeni bir eylem ve etkileşim biçimlerinin kurulmasını, yeni toplumsal ilişki biçimlerini ve başkaları ve kendiyle yeni ilişki kurma şekillerini içerdiğini anlamamız gerek. Bireyler iletişim medyasını kullandıklarında günlük yaşamlarındaki çoğu karşılaşmaları karakterize eden yüzyüze etkileşim tipinden belirgin derecede farklı olan yeni etkileşim biçimlerine girmektedirler. Fiziksel olarak var olmayan ötekiler için eylemler icra edebilmekte veya uzak yerleşim yerlerinde konumlanmış olan ötekilere uygun eylemler üretebilmektedirler. Esasında iletişim medyasının kullanımı, toplumsal yaşamın zamansal ve mekânsal örgütlenmesini dönüştürmekte, artık ortak bir mekânı paylaşmanın zorunlu olmadığı yeni uygulayıcı iktidarlar tarzları, yeni eylem ve etkileşim biçimleri yaratmaktadır. (Thompson 2008:16)

Medyanın gelişimi modern dünyadaki sembolik üretim ve değişimin doğasını köklü ve geri döndürülemez bir şekilde dönüştürmüştür. Thompson'a (2008:42) göre teknik medyanın önemli özelliklerinden biri, onun bir ölçüde *zaman-mekân ayrışmasına* olanak vermesidir: "Sembolik biçim, hem zamansal hem de mekânsal bağlamından kopar, farklı zaman ve yerlerde konumlandırılabilir yeni bağlamlara yeniden gömülür." Teknik medya, zaman ve mekân bakımından uzak olan bireylerle iletişimi mümkün kıldığı için zamansal ve mekânsal sınırlılıkların aşılmasına yardımcı olur.

Zaman-mekân bağlantısının koparılması başka bir gelişmeyi tetikler: *Mekânsız eşzamanlılığın keşfi*. Mekânsız eşzamanlılık, uzak bölgelerde meydana gelen olayların eşzamanlı olarak tecrübe edilmesi anlamına gelir. Mekânsız eşzamanlılığın tecrübe edilmesinin koşullarından biri dünya zamanının standartlaştırılması oldu. 19. yüzyılın ortasına kadar her şehir, kasaba ya da köyün kendi yerel zamanı vardır ve zaman genellikle uzam ve doğa olayları (güneşin hareketi, mevsimler, nehirlerin hareketleri, kuraklık, sel, deprem ve yangın gibi afetler gibi) ya da diğer insani faaliyetlerle (hasat zamanı gibi) bağlantılı olarak tanımlanmıştır. 18. yüzyılın sonlarında posta arabası hizmetlerinin, 19. yüzyılın başındaysa demiryolu inşaatlarının inşasıyla birlikte soyut ve standart bir zaman birimi geliştirmek şart olmuştu (Thompson 2008:58). Anthony Giddens, *Modernliğin Sonuçları*'nda (2012a) bu süreci zaman-mekân ayrılması olarak tanımlar.

Thompson için iletişimin küreselleşmesi, yukarıda bahsi geçen eğilimlerin iyice radikalleşmesi anlamına geliyordu. Özellikle elektronik medyanın gelişimiyle birlikte zaman-mekân ayrışması ve mekânsız eşzamanlılık doruk noktasına ulaşmıştır. “Küreselleşme” terimi dünyanın farklı bölgelerinin artan karşılıklı bağımlılığını, etkileşimin ve karşılıklı bağımlılığın karmaşık biçimlerine yol açan bir süreci anlatmaktadır (Thompson 2008:228).

Thompson modern dünyanın kurulmasında medyanın oynadığı önemli rolü son derece detaylı ve ikna edici bir çerçeve içerisinde tartışmıştır. Modern dünyanın siyasi ideolojilerinden milliyetçilik ve medya ilişkisi ise bir sonraki bölümün konusu olacaktır.

Matbaa, ulusal diller ve milliyetçilik

İletişim aracının biçiminin siyasal ve ideolojik dönüşümlere yol açma gücüne verilebilecek en güzel örneklerden biri milliyetçiliğin ortaya çıkışı ve yükselişi ile matbaa arasındaki ilişkidir. Innis'ten McLuhan'a, Lucien Febvre ve Henri-Jean Martin'den *Hayali Cemaatler*'in (1991) yazarı Benedict Anderson'a, çok sayıda önde gelen kuramcı matbaa ve milliyetçilik ilişkisini ele almışlardır.

Dil bütünlüğü ulusal kimliğin ortaya çıkması ve pekişmesi için büyük bir önem arz eder. Belirli bir toprak bütünlüğü içerisindeki vatandaşların aynı dili konuşması, ulusal birlik ve milliyetçiliğin olmazsa olmazıdır. Lucien Febvre ve Henri-Jean Martin (2000) *Kitabın Doğuşu* adlı çok önemli çalışmalarında matbaanın ulusal dillerin oluşumu ve sistemleşmesinde oynadığı hayati rolü ortaya koyarlar. Araştırmacılara göre 15. yüzyıldan itibaren başta Fransa ve Almanya'da, matbaanın yaygınlaşması ulusal dillerin yavaş yavaş

kristalize olmasına ve Latincenin değerini yitirip daha az kullanılmasına yol açmıştır. Örneğin Fransa'da 1501 yılında basılan 88 kitabın sadece 8'i Fransızca, 1528'de bu sayı 269'da 38'e yükselir. 1530'da 456 kitabın 121'i Fransızcadır. 1575'e gelindiğinde ise Paris'te basılan 445 yayının 245'i, yani yarısından fazlası Fransızcadır. Almanya'da da 1519'da sadece 40 Almanca eser basılmışken bu sayı 1521'de 211'e, 1522'de 347'ye ve 1525'te 498'e ulaşmıştır. Bu 498 eserin 198'i Luther'in çeşitli eserlerinden oluşmaktadır. Matbaa ulusal dillerde basılan eserlerin sadece sayılarını artırmakla kalmadı; aynı zamanda elyazması eserden farklı olarak bir örnek basım yapması da önemliydi. Zira kopyalama ustaları bilinçli ya da bilinçsiz olarak bir eseri kopyalarlarken pek çok değişiklik yapıyorlardı. Matbaa teknik yapısı ve üstünlüğü ile basımlar arasındaki farklılıkları en aza indirmeye, yani yayınların bir örnekleşmesine yardımcı oldu.

İletişim aracının (burada matbaa) toplumsal doku üzerindeki belirleyici etkisi açısından Luther'e ayrı bir parantez açmak gerekir. Almanya'nın Eis-leben şehrinde doğan Martin Luther (1483-1546) Katolik kilisesine karşı girilen Reform hareketinin mimarıdır. Luther'in ve reform hareketinin arkasındaki en büyük güçlerden biri matbaa olmuştur. Luther'in görüşleri kitaplar, broşürler ve ilanlar yoluyla görülmemiş bir hızla Avrupa'da yayılmıştır. Lakin Luther'in önemi bununla da sınırlı değildir. Luther, Almanya'da dil bütünlüğünün sağlanmasının Reform hareketinin başarısı için elzem olduğunun farkındadır. Yukarı Almanya'da konuşulan ve yazılan bir dilin aşağı Almanya'da anlaşılmadığı bir dilsel karmaşa fikirlerin yayılmasında ciddi bir sorun teşkil edecektir; etmektedir de. Benzer bir durum dönemin Fransası için de geçerlidir. Fransa'nın kuzeyinde ve güneyinde yaşayan iki kişi Fransızca konuşup birbirlerini pekâlâ anlamayabilirlerdi. Tam da bu sebeple Luther "yukarı Almanya'da olduğu kadar, aşağı Almanya'da da anlaşılabilme arzusu ile özellikle İncil gibi herkesin kullandığı kitaplarda ortak bir dil kullanımına giderek, Almancanın gerçek düzenleyicisi olmayı üstlendi" (Febvre ve Martin 2000:236).

Luther özellikle sözcük kullanımı üzerinde durdu. Doğru sözcük arayışında eşanlamlılar arasından geniş halk kitleleri tarafından en çok anlaşılanları seçmeye çalıştı. Bunu yapabilmek için de halk dillerini inceleyerek ayrıntılı bir dilbilimsel çalışmaya girdi. Febvre ve Martin bu yüzden Luther'in modern Almancanın temelini attığını vurguladı. Luther'in yaklaşımını diğer yazarlar benimsedi ve takip etti. Halk dilinde yazılmış eserlerin çoğalması ve matbaa ile birlikte Almanya'da ve diğer ülkelerde ulusal dillerin gelişimi hızlandı. Tipografların ve ortografların çabaları ulusal dillerin edebi bir zenginlik kazanmalarını sağladı. Bu dönemde her yerde dilbilgisi kuralları oluşturulmaya çalışılıyordu. Örneğin 1493'te Antonio de Nebrija tarafından yı-

linda yayımlanan *Grammatica Castellana*, İspanyolcanın oluşumunu kolaylaştırırken Katalancanın tüm İspanya'da kabullenmesini sağladı. Bu eser, İspanyol yazar ve matbaacıların o zamana kadar yoğun bir şekilde kullandıkları bölgesel özellikleri ortadan kaldırmalarına yardımcı oldu. 17. yüzyıla gelindiğinde artık Latincenin etkisi ve önemi iyice azalmış ve başta Fransızca olmak üzere diğer tüm ulusal diller felsefe bilim ve diplomasi alanlarında üstünlüğü ele geçirmişti.

McLuhan, teknolojinin anadili gözle görülür, merkezî ve birörnek hale getirmesi sürecini mahrem içsel denetimin dışsallaştırılması ve dile getirilmesi ve kolektif ulusal bilincin bir yığın hale gelmesi süreçleriyle ilişkilendirir (2014:280). Ona göre, ulusal bir deneyim olarak anadillerin birörnekleştirici gücünü bütün diğer modern uluslardan çok daha fazla hissedenler ise Fransızlar olmuştur. Alexis de Tocqueville, 18. yüzyılda kültürel olgunluğa ulaşmış matbu kelimelerin Fransız ulusunu nasıl birörnek haline getirdiğini vurgular. Tekbiçimlilik, devamlılık ve düzcizgisellik gibi tipografi ilkeleri feodal ve sözlü toplumların karmaşıklığını ortadan kaldırmıştır (McLuhan 1994:16).

Hayali Cemaatler'de Benedict Anderson (1991) kapitalizm ve matbaa teknolojisinin çıkışmasının, ulusal dillerin çeşitliliğini en aza indirgeyerek yeni bir hayali cemaat biçiminin –yani “ulus”un– oluşmasına katkıda bulunduğunu öne sürer. Anderson'a göre matbaa tarafından standartlaştırılmış ve ulusallaşmış dillerin ulusal bilince temel arz etmesi üç değişik şekilde gerçekleşmiştir. Birincisi ve en önemlisi, Latincenin dışında ve gündelik konuşma dilinin üstünde birörnek etkileşim ve iletişim alanlarının ortaya çıkmasına yardımcı olmuştur. Birbirine benzemeyen, çok sayıda Fransızcanın, İngilizcenin ya da İspanyolcanın konuşulduğu ve aynı dili konuşanların bile birbirlerini zar zor anladıkları bir dünyanın yerini basılı sözcüklerin ve kâğıdın kesinliği ve birörnekliliği almıştır. Böylelikle insanlar, kendi dil-alanlarındaki yüzlerce, binlerce, hatta milyonlarca diğer insanın varlığından haberdar olmuştur. Bu da aynı dilsel cemaate ait olmaktan kaynaklanan bir aidiyetin ortaya çıkmasına yardımcı olmuştur. Bu ortaklık, ulus tahayyülünün ilk ve erken biçimlerinden birini oluşturur. İkincisi, matbaa-kapitalizmi dile yeni bir sabitlik verir ki, bu da öznel millet fikrinin oluşması için son derece merkezî olan geçmiş imgesini inşa etmek için önemlidir. Az evvel de belirttiğimiz üzere, elyazması kültürden farklı olarak matbaa baskısı birörnektir ve yazı ustasının yaptığı müdahalelerden, değişikliklerden muaftır. Üçüncü ve son olarak, matbaa-kapitalizmi iktidar dillerini ortaya çıkarmıştır. Bu diller daha önceki yönetsel yerel dillerden farklı ve matbaa diline en yakın olan dillerdi. Zamanla dezavantajlı yerel dilleri asimile ederek dilin birörnekleşmesi sürecine doğru yol alındı (Anderson 1991:44–45).

Dilin standartlaşması, matbaanın yaygınlaşması, kitabın taşınabilirliği ve meta haline gelişi... Anderson'a göre bütün bu süreçler iki ayrı büyük gelişme ile iç içe geçmiş vaziyetteydi: Bir yandan milliyetçiliğin kültürel ifadesinin yerleşik dinsel otorite biçimlerinin denetiminden kurtulmasına olanak sağlar. Diğer yandan devlet ve bürokrasi dili standartlaştırır ki, modern ulus-devletlerin kurulması sürecinde bu standartlaşma büyük bir rol oynamıştır (Stevenson 2008:202).

Manuel Castells, *Enformasyon Çağı* ve *İletişim Gücü*

Herhalde ekonomi politik, küreselleşme ve iletişim teknolojileri üzerine yapılacak bir tartışma akla ilk gelecek olan çalışma Manuel Castells'in *Enformasyon Çağı* üçlemesi olacaktır. Üç ciltten ve binlerce sayfadan oluşan bu devasa eser çağımızda ekonomi, toplum ve kültürün geldiği noktayı ince ayrıntılarıyla ve bütüncü bir şema dahilinde ele alır. Castells, bu bölümde daha yakın tarihli *İletişim Gücü* (2016) başlıklı kitabıyla birlikte üzerinde duracağımız *Ağ Toplumunun Yükselişi* (Castells 2008a) alt başlıklı birinci ciltte enformasyon çağının temellerini oluşturan teknoloji, ekonomi ve emek süreçleri gibi konuları ele alır. *Kimliğin Gücü* (Castells 2006) "ağ toplumunun" sosyolojisine ve özellikle de toplumsal hareketlere ayrılmıştır. Son cilt *Binyılın Sonu* (Castells 2008b) ise küresel politika ve uluslararası güç dengelerine ve uluslararası suç şebekelerine ayrılmıştır. Hem kitabın organizasyonunda hem de Castells'in konuları ele alışında, yukarıda bahsettiğimiz bütüncü yaklaşımı görmek mümkündür: Enformasyon çağının oluşumunda toplumsal, ekonomik ve politik boyutlar, birbirleri ile ilişkileri ve bağlantıları çerçevesinde ele alınmıştır (Webster 2006:99).

Castells'e göre yeni bir çağda ve yeni bir toplum içerisinde yaşıyoruz. Bilgi ve iletişim teknolojileri sayesinde gelişim gösteren ağlara dayanan ve enformasyon akışlarına dayanan bu yeni evreyi "enformasyon çağı" olarak adlandırır. Teknolojik gelişmeler, özellikle iletişim teknolojilerindeki gelişmeler olmadan bu yeni çağı düşünmek mümkün değildir. Castells, *İletişim Gücü* (2016:6) adlı çalışmasında iletişim biçimleri ve süreçlerinin iktidar ilişkilerinin inşasında belirleyici önemde olduğunu öne sürer. Şu etkileyici pasajda iletişim gücünü ve önemini nasıl kavradığını görebiliriz Castells'in:

Toplumun normlarının tanımlanmasında, bu normların gündelik hayata uygulanmasına ilişkin temel savaş insan zihninin şekillenmesi etrafında dönüyorsa, iletişim bu savaşın merkezindedir. Çünkü insan zihni iletişim sayesinde

de toplumsal ve doğal çevresiyle etkileşim içine girer. Bu iletişim süreci, belli bir toplumda iletişimin yapısı, kültürü, örgütlenmesi ve teknolojisine göre gerçekleşir. İletişim süreci, siyasal pratik dahil toplumsal pratiğin her alanında iktidar ilişkilerinin inşa edilme biçimine ve onlara karşı koyma biçimine kesinlikle aracılık eder. (Castells 2016:36)

Bununla birlikte Castells (2008a:6), teknolojiyi insan ve topluma dışsal bir unsur olarak ele almaz, “çünkü teknoloji toplumdur, çünkü toplum teknolojik aygıtlarına değinilmeksizin anlaşılamaz, resmedilemez.”

Enformasyon teknolojisinde yaşanan devrim 1980’lerden itibaren kapitalist sistemin kökten yeniden yapılanma sürecinde araçsal bir öneme sahip olmuştur. Castells bu yeni kalkınma biçiminde enformasyonun rolünü ise şu şekilde özetler.

Yeni, enformasyonel kalkınma biçiminde, üretkenliğin kaynağı, bilgi üretme, bilgi işleme ve sembollerle iletişim teknolojisindedir. Kuşkusuz, bilgi ve enformasyon bütün kalkınma biçimlerinde kritik unsurlardır; çünkü üretim süreci her zaman belli bir bilgi düzeyine ve enformasyonunun işlenmesine dayalıdır. Ancak enformasyonel kalkınma biçimine özgü olan şey, bilginin üzerine bilgi gelmesi eyleminin bizzat üretkenliğin ana kaynağı olmasıdır. (Castells 2008a:20)

Sanayileşmecilik ekonomik büyümeye, yani çıktının, ürünün maksimasyonu odaklanmışken, enformasyonelizm teknolojik gelişmeye, yani bilginin biriktirilmesine ve bilgi işlemde daha üst karmaşıklık seviyesine ulaşmayı hedeflemektedir. Castells’in yukarıda da belirttiği üzere, enformasyon tarihin her aşamasında toplumlar için çok önemli olmuştur. Ama enformasyonun toplum için önemli olması, o toplumu enformasyonel toplum yapmaz. Enformasyonel toplum dendiğinde “enformasyon üretimi, işlenmesi ve aktarımının, bu tarihsel dönemde ortaya çıkan yeni teknolojik koşullar nedeniyle üretkenliği ve gücün temel kaynakları haline geldiği, özgül bir toplumsal örgütlenme biçimini” (Castells 2008a:25) anlamamız gerekir. Bununla birlikte, akıld tutulması gereken önemli bir husus enformasyonel toplumların hâlâ kapitalist toplumlar olduklarıdır; bir başka deyişle, enformasyonelizm, kapitalizm sonrası bir toplumsal düzeni anlatmaz:

Zamanımızın yeni ekonomisi kesinlikle kapitalisttir fakat bu yeni bir tür kapitalizmdir: Üretim artışının kaynağı olarak yenilikçiliğe; değer biçme kriterleri, enformasyon çalkantılarından etkilenen bilgisayar ağları oluşturmuş küresel finans piyasalarına; üretim ve idarenin hem içeride hem dışarıda, yerel

ve küresel ağlar oluşturmalarına; esnek ve uygulanabilir olan emeğe dayanırlar. (Castells 2016:67)

Enformasyon çağını ayrıksı kılan özellik toplumsal yapılar içerisinde ağların taşıdığı merkezî önemdir. Enformasyon çağında toplum bir ağ toplumu özelliğine bürünür. Ağ, birbiriyle bağlantılı düğümler kümesidir. Düğüm bir bükümün kendi kendini kestiği noktadır. Daha açık konuşacak olursak, düğümün ne olduğu, hangi somut ağlardan bahsettiğimize bağlıdır. Küresel finansal akışlar ağında düğümler, menkul kıymetler piyasalarıdır. Avrupa Birliği'ni yöneten siyasi ağda ise ülkelerin bakanlar konseyleri ve Avrupa Komisyonu üyeleridir. Dünya çapında ekonomilere, toplumlara, devletlere nüfuz eden uyuşturucu kaçakçılığı ağında, koka ve haşhaş laboratuvarları, gizli laboratuvarlar, gizli havaalanları, sokak çeteleri, para aklayan finansal kurumlardır. Enformasyon Çağı'nda kültürel ifadenin, kamuoyunun kökenlerinde yer alan yeni medyanın küresel ağında ise bu düğümler, televizyon sistemleri, eğlence stüdyoları, bilgisayar grafiği ortamları, haber ekipleri, sinyaller üreten, gönderen, alan seyyar aygıtlardır (Castells 2008a:622).

Castells toplumsal hayatta ağların iletişime dayalı yapılar olduğunu söyler. "Akışlar düğümler arasındaki bilgi akışlarıdır ve düğümler arasındaki bağlantı kanallarında dolaşırlar" (Castells 2016:55). Küresel ağ toplumunda ağlar, yeni iletişim teknolojilerinin desteği ve sahip oldukları üç özellik sayesinde en etkili örgütlenme biçimi haline gelirler. Bu özellikler esneklik, boyut değiştirebilme ve hayatta kalabilmedir. Ağlar modülerdir, duruma göre yeniden şekillenebilirler, yani esnektirler; ağlar fazla bozulma olmaksızın küçülüp büyüyebilirler; son olarak da, belirli bir merkezi olmadığı için, saldırılara karşı dayanıklı bir nitelik arz ederler (Castells 2016:58).

Ağ toplumu küreseldir ve büyük ölçüde bir finansal akışlar ağı etrafında yapılanmıştır. Bununla birlikte bu, yeryüzündeki herkesin ağlara dahil olduğu anlamına gelmez; hâlâ dışarıda kalan ve bırakılan önemli bir nüfus ve coğrafi alan söz konusudur. Lakin ağlara dahil olmasalar da toplumsal yapıyı oluşturan küresel ağlarda gerçekleşen süreçlerden etkilenirler. İnsan hayatını kontrol eden ve şekillendiren temel faaliyetler küresel ağlarda örgütlenir: "Finans piyasaları; mallar ve hizmetlerin ulus-aşırı üretimi, yönetimi ve dağıtımı; son derece vasıflı iş gücü; yüksek eğitim de dahil bilim ve teknoloji; kitle medyası; etkileşime dayalı çok amaçlı iletişimi sağlayan iletişim ağları; kültür; sanat, eğlence; spor; küresel ekonomi ve hükümetler arası ilişkileri idare eden uluslararası kurumlar; din; suç ekonomisi; yeni, küresel bir sivil toplumun haklarını ve değerlerini ileri süren ulus aşırı hükümet dışı örgütler ve toplumsal hareketler" (Castells 2016:59-60).

Castells dijital çağda iletişimin değişen yapısını ayrıntılı bir şekilde ince-

ler. Özellikle internetin yayılması ile birlikte birçok kişinin birçok kişiye mesaj gönderme yetisinin geliştiği, etkileşime dayalı yeni bir iletişim biçiminin günümüz dünyasına damgasını vurduğunu söyler. Tarihsel olarak yeni olan bu iletişim biçimine kitlesel öz iletişim (*mass self-communication*) adını verir. Kitlesel öz iletişim, “bir izleyici, dinleyici kitlesine ulaşma olanağına sahip, ama mesaj üretiminin kişinin kendisine bağlı olduğu, mesaj alımını kişinin kendisinin yönlendirdiği, elektronik iletişim ağlarından içerik kabulü ve bir araya getirme işinin kişinin kendi seçimlerine dayandığı karşılıklı etkileşime dayalı iletişim biçimidir” (Castells 2016:1). Kitlesel öz iletişimle tanımlanan bu yeni iletişim biçiminde iletişim sayısallaşmış, bilgisayar ağları yaygınlaşmış ve bant aktarım kapasitesi genişlemiştir. İletişimin örgütsel ve kurumsal yapısında da ticarileşme ve holdingleşme yönünde muazzam bir dönüşüm gerçekleşmiştir. Son olarak, küresel bir kültür ile çok sayıda kimlik kültürünün yan yana geliştiği, karmaşık bir yapı ortaya çıkmıştır (Castells 2016:91-93).

Genel değerlendirme

Bu bölümde farklı kuramsal gelenekler içerisinde yer almakla birlikte iletişim teknolojileri ve toplumsal yaşam arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmalara odaklandık. Kimi zaman, McLuhan örneğinde olduğu üzere, teknolojinin belirleyiciliğinin uç noktalara götürüldüğünü gördük. Lerner örneğinde ise iletişim teknolojileri, empati ve modernleşme arasında son derece iddialı aşırı genellemelere gidildiğini, bu iddialarına yeterince temellendirilmediğini gördük. İletişim teknolojileri toplumsal değişim ilişkisine dair düşünceler ve kuramlar bu türden tuzaklarla dolu olsa da geçmiş, bugünü anlamamızda ve geleceğe dair öngörülerde bulunmamızda son derece önemli tartışmalara ve sorulara kapı aralıyor.

KAYNAKÇA

- Abercrombie, Nicholas ve Longhurst, Brian (1998), *Audiences*, Sage, Londra.
- Adaklı, Gülseren (2006), *Türkiye'de Medya Endüstrisi Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri*, Ütopya, Ankara.
- Adorno, Theodor W. (1973), "Letters to Walter Benjamin", *New Left Review*, 1, s. 81.
- Adorno, Theodor W. (1994), *The Stars Down to Earth*, Routledge, Londra ve New York.
- Adorno, Theodor W. (2000), *Minima Moralia*, çev. Ahmet Doğukan, Orhan Koçak, Metis, İstanbul.
- Adorno, Theodor W. (2003), "Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünmek", çev. Bülent O. Doğan, *Cogito*, 36(1).
- Adorno, Theodor W. (2003), *Otoriter Kişilik Üzerine*, çev. Doğan Şahiner, Om, İstanbul.
- Adorno, Theodor W. (2009), *Kültür Endüstrisi: Kültür Yönetimi*, çev. Elçin Gen, Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Alemdar, Korkmaz ve Kaya, Raşit (1983), "Giriş: Ya Da Mitostan Gerçeğe", *Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar*, Savaş, Ankara, s. 1-20.
- Althusser, Louis (2000), *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, çev. Mahmut Özışık, Yusuf Alp, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Anderson, Benedict (1991), *Imagined Communities*, Verso, Londra ve New York. [*Hayali Cemaatler*, çev. İskender Savaşır, Metis, İstanbul, 1. basım, 1993]
- Anderson, Perry (2004), *Batı Marksizmi Üzerine Düşünceler*, çev. Bülent Aksoy, Birikim, İstanbul.
- Bagdikian, Ben H. (2004), *The New Media Monopoly*, Beacon Press, Boston.
- Ball-Rokeach, Sandra ve DeFleur, Melvin L. (1976), "A Dependency Model of Mass-Media Effects", *Communication Research*, 3(1), s. 3-21.
- Baran, Stanley J. ve Davis, Dennis K. (2012), *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*, 6. baskı, Wadsworth, Boston.
- Barlow, David M. ve Mills, Brett (2009), *Reading Media Theory*, Pearson Longman, Londra.
- Barrett, Michele (1998), "Stuart Hall", *Key Sociological Thinkers*, Palgrave, New York.
- Batmaz, Veysel (1995), *Türkiye'de Televizyon ve Aile*, T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu, Ankara.

- Batmaz, Veysel (1997), *War and Peace in Television Cultural Indicators of Television in Turkey*, NATO Publications.
- Becker, Howard (2013), *Hariciler: Bir Sapkınlık Sosyolojisi Çalışması*, çev. Levent Ünsaldı, Şerife Geniş, Heretik, Ankara.
- Bell, Daniel (1961), *The End of Ideology*, Collier, New York. [*İdeolojinin Sonu*, çev. Volkan Hacıoğlu, Sentez Yayın, 2013]
- Benjamin, Walter (1993), *Son Bakışta Aşk*, çev. Nurdan Gürbilek, Metis, İstanbul.
- Benjamin, Walter (2001), *Pasajlar*, çev. Ahmet Cemal, YKY, İstanbul.
- Berman, Marshall (1994), *Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor*, çev. Ümit Altuğ, Bülent Peker, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Bernstein, J.M. (2009), "Giriş", *Kültür Endüstrisi*, Theodor W. Adorno, çev. Elçin Gen, Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Best, Steven ve Kellner, Douglas (1998), *Postmodern Teori*, çev. Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Binark, Mutlu (1992), "Televizyon ve Gündüz Seriyalleri ve Etkin Kadın İzler-Küme", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Binark, Mutlu (1994), "Ben Bir Kadın Özne ve Benim Sabun Köpüklerim", *İLEF Yıllık* 1(1), s. 41-65.
- Binark, Mutlu (2013), "Yeni Medya ve Yaratıcı Endüstri", *Medya Ekonomisi ve İşletmeciliği*, (ed.) E. Dağtaş, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, s. 163-190.
- Binark, Mutlu ve Sütcü, Günseli Bayraktutan(2008), *Kültür Endüstrisi Olarak Dijital Oyun*, Kalkedon, İstanbul.
- Blumer, Herbert (1933), *Movies and Conduct: A Payne Fund Study*, Macmillan&Company, New York.
- Blumer, Herbert (1969), *Symbolic Interactionism*, University of California Press, Berkeley.
- Bottomore, Tom, *Frankfurt Okulu*, çev. Ahmet Çiğdem, Vadi Yayınları, Ankara, 1994.
- Bourdieu, Pierre (1984), *Distinction*, Routledge, Londra ve New York. [Ayrım: *Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi*, çev. Derya Fırat, Günce Berkurt, Heretik, Ankara, 2015].
- Buci-Glucksmann, Christine (1982), "Hegemony and Consent: A Political Strategy", *Approaches to Gramsci*, (der.) A.S. Sassoon, Writers ve Readers Cooperative Society, Londra, s. 116-127.
- Buck-Morss, Susan (1977), *The Origin of Negative Dialectics: Theodor W. Adorno, Walter Benjamin and the Frankfurt Institute*, The Free Press, New York.
- Bulut, Ergin (2014), "Yaratıcı Ekonomiyi Tanımlamak: Topumsal İşbirliğinin Tohumları Veya Genal Zeka ve İmgelem İçin Kapitalist Av", *Bilişsel Kapitalizm: Eğitim ve Dijital Emek*, (der.) M. A. Peters ve E. Bulut, Notabene, İstanbul, s. 221-241.
- Bulut, Ergin (2015), "Playboring in the Tester Pit", *Television & New Media* 16(3), s. 240-258.
- Burke, Edmund (2009), *Reflections on the Revolution in France*, Oxford, New York. [*Fransada'ki Devrim Üzerine Düşünceler*, çev. Okan Arslan, Kadim Yayınları, 2016]
- Carey, James (1967), "Harold Adams Innis and Marshall McLuhan", *The Antioch Review*, 27(1), s. 5-39.
- Carey, James (1997), "The Chicago School and the History of Mass Communication Research", *James Carey: A Critical Reader*, (der.) E.S. Munson ve C.A. Warren, University of Minnesota Press, Minneapolis, s. 14-33.
- Castells, Manuel (2006), *Enformasyon Çağı-Ekonomi, Toplum ve Kültür II: Kimliğin Gücü*, çev. Ebru Kılıç, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Castells, Manuel (2008a), *Enformasyon Çağı-Ekonomi, Toplum ve Kültür I: Ağ Toplumu ve Yükselişi*, çev. Ebru Kılıç, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Castells, Manuel (2008b), *Enformasyon Çağı-Ekonomi, Toplum ve Kültür III: Binyılın Sonu*, çev. Ebru Kılıç, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Castells, Manuel (2016), *İletişim Gücü*, çev. Ebru Kılıç, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Chaffe, Steven H. ve Berger, Charles R. (2005), "İletişim Bilimci Ne Yapar", *Kitle İletişim Kuramları*, (der.) Erol Mutlu, Ütopya, Ankara, s. 42-75.

- Coleman, James S., Katz, Elihu ve Menzel, Herbert (1966), *Medical Innovation: A Diffusion Study*, Bobbs-Merrill Co, New York.
- Cote, Mark ve Pybus, Jennifer (2014), "Maddi Olmayan Emek 2.0'ı Öğrenme: Facebook ve Sosyal Ağlar", *Bilişsel Kapitalizm: Eğitim ve Dijital Emek 2*, (der.) M.A. Peters ve E. Bulut, Notabene, İstanbul, s. 241-270.
- Coward, Rosalind ve Ellis, John (1977), *Language and Materialism*, Routledge, Londra ve New York. [Dil ve Maddecilik, çev. Veysel Kılıç, Toroslu Kitaplığı, 2008]
- Cuff, E.C., Sharrock W.W. ve Francis, D. W. (2013), *Sosyolojide Perspektifler*, çev. Ümit Tathcan, İstanbul, Say Yayınları.
- Çakır, Vesile ve Çakır, Vedat (2011), "Yalnızlık ve Televizyon Kullanımı", *Selçuk İletişim*, 7(1), s. 131-147.
- de Certeau, Michel (1988), *The Practice of Everyday Life*, University of California Press, Berkeley. [Gündelik Hayatın Keşfi, çev. Lale Arslan Özcan, Dost Kitabevi, 2009]
- DeFleur, Melvin L., Ball-Rokeach, Sandra (1975), *Theories of Mass Communication*, David McKay, New York.
- Dearing, James W., Rogers, Everett M. (1996), *Agenda Setting*, Sage, Londra.
- Deegan, Mary Jo (2001) "The Chicago School of Ethnography", *Handbook of Ethnography*, (der.) P. Atkinson, A. Coffey, S. Delamont, J. Lofland ve L. Lofland. Sage, Londra, s. 11-25.
- Deutsch, Karl W. (1952), "On Communication Models in the Social Sciences", *The Public Opinion Quarterly*, 16(3), s. 356-380.
- Eagleton, Terry (1997), *İdeoloji*, çev. Muttalip Özcan, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Eliot, Thomas Stearns (1960), *Christianity and Culture: The Idea of a Christian Society and Notes towards the Definition of Culture*, Harvest Books, New York.
- Entman, Robert M. (1993), "Framing: Toward Clarification of Fractured Paradigm", *Journal of Communication* 43(4), s. 51-58.
- Erdoğan, İrfan, Keloğlu-İşler, Esra ve Durmuş, Nurgül (2005), "Kitle İletişiminde Pozitivist Ampirik Geleniğin Kuruluşu: Lazarsfeld ve Yönetimsel Araştırmalar", *İletişim Dergisi* 1(21), s. 1-44.
- Eriksen, Thomas Hylland ve Nielsen, Finn Sivert (2012), *Antropoloji Tarihi*, çev. Aksu Bora, 3. baskı, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Evans-Pritchard, E.E. (1976), *Witchcraft, Oracles, and Magic among the Azande*, Oxford University Press, Oxford.
- Febvre, Lucien ve Martin, Henri-Jean (2000), *Kitabın Doğuşu*, çev. Gül Batuş, Avcıol, İstanbul.
- Festinger, Leon (1962), *A Theory of Cognitive Dissonance*, Stanford University Press, Stanford.
- Festinger, Leon (1985), "Bilme Tanıma Uyumsuzluğu Teorisi", *Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş*, (der.) Ünsal Oskay, AÜ Yayınları, Ankara, s. 57-70.
- Fiske, John (1999), *Television Culture*, Routledge, Londra ve New York.
- Frisby, David (2012), *Modernlik Fragmanları: Simmel, Kracauer ve Benjamin'in Eserlerinde Modernlik Teorileri*, çev. Akın Terzi, Metis, İstanbul.
- Fuchs, Christian (2014), "Bilişsel Kapitalizm Ya Da Enformasyonel Kapitalizm? Enformasyonel Ekonomide Sınıfın Rolü", *Bilişsel Kapitalizm: Eğitim ve Dijital Emek*, (der.) M.A. Peters ve E. Bulut, Notabene, İstanbul, s. 137-189.
- Garnham, Nicholas (1979), "Contribution to a Political Economy of Mass Communication", *Media, Culture, Society*, 1(1), s. 123-146.
- Garnham, Nicholas (2005), "From Cultural to Creative Industries", *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), s. 15-29.
- Gerbner, George (2014), *Medyaya Karşı*, çev. Veysel Batmaz, Güneş Ayas, İsmail Kovacı, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Giddens, Anthony (2012a), *Modernliğin Sonuçları*, çev. Ersin Kuşdil, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

- Giddens, Anthony (2012b), *Sosyoloji*, çev. Hüseyin Özel, Abdülkadir Sönmez, Zeynep Mercan, İsmail Yılmaz, Eren Rızvanoğlu, Mehmet Ali Sarı, Şebnem Pala Güzel, Eren Rızvanoğlu, Mehmet Ali Sarı, Muttalip Özcan, Kırmızı Yayınları, İstanbul.
- Gillespie, Marie (1995), *Television, Ethnicity and Cultural Change*, Routledge, Londra ve New York.
- Ginzburg, Carlo (1996), *Peynir ve Kurtlar: Bir 16. Yüzyıl Değirmencisinin Evreni*, çev. Ayşe Gür, Metis, İstanbul.
- Gitlin, Todd (2008), "Medya Sosyolojisi: Egemen Paradigma", *İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Ulaşımlar*, çev. Hakan Tuncel ve Emek Çaylı, De Ki, Ankara, s. 19-66.
- Glesne, Corrine (2012), *Nitel Araştırmaya Giriş*, çev. Ali Ersoy, Pelin Yalçınoglu, Anı, Ankara.
- Goffman, Erving (1986), *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, Northeastern University Press, Boston.
- Goffman, Erving (2012), *Gündelik Yaşamda Benliğin Sunumu*, çev. Barış Cezar, Metis, İstanbul.
- Goffman, Erving (2014), *Damga: Örselenmiş Kimliğin İdare Edilişi Üzerine Notlar*, çev. Suphi Nejat Ağırnaslı, Heretik, Ankara.
- Goffman, Erving (2015), *Timarhaneler: Akıl Hastalarının ve Kapatılmış Diğer Kişilerin Toplumsal Durumu Üzerine Denemeler*, çev. Ebru Arıcan, Heretik, Ankara.
- Golding, Peter ve Murdock, Graham (1997), "Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik", *Medya, Kültür Siyaset*, çev. D. Beybin Kejanlıoğlu, (der.) Süleyman İrvan, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, s. 49-76.
- Goody, Jack ve Watt, Ian (1963), "The Consequences of Literacy", *Comparative Studies in Society and History*, 5(3), s. 304-345.
- Gramsci, Antonio (1971), *Selections from the Prison Notebooks*, (der.) Q. Hoare ve G.N. Smith, International Publishers, New York. [*Hapishane Defterleri*, çev. Adnan Cemgil, Belge Yayınları, 7. baskı, 2014]
- Griffin, Em (2011), *A First Look at Communication Theory*, 8. baskı, McGraw Hill, New York.
- Grünberg, Teo ve Grünberg, David (2003), "Toplum Bilimleri Yönteminde Pozitivizm: Adorno Popper Tartışması", *Cogito*, 36(1).
- Gulbenkian Commission (1996), *Open Social Sciences: Report of the Gulbenkian Commission on the Restructuring of the Social Sciences*, Stanford University Press, Stanford.
- Habermas, Jürgen (2003), "Mitle Aydınlanmanın Kördüğümü: Max Horkheimer ve Theodor Adorno", *Cogito*, 36(1).
- Hall, Stuart (1981a), "Cultural Studies: Two Paradigms", *Culture, Ideology and Social Process*, (der.) T. Bennett, Open University Press, Londra, s. 19-39.
- Hall, Stuart (1981b), "Notes on Deconstructing the Popular", *People's History and Socialist Theory*, (der.) R. Samuel, Routledge, Londra ve New York, s. 227-239.
- Hall, Stuart (1985), "Signification, Representation, Ideology: Althusser and the Post-Structuralist Debates", *Critical Studies in Mass Communication*, 2(2), s. 91-114.
- Hall, Stuart (1988a), *The Hard Road to Renewal: Thatcherism and the Crisis of the Left*, (der.) C. Nelson ve L. Grossberg, Verso, Londra ve New York.
- Hall, Stuart (1988b), "The Toad in the Garden: Thatcherism among the Theorists", *Marxism and the Interpretation of Culture*, University of Illinois Press, Chicago, s. 35-75.
- Hall, Stuart (1996), "The Problem of Ideology: Marxism without Guarantees", Stuart Hall: Critical Dialogues, *Cultural Studies*, (der.) D. Morley ve K. H. Chen, Routledge, Londra ve New York, s. 25-47.
- Hall, Stuart (1997), "İdeoloji ve İletişim Kuramı", *Medya, Kültür, Siyaset*, (der.) Süleyman İrvan, Ark, Ankara, s. 79-99.
- Hall, Stuart (1999a), "İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü", *Medya, İktidar, İdeoloji*, (der.) M. Küçük, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, s. 15-75.
- Hall, Stuart (1999b), "Introduction", *Family Television*, Routledge, Londra ve New York, s. i-IX.
- Hall, Stuart (2005a), "Cultural Studies at the Centre: Some Problematics and Problems", *Culture, Media, Language*, (der.) S. Hall, Routledge, Londra ve New York, s. 2-36.
- Hall, Stuart (2005b), "Introduction to Media Studies at the Centre", *Culture, Media, Language*, (der.) S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, P. Willis, Routledge, Londra ve New York, s. 104-109.

- Hall, Stuart (2006), "Encoding/Decoding", *Media and Cultural Studies: Keywords*, (der.) M. Durham ve D. Kellner, Blackwell Publishing, Londra, s. 163-174.
- Hall, Stuart (2017), *Temsil*, çev. İ. Dündar, Pinhan, İstanbul.
- Hall, Stuart, Critcher, Chas, Jefferson, Tony, Clarke, John ve Roberts Brian (1978), *Policing the Crisis: Mugging, the State, and Law and Order*, Palgrave, New York.
- Hardt, Hanno (1992), *Critical Communication Studies: Communication, History and Theory in America*, Routledge, Londra ve New York.
- Hardt, Hanno (2005), "Eleştirel'in Geri Dönüşü ve Radikal Muhalefetin Meydan Okuyuşu: Eleştirel Teori, Kültürel Çalışmalar ve Amerikan Kitle İletişim Araştırması", *Medya, İktidar, İdeoloji*, (der.) M. Küçük, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, s. 15-72.
- Hardt, Michael ve Negri, Antonio (2000), *Empire*, Harvard University Press, Cambridge. [*İmparatorluk*, çev. Abdullah Yılmaz, Ayrıntı Yayınları, 8. baskı, 2015]
- Hardt, Michael ve Negri, Antonio (2004), *Çokluk*, çev. Barış Yıldırım, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Harvey, David (1997), *Postmodernliğin Durumu*, çev. Sungur Savran, Metis, İstanbul.
- Harvey, David (2012), *Marx'ın Kapital'i İçin Kılavuz*, çev. Bülent O. Doğan, Metis, İstanbul.
- Herman, Edward S. ve Chomsky, Noam (2012), *Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası*, çev. Ender Abadoğlu, BGST Yayınları, İstanbul.
- Herzog, Herta (1940), "Professor Quiz: A Gratification Study", *Radio and the Printed Page*, (der.) P.F. Lazarsfeld, Sloan&Pearce, New York, s. 64-93.
- Hoggart, Richard (1960), *The Uses of Literacy: Aspects of Working Class Life with Special Reference to Publications and Entertainments*, Penguin Books, New York.
- Højjer, Brigitta (2005), "İzleyicilerin Televizyon Programlarını Alımlayışı: Kuramsal ve Metodolojik Değerlendirmeler", *Medya ve İzleyici*, (der.) Ş. Yavuz, Vadi Yayınları, Ankara.
- Horkheimer, Max (2002), *Akıl Tutulması*, çev. Orhan Koçak, Metis, İstanbul.
- Horkheimer, Max (2006), "Present Situation of Social Philosophy and the Tasks of an Institute for Social Research", <http://www.marxists.org>
- Horkheimer, Max ve Adorno, Theodor W. (2010), *Aydınlanmanın Diyalektiği*, çev. Nihat Ülner, Elif Öztarhan Karadoğan, Kabcacı, İstanbul.
- Hovland, Carl I., Lumsdaine, Arthur A. ve Sheffield, Fred D. (1985), "Tartışmalı Bir Konuda Kanaat Değiştirmede 'Tek Yanlı' Sunuma Karşı 'İki Yanlı' Sunumun Etkisi", *Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş*, (ed.) Ünsal Oskay, Ankara Üniversitesi Yayınları, Ankara, s. 215-234.
- Hughes, Everett C. (1937), "Institutional Office and the Person", *American Journal of Sociology*, 43(3), s. 404-413.
- Huyssen, Andreas (1975), "Introduction to Adorno", *New German Critique*, 1(6), s. 3-11.
- Innis, Harold A. (2006), *İmparatorluk ve İletişim Araçları*, çev. Nurcan Törenli, Ütopya, Ankara.
- Innis, Harold A. (2008), *The Bias of Communication*, University of Toronto Press, Toronto.
- İrvan, Süleyman (1994), "Eleştirel Yaklaşımlarda İzleyici Araştırmaları: Bir Yöntem Olarak Alımlama Çözümlemesi", *İLEF Yıllık*, s. 205-223.
- İrvan, Süleyman (1997), "Suskunluk Sarmalı Kuramı ve Elisabeth Noelle-Neumann'ın Özgeçmiş", *İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(6), s. 421-450.
- İrvan, Süleyman (2001), "Gündem Belirleme Yaklaşımının Genel Bir Değerlendirmesi", *İletişim*, 1(9), s. 69-108.
- Iyengar, Shanto ve Simon, Adam (1993), "News Covarage of the Gulf Crisis and Public Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming and Framing", *Communication Research*, 20(3), s. 365-383.
- Iyengar, Shanto ve Kinder, Donald R. (2010), *News That Matters: Television and American Opinion*, University of Chicago Press, Chicago.
- James, William (2015), *Pragmatizm*, çev. Tahir Karakaş, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Jameson, Fredric (2007), *Late Marxism, Adorno, or, the Persistence of Dialectic*, Verso, Londra.
- Jay, Martin (2001), *Adorno*, çev. Ünsal Oskay, Der, İstanbul.
- Jay, Martin (2014), *Diyalektik İmgelem*, çev. Sevgi Doğan, Ayrıntı Yayınları.

- Jensen, K.B. ve Rosengren, K.E. (2005), "Five Traditions in Search of the Audience", *Communication Theory and Research*, (der.) E. Bens, P. Golding, ve D. McQuail, Sage, Londra, s. 53-70.
- Joas, Hans (2013), "Sembolik Etkileşimcilik", çev. Ümit Tatlıcan, *Günümüzde Sosyal Teori*, (der.) A. Giddens ve J. Turner, Say Yayınları, İstanbul, s. 97-132.
- Johnson, Craig F. ve Klare, George R. (1961), "General Models of Communication Research: A Survey of the Developments of a Decade", *Journal of Communication*, 11(1), s. 13-26.
- Jourdain, Anne ve Naulin, Sidonie (2016), *Pierre Bourdieu'nün Kuramı ve Sosyolojik Kullanımları*, çev. Öykü Elitez, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Katz, Elihu (1957), "The Two-Step Flow of Communication: An Up-To-Date Report on an Hypothesis", *The Public Opinion Quarterly*, 21(1), s. 61-78.
- Katz, Elihu (1959), "Mass Communications Research ve the Study of Popular Culture: An Editorial Note on a Possible Future for This Journal", *Studies in Public Communication*, 1(2), s. 1-6.
- Katz, Elihu ve Lazarsfeld, Paul F. (1955), *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*, The Free Press, New York.
- Kaya, Raşit (1985), *Kitle İletişim Sistemleri, Teori*, Ankara.
- Kaya, Raşit (2009), *İktidar Yumağı: Medya, Sermaye, Devlet*, İmge Yayınları, Ankara.
- Kejanlıoğlu, Beybin D. (2004), *Türkiye'de Medyanın Dönüşümü*, İmge Yayınları, Ankara.
- Kejanlıoğlu, Beybin D. (2005), *Frankfurt Okulu'nun Eleştirel Bir Uğrağı: İletişim ve Medya*, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Kejanlıoğlu, Beybin (2011), *Zamanın Tozu*, De Ki, İstanbul.
- Kellner, Douglas (2002), "Introduction to the Second Edition", *One Dimensional Man*, Routledge, New York ve Londra, s. XI-XXXIX.
- Kellner, Douglas (2006), "Frankfurt Okulu'nu Yeniden Değerlendirmek: Martin Jay'ın Diyalektik İmgelem'inin Eleştirisi", *Frankfurt Okulu*, (der.) H.E. Bağçe, Doğu Batı, İstanbul, s. 134-166.
- Kellner, Douglas (2016), *The Frankfurt School*, <http://www.gseis.ucla.edu/>
- Kenny, Michael G. ve Smille, Kirsten (2015), *Antropolojiye Giriş: Kültür ve Mekan Hikayeleri*, Dipnot Yayınları, Ankara.
- Kılıçcıoğlu, F. E. (2009), "Televizyon Ana Haberlerinin Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İrdelenmesi", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Klapper, Joseph T. (1960), *The Effects of Mass Communication*, The Free Press, New York.
- Koçak, Abdullah (2001), "Televizyon İzleyici Davranışları, Televizyon İzleyicilerinin Tercihleri ve Doyumları Üzerine Teorik ve Uygulamalı Bir Çalışma", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Krough, Thomas (2005), "Frankfurt Okulu'nun Kültür Analizi", *Medya, İktidar, İdeoloji*, (der.) M. Küçük, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, s. 234-255.
- Kuhn, Thomas S. (1970), *The Structure of Scientific Revolutions*, The University of Chicago Press, Chicago. [Bilimsel Devrimlerin Yapısı, çev. Nilüfer Kuyaş Kırmızı Yayınları, 10. baskı, 2018]
- Laclau, Ernesto (1985), *İdeoloji ve Politika*, çev. Hüseyin Sarıca, Belge, İstanbul.
- Lang, Kurt (2005), "İletişim Araştırmaları: Kökenleri ve Gelişmesi", *Kitle İletişim Kuramları*, (der.) E. Mutlu, Ütopya, Ankara, s. 27-42.
- Lang, Kurt ve Lang, Gladys Engel (1981), "The Mass Media and Voting", *Reader in Public Opinion and Mass Communication*, (der.) M. Janowitz ve P.M. Hirsch, Free Press, New York, s. 327-340.
- Lang, Kurt ve Lang, Gladys Engel (2009), "Mass Society, Mass Culture, and Mass Communication: The Meaning of Mass", *International Journal of Communication*, 3(1), s. 998-1024.
- Larrain, Jorge (1979), *The Concept of Ideology*, Hutchinson, Londra.
- Lash, Scott ve Lury, Celia (2008), "Global Culture Industry: The Mediation of Things", Polity Press, Cambridge.
- Lasswell, Harold D. (1938), *Propaganda Technique in the World War*, Peter Smith, New York.
- Lasswell, Harold D. (1950), *Politics: Who Gets What, When, How*, Peter Smith, New York.

- Lasswell, Harold D. (1971), "The Structure and Function of Communication in Society", *The Process and Effects of Mass Communication*, (der.) W. Schramm ve D.F. Roberts, University of Illinois Press, Urbana, s. 84-99.
- Laughey, Dan (2010), *Medya Çalışmaları: Teoriler ve Yaklaşımlar*, çev. Ali Toprak, Kalkedon, İstanbul.
- Lazarsfeld, Paul F. (1941), "Remarks on Administrative and Critical Communications Research", *Studies in Philosophy and Social Science*, 9(1), s. 2-16.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B. ve Gaudet, H. (1948), *The People's Choice: How the Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign*, Columbia University Press, New York.
- Lazzarato, Maurizio (1996), "Immaterial Labor", *Radical Thought in Italy: A Potential Politics*, (der.) M. Hardt ve P. Virno, University of Minneapolis Press, Minneapolis, s. 133-147.
- Le Bon, Gustave (2002), *The Crowd: A Study of the Popular Mind*, Dover Publications, New York. [Kitleler Psikolojisi, çev. Elif Konur, Say Yayınları, 1. baskı, 2018]
- Lerner, Daniel (1958), *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*, Free Press, New York.
- Lewin, Kurt (1947), "Frontiers in Group Dynamics: II. Channels of Groups Life; Social Planning ve Action Research", *Human Relations*, 1(1), s. 143-153.
- Lippmann, Walter (1922), *Public Opinion*, The Macmillan Company, New York.
- Livingstone, Sonia (2004), "The Challenge of Changing Audiences: Or, What Is the Audience Researcher to Do in the Age of the Internet?", *European Journal of Communication*, 19(1), 75-86, <http://ejc.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/0267323104040695>
- Lowery, Sharon A. ve DeFleur, Melvin L. (1983), *Milestones in Mass Communication Research: Media Effects*, Longman, Londra ve New York.
- Lukacs, Georg (1971), *History and Class Consciousness*, Merlin Press, Londra. [Tarih ve Sınıf Bilinci, çev. Yılmaz Öner, Belge Yayınları, 3. baskı, 2014]
- Lunn, Eugene (2011), *Marksizm ve Modernizm*, çev. Yavuz Alogan, Dipnot Yayınları, Ankara]
- Lutters, Wayne G. ve Ackerman, Mark S. (1996), *An Introduction to the Chicago School of Sociology*, http://userpages.umbc.edu/~lutters/pubs/1996_SWLNote96-1_Lutters,Ackerman.pdf
- Machin, David (2002), *Ethnographic Research for Media Studies*, Arnold, Londra.
- Marcuse, Herbert (2002), *One Dimensional Man*, Routledge, New York ve Londra. [Tek Boyutlu İnsan, çev. Aziz Yardımlı, Idea Yayınevi, 4. baskı, 2016]
- Marcuse, Herbert (2009), "Philosophy and Critical Theory", *Negations: Essays in Critical Theory*, Mayfly Books, Londra, s. 99-118.
- Marx, Karl (1997), *Kapital*, çev. Alaattin Bilgi, Cilt I, Sol Yayınları, Ankara.
- Marx, Karl (2001), *1844 Elyazmaları*, çev. Murat Belge, Birikim, İstanbul.
- Marx, Karl (2005), *Ekonomi Politigin Eleştirisine Katkı*, çev. Sevim Belli, Sol Yayınları, Ankara.
- Marx; Karl ve Engels, Friedrich (1992), *Alman İdeolojisi*, çev. Sevim Belli, Sol Yayınları, Ankara.
- Mattelart, Armand ve Mattelart, Michèle (2010), *İletişim Kuramları Tarihi*, çev. Merih Zılhoğlu, 5. baskı, İletişim Yayınları, İstanbul.
- McCombs, Maxwell E. (2005), "A Look at Agenda-Setting: Past, Present and Future", *Journalism Studies*, 6(4), s. 543-557.
- McCombs, Maxwell E. ve Shaw, Donald L. (1972), "The Agenda-Setting Function of Mass Media", *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), s. 176-187.
- McDermid, Douglas (2016), "Pragmatism", *Internet Encyclopedia of Philosophy*, <http://www.iep.utm.edu/pragmati/%7B#%7DSH1b>
- McLuhan, Marshall (1994), *Understanding Media: The Extensions of Man*, Routledge, Londra ve New York.
- McLuhan, Marshall (2014), *Gutenberg Galaksisi: Tipografik İnsanın Oluşumu*, çev. Gül Çağalı Güven, YKY, İstanbul.
- McLuhan, Marshall ve Fiore, Quentin (2001), *The Medium Is the Massage*, Ginko Press, Kaliforniya. [Medya Mesajı, Medya Masajıdır, çev. İlke Haydaroglu, Mediacat, 2012]

- McQuail, Denis ve Windahl, Sven (1997), *Kitle İletişim Modelleri*, çev. Konca Yumlu, İmge Yayınları, Ankara.
- Mead, George Herbert (1972), *Mind, Self and Society*, University of Chicago Press, Chicago. [Zihin, Benlik ve Toplum, çev. Yeşim Erdem, Heretik, 2017]
- Morley, David (1988), *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*, Routledge, Londra ve New York.
- Morley, David (1992), *Television, Audiences and Cultural Studies*, Routledge, Londra ve New York.
- Morley, David ve Brundson, Charlotte (1999), *The Nationwide Television Studies*, Routledge, Londra ve New York. Morss-Buck, Susan (2010), *Görmenin Diyalektiği*, çev. Ferit Burak Aydar, Metis, İstanbul.
- Morva, Oya (2013), *Chicago Okulu*, Doruk, İstanbul.
- Morva, Oya (2017), "Chicago Sosyoloji Okulu'nun Etnografik Mirasını Yeniden Okumak: Dijital Etnografik Çağında Sembolik Etkileşimcilik", *Moment Dergi*, 4(1), s. 135-154.
- Mosco, Vincent (2009), *The Political Economy of Communication*, 2. baskı, Sage, Londra.
- Mouffe, Chantal (1979), "Hegemony and Ideology in Gramsci", *Gramsci and Marxist Theory*, Routledge, Londra ve New York, s. 168-205.
- Murdock, Graham ve Golding, Peter (1973), "For a Political Economy of Mass Communications", *Sociologist Register*, 10, s. 205-234.
- Neuman, W. Lawrence (2013), *Toplumsal Araştırma Yöntemleri*, çev. Sedef Özge, Yayın Odası, Ankara.
- Newcomb, Theodore M. (1953), "An Approach to the Study of Communicative Acts", *Psychological Review*, 60(6), s. 393-404.
- Nietzsche, Friedrich (2005), *The Anti-Christ, Ecce Homo, Twilight Of the Idols*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1997), "Suskunluk Sarmalı Kuramının Medyayı Anlamaya Katkısı", *Medya, Kültür, Siyaset*, (der.) S. İrvan, Ark, Ankara, s. 223-232.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1998), *Kamuoyu: Suskunluk Sarmalının Keşfi*, çev. Murat Özkök, Dost Kitabevi, Ankara.
- Ong, Walter J. (2011), "Sözlülük, Okuryazarlık ve Çağdaş Medya", *İletişim Tarihi: Teknoloji, Kültür, Toplum*, (der.) D. Crowley ve P. Heyer, Siyasal Kitabevi, Ankara, s. 107-116.
- Ortega y Gasset, Jose (2010), *Kitlelerin Ayaklanması*, çev. Neyyire Gül Işık, İş Bankası, İstanbul.
- Özbek, Meral (1991), *Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Özçetin, Burak (2010), "İdeoloji, İletişim, Kültür: Bir Stuart Hall Değerlendirmesi", *Akdeniz İletişim*, 1(13), s. 139-160.
- Özçetin, Burak (2013), "Kullanımlar ve Doyumlar'dan İzlerle Sosyolojisine: Türkiye'de İzlerle Çalışmaları", *İletişim Araştırmaları*, 8(2), s. 9-46.
- Özçetin, Burak (2014), "Araftan Geleceğe Umutla Bakan Bir Aydın", *Bianet*, <https://bianet.org/biamag/toplum/153661-araftan-gelecege-umutla-bakan-bir-aydin>
- Özçetin, Burak, Binark, Mutlu, Arslan, Umut Tümay (2012), "Türkiye'de İnternet, Kamusalılık ve Demokratik Kanaat Oluşumu", *Folklor/edebiyat*, 18(72), s. 51-76.
- Özçetin, Burak, Arslan, Umut Tümay, Arun, Özgür, Tol, Uğraş Ulaş (2017), *Muhafazakarlarda Televizyon İzleme Eğilimleri: Kimlik Popüler Beğeni ve Sınırlar*, İstanbul.
- Özer, Ömer (2004), *Yetiştirme kuramı: Televizyonun kültürel işlevlerinin incelenmesi*, T.C. Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Özer, Ömer (2005), "Yetiştirme Kuramı: Televizyonla Yaşamın İdeolojik Kültürel Sonuçlarına Yönelik Yapılan Araştırma", *Sosyal Bilimler Dergisi*, n.1, s. 75-108.
- Özer, Ömer (2016), *Doyumun Öyküsü*, Literatürk, Konya.
- Papacharissi, Zizi (2009), "Uses and Gratifications", *An Integrated Approach to Communication Theory and Research*, (der.) D.W. Stacks ve M.B. Salwen, Routledge, New York, s. 137-152.
- Park, Robert E. ve Burgess, Ernest W. (2015), *Şehir: Kent Ortamındaki İnsan Davranışlarının Araştırılması Üzerine Öneriler*, çev. Pınar Karababa Kayalgil, Heretik, Ankara.

- Perloff, Richard M. (2014), *The Dynamics of Political Communication: Media and Politics in a Digital Age*, Routledge, Londra ve New York.
- Porten-Che , Pablo ve Eilders, Christiane (2015), "Spiral of Silence Online: How Online Communication Affects Opinion Climate Perception and Opinion Expression Regarding the Climate Change Debate", *Studies in Communication Sciences*, 15(1), s. 143-150, <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1424489615000211>
- Postill, John (2010), "Introduction: Theorising Media ve Practice", *Theorising Media and Practice*, (der.) B. Br  chler ve J. Postill, Berghahn Books, New York, s. 1-32.
- Postman, Neil (2010), *Televizyon  ld ren E lence: Gösteri  a ında Kamusal Söylem*,  ev. Osman Akınhay, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Ritzer, George (2011), *Küresel Dünya*,  ev. Melih Pekdemir, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Rogers, Everett M. (2003), *Diffusion of Innovations*, 5. baskı, Free Press, New York.
- Rubin, Alan M. (2009), "The Uses and Gratifications Perspective on Media Effects", *Media Effects: Advances in Theory and Research*, (der.) B. Jennings ve M. B. Oliver, Routledge, New York, s. 165-184.
- Rubin, Alan M. ve Windahl, Sven (1986), "The Uses and Dependency Model of Mass Communication", *Critical Studies in Mass Communication*, 3(2), s. 184-199.
- Ruddock, Andy (2001), *Understanding Audiences*, Sage, Londra.
- Ruggiero, Thomas E. (2000), "Uses and Gratifications Theory in the 21st Century", *Mass Communication and Society*, 3(1), s. 3-37.
- Saussure, Ferdinand de (2007), *Course in General Linguistics*, Open Court Classics, Chicago. [Genel Dil-bilim Yazıları,  ev. Sava  Kılıç, İthaki, 2014]
- Sayer, Derek (2012), *Soyutlamanın  iddeti*, Habitus, İstanbul.
- Scannel, Paddy (1989), "Public Service Broadcasting and Modern Public Life", *Media, Culture&Society*, 10(1), s. 135-166.
- Scannel, Paddy (2007), *Media and Communication*, Sage, Londra.
- Schiller, Herbert I. (1969), *Mass Communication and American Empire*, Augustus M. Kelley Publishers, New York.
- Schiller, Herbert I. (1975), "Communication and Cultural Domination", *International Journal of Politics*, 5(4), s. 1-127.
- Schiller, Herbert I. (2006), "Not Yet the Post-Imperialist Era", *Media and Cultural Studies: Keyworks*, (der.) G. D. Meenakshi ve D. Kellner, MA: Blackwell Publishing, s. 295-310.
- Schramm, Wilbur (1971), "The Nature of Communication between Humans", *The Process and Effects of Mass Communication*, (der.) W. Schramm ve D.F. Roberts, University of Illinois Press, Chicago, s. 3-55.
- Severin, Werner J. ve Tankard, James W. (2001), *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*, 5. baskı, Longman, New York.
- Shah, Hemant (2011), *The Production of Modernization: Daniel Lerner, Mass Media, and Passing of Traditional Society*, Temple University Press, Philadelphia.
- Shanahan, James ve Morgan, Michael (2004), *Television and Its Viewers: Cultivation Theory and Research*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Shannon, Claude E. ve Weaver, Warren (1964), *The Mathematical Theory of Communication*, University of Illinois Press, Urbana.
- Shoemaker, Pamela J. ve Tim P. Vos. (2009a), *Gatekeeping Theory*, Routledge, Londra ve New York.
- Shoemaker, Pamela J. ve Vos, Tim P. (2009b), "Media Gatekeeping", *An Integrated Approach to Communication Theory and Research*, (der.) D.W. Stacks ve M.B. Salwen, Routledge, New York, s. 75-89.
- Smythe, Dallas W. (2006), "On the Audience Commodity and Its Work", *Media and Cultural Studies: Keyworks*, (der.) M.G. Durham ve D.M. Kellner, MA: Blackwell Publishing, s. 230-256.
- Sözeri, Ceren ve G ney, Zeynep (2011), *Türkiye'de Medyanın Ekonomi Politiki: Sekt r Analizi*, TESEV Yayınları, İstanbul http://tesev.org.tr/wp-content/uploads/2015/11/Turkiyede_Medyanin_Ekonomi_Politiki_Sektor_Analizi.pdf

- Sparks, Colin (1989), "Experience, Ideology, and Articulation: Stuart Hall and the Development of Culture", *Journal of Communication Inquiry*, 13(1), s. 79-87.
- Sparks, Colin (1996), "Stuart Hall, Cultural Studies and Marxism", *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies*, (der.) D. Morley ve K.-H. Chen, Routledge, Londra ve New York, s. 71-103.
- Stevenson, Nick (2008), *Medya Kùltürleri*, çev. Göze Orhon, Barış Engin Aksoy, Ütopya, Ankara.
- Stokes, Martin (1998), *Türkiye'de Arabesk Olayı*, çev. Hale Eryılmaz, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Swingewood, Alan (1996), *Kitle Kùltürü Efsanesi*, çev. Aykut Kansu, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Terranova, Tiziano (2015), "Bedava Emek: Dijital Ekonomide Kùltür Üretimi", çev. Ayhan Ateş, *Folklor/edebiyat*, 21(83), s. 343-363.
- Tewksbury, David ve Dietram A. Scheufele (2009), "News Framing Theory and Research", *Media Effects: Advances in Theory and Research*, (der.) B. Jennnings ve M.B. Oliver, Routledge, New York ve Londra.
- Therborn, Göran (2006), "Frankfurt Okulu", *Frankfurt Okulu*, (der.) H.E. Bağçe, Doğu Batı, İstanbul.
- Thomas, William I. ve Znaniecki, Florian (1918), *The Polish Peasant in Europe and America: Monograph of an Immigrant Group*, The Gorham Press, Boston.
- Thompson, E.P. (2004), *İngiliz İşçi Sınıfının Oluşumu*, çev. Uygur Kocabaşoğlu, Birikim Yayınları, İstanbul.
- Thompson, E. P. (2016), *Avam ve Görenek*, çev. Uygur Kocabaşoğlu, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Thompson, John B. (2008), *Medya ve Modernite*, çev. Serdar Öztürk, Kırmızı Yayınları.
- Tocqueville, Alexis de, *Amerika'da Demokrasi*, çev. Seçkin Sertdemir Özdemir, İletişim Yayınları, 2016.
- Tönnies, Ferdinand (2001), *Community and Civil Society*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Turner, Graeme (2016), *İngiliz Kùltürel Çalışmaları*, çev. Deniz Özçetin, Burak Özçetin, Heretik, Ankara.
- İÜşür, Serpil Sancar (1997), *İdeolojinin Serüveni*, Imge Yayınları, Ankara.
- Vandenbergh, Frederic (2016), *Alman Sosyolojisinin Felsefi Tarihi*, çev. Vefa Saygın Öğütle, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Volosinov, Valentin N. (1986), *Marxism and the Philosophy of Language*, Harvard University Press, Massachusetts. [Marksizm ve Dil Felsefesi, çev. Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, 2001]
- Webster, Frank (2006), *Theories of the Information Society*, 3. baskı, Routledge, Londra ve New York.
- West, David (2005), *Kıta Avrupası Felsefesine Giriş*, çev. Ahmet Cevizci, Paradigma, İstanbul.
- Westley, Bruce H. ve MacLean, Malcolm S. (1957), "A Conceptual Model for Communications Research", *Journalism Quarterly*, 34(1), s. 31-38.
- White, David Manning (1950), "The 'Gate Keeper': A Case Study in the Selection of News", *Journalism Quarterly*, 27(4), s. 383-390.
- Williams, Kevin (2003), *Understanding Media Theory*, Arnold, Londra.
- Williams, Raymond (1965), *The Long Revolution*, Pelican Books, New York.
- Williams, Raymond (1989), *Resources of Hope*, Verso, Londra ve New York.
- Williams, Raymond (1990), *Marksizm ve Edebiyat*, çev. Esen Tarım, Adam, İstanbul.
- Williams, Raymond (2005), *Culture and Materialism*, Verso, Londra. [Kùltür ve Materyalizm, çev. Ferit Burak Aydar, Sel Yayıncılık, 2013]
- Williams, Raymond (2011), *Anahtar Sözcükler*, çev. Savaş Kılıç, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Williams, Raymond (2017), *Kùltür ve Toplum*, çev. Uygur Kocabaşoğlu, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Wolin, Richard (1987), "Critical Theory and the Dialectic of Rationalism", *New German Critique*, 1(41), s. 3-52.
- Yüksel, Erkan (2001), *Medyanın Gündem Belirleme Gücü*, Çizgi, Konya.
- Žižek, Slavoj (1989), *The Sublime Object of Ideology*, Verso, New York. [İdeolojinin Yüce Nesnesi, çev. Tuncay Birkan, Metis, 5. baskı, 2015]

11 Eylül 122, 123

1844 Elyazmaları 169

ABX Denge Modeli 146-149

Adorno, Theodor W. 25, 163, 166-176, 178-180, 207, 210, 224

ağ toplumu 226, 234, 262, 264

Alemdar, Korkmaz 86

algıda seçicilik 100, 101, 103, 147

Althusser, Louis 183, 193-195, 198, 200

altyapı 13, 191, 192

Anderson, Benedict 234, 261, 262

Anderson, Perry 163, 168

araçsal rasyonalite 166-168, 173

Arendt, Hannah 92

Arnold, Matthew 182

artık bilgi (*redundancy*) 139

aydınlanma 30-32, 166, 170-174, 190, 192

Aydınlanmanın Diyalektiği 166, 167, 169-171, 175

Ayırım 216

bağımlılık kuramı 116, 123, 125

Ball-Rokeach, Sandra 45, 123, 124, 140, 142

Barthes, Roland 198

Batmaz, Veysel 133

Becker, Howard 64, 67, 73, 74, 76-80, 82, 83, 245

Bell, Daniel 41

Benjamin, Walter 168, 176-178, 180

Berelson, Bernard 15, 34, 100, 101, 104, 106, 110, 117

bilginin izleyici kuramı 62

bilgiyitimi (entropi) 139

bilişsel uyumsuzluk/uyum 153-155

Birmingham Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi 181, 184, 185

Blumer, Herbert 64, 67, 71-75, 79, 80, 82, 95-97

Boas, Franz 65, 68

Bourdieu, Pierre 201, 202, 216, 223

Buckingham, David 200, 205

Burgess, Ernest Watson 63-69, 83

Burke, Edmund 42

Bücher, Karl 54

camera obscura 190

Cantrill, Hadley 103, 107

Castells, Manuel 13, 225, 226, 234, 262-265

Chicago Okulu 13, 16, 57, 58, 63-67, 69, 71, 82, 85, 96, 125

Chomsky, Noam 220-223

Cohen, Bernard 117

Columbia Uygulamalı Toplumsal Araştırmalar Bürosu 34, 235

Comte, Auguste 35

Cote, Mark 228

Creel Komitesi 89, 90, 93

çerçeveleme 99, 117, 120-122

çeşitleme 212

Dale, Edgar 96

de Certeau, Michel 204

DeFleur, Melvin L. 45, 95, 96, 102, 103, 123, 124, 140-142
derialtı sırtına 97, 130
Dewey, John 58, 59, 62, 65, 66, 70, 71, 92
dijital kapitalizm 226
dikey yoğunlaşma 212, 221
Dysinger, W.S. 96
duygusal emek 215

eleştirel kuram 12, 25, 26, 129, 162, 165, 166, 168, 170, 185, 207
Elliot, T.S. 43
enformasyon çağı 262, 264
Enformasyon Çağı 226, 262
Entman, Robert 121, 122
epistemoloji/epistemolojik 12, 35, 61
Erie County 34, 106, 107, 110
eşik bekçisi 91, 149, 151-153, 220

Faris, Ellsworth 63, 64, 67
Febvre, Lucien 234, 259, 260
Festinger, Leon 147, 153-157
Fiske, John 215
Frankfurt Okulu 25, 26, 113, 130, 161-169, 171, 176, 180, 207, 210
Freud, Sigmund 163
Fromm, Erich 163

Garnham, Nicholas 215, 225
Gasset, Ortega Y 23, 43, 48-50, 97, 161
Gaudet, Hazel 34, 101, 103, 106
Giddens, Anthony 223, 224, 234
Gillespie, Marie 200, 205
Ginzburg, Carlo 257
Gitlin, Tod 112, 113, 115, 132
Goebbels, Joseph 87
Goffmann, Erving 64, 67, 73, 74, 76-78, 80-83, 121
Golding, Peter 207-215, 223, 238
Goody, Jack 234, 251-254
Gramsci, Antonio 183, 187, 193, 198-200
Grünberg, Carl 162, 166
Gutenberg Galaksisi 234, 246
gündem belirleme 99, 117-120, 133
Güney, Zeynep 229

Habermas, Jürgen 92, 164, 171, 210
Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı 87
Hall, Stuart 182-189, 192-199, 202, 203, 205, 206
Hardt, Hanno 59, 82, 83
Hardt, Michael 226-228
Hayali Cemaatler 234, 259, 261
Hegel, Georg Wilhelm Friedrich 163, 168, 172
hegemonya/hegemonik 13, 183, 189, 193, 198, 199, 219, 227, 228, 234, 242, 244
Herman, Edward S. 220-223
Herzog, Herta 103, 114

Hitler, Adolph 83, 163, 164
Hobson, Dorothy 200, 205
Holaday, Perry Ward 96
Hoggart, Richard 181, 182, 184
Horkheimer, Max 25, 26, 163-175, 178, 207, 210, 224
Hovland, Carl 104, 105, 107
Hughes, Everett Cherrington 64, 67, 77, 78

Innis, Harold A. 13, 234, 240-244, 246, 250, 255, 258, 259
Iyengar, Shanto 119, 120

ideoloji/ideolojik 12-14, 27, 40, 42, 44, 55, 59, 107, 113, 115, 119, 130, 132, 156, 174, 176, 184-200, 206, 216, 238, 250, 257, 259
iki aşamalı akış 34, 99, 106, 109, 112, 113, 238, 240
iletişimin matematiksel kuramı 138, 140
İmparatorluk ve İletişim Araçları 234, 240, 241, 243, 245, 246
Irvan, Süleyman 117-119, 127, 202
İspanya İç Savaşı 163
işlevselcilik 59, 195
izomorfizm 140

James, William 58, 59, 61-63
Janowitz, Morris
Jay, Martin 175, 180
Jeanneire, Abel 52
Jhally, Sut 214
Joas, Hans 59, 60, 71, 72, 79, 82

kalıpyargı 90, 91
Kant, Immanuel 31, 32, 61, 92
Kapital 169, 192, 213
karar sonrası uyumsuzluk 155, 156
kariyer kavramı 77
Kartezyen felsefe 60
Katz, Elihu 15, 34, 64, 106, 108-111, 113, 114, 132, 240
Kaya, Raşit 53, 86, 153, 229
Kejanhoglu, Beybin 165, 180, 229
Kitabın Doğuşu 234, 259
kitle iletişimi 39, 40, 51, 53, 54, 64, 85-87, 98, 100, 101, 103, 106, 109, 123, 130, 135, 136, 141, 143, 148, 207, 208
kitle kültürü 39-45, 50, 97, 161, 175-179, 182, 210
kitle toplumu 39, 40, 42, 43, 51, 97, 161, 162
kitlesel öz iletişim 265
Klapper, Joseph 87, 100-102, 104
Knies, Karl 54
Koçak, Abdullah 133
kodlama/kodaçımı 189, 203, 205
Korsch, Karl 162
Kuhn, Thomas 12, 29

kullanıcı türevli içerik 116, 127, 228
 kullanımlar ve doyumlar 27, 99, 113-116, 124, 133, 201
 kültür endüstrisi 13, 161, 162, 166, 169, 173-176, 179, 180, 207, 210, 219, 223-225
 kültür ve medeniyet 182
 kültürcülük 186
 kültürel emperyalizm 216, 217, 219
 küreselleşme 218, 219, 223-225, 259, 262

Lacan, Jacques 194
 Laclau, Ernesto 193-195, 197
 Lang, Gladis Engel 40, 43, 117, 118
 Lang, Kurt 40, 43, 54, 117, 118
langue 187
 Lash, Scott 224, 225
 Lasswell, Harold D. 15, 85, 87, 92-94, 97, 98, 107, 114, 136, 137, 235
 Lazarsfeld, Paul Felix 15, 34, 64, 101, 104, 106-113, 117, 132, 166, 235
 Lazzarato, Maurizio 226, 227
 Le Bon, Gustave 43, 45-48, 161
 Leavis, Frank Raymond 182
 Lerner, Daniel 13, 107, 234-238, 265
 Levi-Strauss, Claude 198
 Lewin, Kurt 91, 149, 151, 152
 Lippmann, Walter 15, 85, 87-92, 97, 111, 117, 120, 151
 Livant, Bill 214
 Lukacs, Georg 162, 163, 166-169
 Lumsdaine, Arthur A. 104
 Lury, Celia 224, 225
 Luther, Martin 260

MacLean, Malcolm S. 148-150
 maddi olmayan emek 226-229
 Malinowski, Bronislaw 203, 204
 Malthus, Robert 208
 Marcuse, Herbert 25, 107, 163, 164, 167, 170, 172, 210
 Marksizm 27, 162-164, 167, 168, 183, 187, 191, 192, 195, 196, 198
 Marslıların istilası 102
 Martin, Henri-Jean 234, 259, 260
 Marx, Karl 25, 40, 111, 162, 163, 167-169, 177, 178, 190-192, 209, 210, 213
 McCombs, Maxwell E. 118, 119
 McLuhan, Marshall 234, 240, 241, 246-251, 255, 256, 258, 259, 261, 265
 Mead, George Herbert 65, 67, 68, 71, 72, 74, 82
 Medya Çalışmaları Grubu 185
 medya ekolojisi 13, 116, 127
Medya ve Modernite 52, 249, 257, 258
 Merton, Robert K. 106, 107, 110
 meta fetişizmi 167-169, 173, 192
 metafizik 61-63, 245
 metalaşma 53, 169, 183, 209, 213, 214

metodolojik bireycilik 115
 Miliband, Ralph 223
Minima Moralia 167, 171
 minimal meşrulaştırma 155, 157
Modernliğin Sonuçları 259
 Morgan, Michael 130, 132
 Morva, Oya 16, 58, 59, 64-66, 70-72, 83
 Mosco, Vincent 208, 210-214, 226
 Mouffe, Chantal 192, 199
 Murdock, Graham 207-215, 223

Nazi/Nazizm 86, 87, 93, 106, 163, 166, 176
 Negri, Antonio 226-228
 Neuman, Lawrence 31, 36
New Left Review 184
 Newcomb, Horace 146-149
 Nietzsche, Friedrich 43, 44, 49 50, 161
 Nisbet, Robert 24
 Noelle-Neuman, Elisabeth 87, 88, 125-127

Okuryazarlığın İşlevleri 182
 Ortakduyu 198, 199
 Osgood 142

öne çıkarma (*priming*) 119, 120, 122
 Özbek, Meral 51, 177, 206
 Özer, Ömer 16, 133

panel tekniği 107, 108
 Papini, Giovanni 61
 Park, Robert Ezra 63-69, 71, 82, 83
parole 187
 Payne Fund 85, 94-98
 Peirce, Charles Sanders 33, 59, 60
People's Choice 34, 101, 106, 108
 Perloff, Richard 120, 122
Personal Influence 34, 106
 Peterson, Ruth C. 96
 Pollock, Friedrich 162, 163, 175
 Postman, Neil 13, 101, 255-257
 Poulantzas, Nicos 223
 pozitivism/pozitivist 26, 35, 36, 164, 165, 167, 168, 173, 236
 pragmatizm/pragmatist 58-63, 66, 70, 75, 175
 praksis 26, 173, 192, 210
 propaganda 85-87, 89, 92-94, 96-98, 107-109, 112, 130, 136, 147, 174, 175, 220, 223, 235
 Pybus, Jennifer 228

Reich, Wilhelm 163
Rızanın İmalatı 220
 Ricardo, David 208
 Riley, John W. 143, 144
 Riley, Mathilda White 143, 144
 Rogers, Everett M. 118, 234, 238, 239
 Ruckmick, Christian A. 96
 Ruggiero, Thomas 144-116

Saussure, Ferdinand de 187, 196, 198
Savaş Enformasyon Dairesi 104, 106, 107, 235
Schiller, Herbert I. 216-219, 238
Schramm, Wilbur 15, 24, 86, 87, 97, 100, 107, 142, 143
seçici akılda tutma 101
seçici maruz kalma 100, 101, 155
sembolik etkileşimcilik/etkileşim 58, 71-75, 82, 96
Shanahan, James 130, 132
Shannon, Claude E. 138-143
Shaw, Donald L. 118
Sheffield, Fred D. 104
Shoemaker, Pamela 151-153
sınırlı etki/sınırlı etkiler paradigması 29, 98-100, 104, 112, 113, 117, 184, 238
sihirli mermi 97, 103, 107
Simmel, Georg 65, 66, 121
Small, Albion 63, 64, 67
Smith, Adam 111, 208
Smythe, Dallas W. 214, 215, 229
Sözeri, Ceren 229
sözlü kültür 81, 242, 248, 250-254
Stalin, Joseph 163
stereotip 89, 90
Stoddard, George D. 96
Stokes, Martin 51
susunluluk sarmalı 99, 117, 125-128, 133
şeyleşme 169
Tarde, Gabriel 65, 238
Tek Boyutlu İnsan 164, 167, 170
Televizyon: Öldüren Eğlence 234, 255
The Bias of Communication 240
Thomas, William Isaac 63-65, 67, 70, 71, 76
Thompson, Edward Palmer 181-184, 186, 206
Thompson, John B. 52, 53, 234, 257-259

Thurstone, Louis Leon 96
Tocqueville, Alexis de 43, 44, 54, 161, 261
Tönnies, Ferdinand 43-45
tözel akıl 172
Turner, Graeme 181, 182, 190, 202, 205, 206
Uygulamalı Toplumsal Araştırmalar Bürosu 64, 106, 107, 114
Uzun Devrim 183
üstü yapı 13, 191, 192
Voloşinov, Valentin N. 188, 196, 197, 201
Vos, Tim 151-153
Warner, William Lloyd 64, 67
Watt, Ian 234, 251-254
Weaver, Warren 138, 139
Weber, Max 163, 166-169, 202, 203, 258
Weil, Felix 162
Westley, Bruce H. 148-150
White, David Manning 149, 151, 152
Wilcox, Delos F. 54
Williams, Kevin 23, 25, 41, 45
Williams, Raymond 128, 181-184, 186, 191, 206
Wirth, Louis 64, 67, 71
Wittfogel, Karl August 162, 163
yabancılaşma 168-170, 207, 210, 225
yakınsama 114, 228
yapısalcı Marksizm 195
yapısalcılık 186, 187, 195, 198
yatay yoğunlaşma 212, 221
yazılı kültür 248, 251, 253, 254
yeniliklerin yayılması 110, 234, 238-240
yetiştirme kuramı/analizi 99, 117, 128, 131-133
Žižek, Slavoj 194
Znaniecki, F. 65, 70, 71

Kitle İletişim Kuramları

Kavramlar, Okullar, Modeller

BURAK ÖZÇETİN



Oldukça titiz ve yoğun bir çalışmanın ürünü olan *Kitle İletişim Kuramları* iletişim kuramlarının ezberlenecek malumatlar bütününden ibaret olmadığını, sosyal ve beşeri bilimler içerisinde derinlikli, incelikli ve zor bir çalışma alanı olduğunu gösteriyor.

İletişim bilimlerindeki anaakım ve eleştirel kuramların düşünsel ve metodolojik farklılıklarını; toplum ve kitle iletişim araçları arasındaki ilişkilere dair kavramsal-kuramsal tartışmaları çeşitli yönleriyle ortaya koyan kitap önemli isimlerin kısa hayat hikâyeleri, okuma parçaları ve önerileriyle zenginleşiyor.

Burak Özçetin sade bir anlatımla Chicago Okulu'ndan Lippmann, Lasswell, McLuhan, Castells gibi isimlere, kitle iletişim modellerinden İngiliz kültürel çalışmalarına, iletişimin ekonomi politikından Frankfurt Okulu'na birçok kavram, kuram ve modelin soru, cevap ve işleyişlerine uzanarak geniş bir yelpaze çiziyor.

Alandaki büyük bir boşluğu doldurmaya aday *Kitle İletişim Kuramları* ders kitabı olarak temel bir kaynak niteliği taşıırken, insan-toplum ve medya ilişkisine ilgi duyanlar için de kapsamlı bir rehber.

